

ВЛИЯНИЕ ЦВЕТОВОЙ СИМВОЛИКИ НА МЕЖКУЛЬТУРНУЮ КОММУНИКАЦИЮ МЕЖДУ ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ РАЗНЫХ ЭТНОСОВ

Бань Чжэньлинь

Старший преподаватель, Синьцзянский педагогический
университет
1371209240@qq.com

THE INFLUENCE OF COLOR SYMBOLISM ON INTERCULTURAL COMMUNICATION BETWEEN REPRESENTATIVES OF DIFFERENT ETHNIC GROUPS

Ban Zhenlin

Summary: This article examines and analyzes national mental attitudes in the context of intercultural communication through the lens of color-related vocabulary. It is established that tolerance toward other cultures and the ability to adapt are of particular importance in intercultural interaction. Genuine adaptation and acceptance do not imply a loss of cultural identity; on the contrary, they are essential conditions for successful communication. Intercultural communication encompasses many aspects, and the use of culturally specific color symbolism can serve as an effective means of deepening mutual understanding. Based on the analysis of the relationship between color vocabulary and intercultural interaction, the article proposes the thesis that each language community possesses its own unique system of color symbolism and explores its role in intercultural communication from the perspective of mutually beneficial cultural exchange.

Keywords: color vocabulary, national attitudes, color symbolism, intercultural communication.

Аннотация: В статье с позиции цветовой лексики рассматриваются и анализируются национальные ментальные установки в контексте межкультурной коммуникации. Устанавливается, что в процессе межкультурного взаимодействия особое значение приобретают толерантность к иным культурам и способность к адаптации. При этом подлинная адаптация и принятие не предполагают утраты культурной идентичности, а, напротив, выступают важнейшими условиями успешного общения. Межкультурная коммуникация охватывает множество аспектов, и использование цветовой символики, имеющей национальную специфику, может стать действенным средством углубления взаимопонимания. В данной работе на основе анализа взаимосвязи между цветовой лексикой и межкультурным взаимодействием выдвигается тезис о существовании уникальной цветовой символики в каждой языковой общности и исследуется её роль в межкультурной коммуникации с позиции взаимовыгодного культурного обмена.

Ключевые слова: цветковая лексика, национальные установки, цветковая символика, межкультурная коммуникация.

1. Цветовая лексика

Цветовая лексика, как следует из самого термина, представляет собой совокупность слов, используемых для описания цветов. Однако она отражает не только визуальные характеристики предметов, но и несёт в себе богатую эмоциональную и культурную нагрузку. Несмотря на то что физические свойства световых волн объективно проявляются в виде непрерывного спектра, сами цвета, как элементы спектра, не обладают врождённой эмоциональной окраской. Тем не менее, различные языковые сообщества демонстрируют значительные различия в терминах, обозначающих цвета, в количестве базовых цветообозначений, а также в культурных предпочтениях и ассоциациях.

В современном китайском языке насчитывается восемь базовых цветовых слов: белый, чёрный, красный, жёлтый, зелёный, синий, фиолетовый и серый. В английском языке таких слов девять: red, yellow, purple, black, blue, white, brown, green, grey. В современном уйгурском

языке также выделяется восемь основных цветообозначений: чичиль, сулик, карак, кёк, ак, чонур, жийил. Таким образом, за исключением слова brown в английском, различия в количестве и названии базовых цветов между языками невелики. Однако символическое значение этих слов может существенно различаться, что формирует как культуру почитания определённых цветов, так и систему табу, связанных с ними. Такое почитание или избегание определённых цветов не только отражает особенности национальной культуры, но и играет важную роль в процессе межкультурной коммуникации.

Из-за различий в восприятии цветовой символики на уровне национальной ментальности, при переводе с одного языка на другой могут возникать смысловые и культурные несоответствия. Например, название одного из четырёх великих классических романов Китая — «*Вечная весна*» — имеет несколько вариантов перевода на английский язык. Помимо версии Хоукса The Story of the Stone, наиболее распространённым переводом является Dream of the Red Chamber, а также Dream in the Red

Mansion. Однако термин «红楼» в китайском языке несёт смысл изящно оформленного строения, символа богатства и аристократического быта. Английские варианты перевода, такие как «red chamber», не отражают этой культурной ассоциации. Более того, в западной культуре слово red часто связано не с процветанием, а с войной, кровью и агрессией, что может искажать восприятие исходного смысла.

Как отмечал Карл Маркс, «цвет — это наиболее наглядное отражение характера нации». Цвета, помимо основного значения, обладают глубокой и широкой символикой, которая позволяет выявить наличие специфической «цветовой ментальности» в каждом языковом сообществе. Цветовая ментальность — это устоявшееся культурное явление, сформировавшееся в процессе исторического развития общества под влиянием его культуры, истории и эстетики. Она оказывает значительное влияние на внутреннюю и внешнюю коммуникацию языковых сообществ, особенно в межкультурном взаимодействии, где играет ключевую роль.

2. Цветовая ментальность

Несмотря на то, что у всех народов мира существуют слова, обозначающие различные цвета, восприятие цвета человеком в целом носит универсальный характер. Это обусловлено тем, что спектр отражаемого света одинаково воздействует на зрение человека. Однако различия в способности различать оттенки, а также в лексическом оформлении цветowych понятий в разных языках формируют особую цветовую ментальность, отражающую культурные особенности каждого народа. Склонность языковых сообществ к предпочтению определённого цвета особенно ярко проявляется в цветовой лексике. В процессе межкультурной коммуникации использование характерных цветowych символов и соответствующих слов может способствовать установлению гармоничных отношений, облегчать общение и создавать благоприятную атмосферу для взаимодействия.

Каждый человек склонен предпочитать свою нацию, культуру и привычную среду — это и есть проявление этнической ментальности, определяющей восприятие и предпочтения в отношении окружающего мира [2]. Например, уйгурский народ в Синьцзяне отличается музыкальностью, открытым характером; мужчины предпочитают белые рубашки с вышитыми чёрными узорами, женщины — яркие длинные платья из атласной ткани Айсилайт, оба пола с удовольствием носят традиционные вышитые тюбетейки. Склонность к определённым цветам может также отражать особенности характера: цветowe предпочтения зачастую коррелируют с чертами личности. Понимание своей и чужой цветовой чувствительности может стать важнейшей основой для установления успешных межличностных отношений. Таким

образом, устойчивое предпочтение конкретного цвета определённым сообществом может рассматриваться как коллективная цветовая ментальность, отражающая уникальные черты характера данного языкового коллектива. Люди, обладающие схожей цветовой ментальностью, как правило, легче находят взаимопонимание, формируют доверие и симпатию, что способствует углублению общения.

Цветовая ментальность, как форма этнической ментальности, отражает эстетические и ценностные ориентиры народа. Например, китайцы традиционно предпочитают красный цвет, который ассоциируется с процветанием, радостью и счастьем. В то же время в западной культуре красный может символизировать угрозу, войну и агрессию. Однако в условиях глобализации и культурного обмена традиционные символы подвергаются трансформации. Белый цвет, исторически связанный в Китае с трауром, сегодня всё чаще используется в свадебных церемониях, где невесты надевают белые платья. Иностранцы с радостью надевают китайские традиционные красные наряды — танжуаны — и при этом уже не связывают этот цвет с кровопролитием или опасностью. Всё это свидетельствует о смещении акцентов в символике цвета под влиянием межкультурных контактов.

3. Цветовая ментальность различных этносов

3.1. Красный цвет и «красная ментальность» ханьского народа

В китайском языке красный цвет занимает особое положение. Под влиянием философии «гармонии неба и человека» наибольшее почитание в традиционной культуре ханьского этноса получили жёлтый и красный цвета. Причём именно красный цвет сохранил и развил это почитание, начиная с эпохи Хань. Император Гаоцзу называл себя «сыном Красного императора», а «красный» (赤) здесь означает именно этот цвет [5]. До сих пор официальные документы с красным заголовком называются «красноголовыми», подчёркивая их значимость. Таким образом, красный цвет остаётся символом, глубоко укоренённым в сознании китайцев.

В китайском языке широко распространены устойчивые выражения с положительной коннотацией красного цвета: «красная удача», «красочно и бурно», «красная дорожка», «играть красную или белую роль» (в значении строгий/мягкий), «Красная армия», «Красная Восточная звезда», «Красная власть», «и красный, и профессионал», «пылающий красный флаг», «красное сердце», «Женский красный батальон», «революционная база», «Красное солнце», «Красная книга», «Красная страна», «Красная повязка на руке», «Красная гвардия», «красные песни» и др.

Эти примеры ярко демонстрируют наличие у ханьцев

устойчивой «красной» ментальности. Как правило, чем более значим некий объект или явление в жизни народа, тем сильнее он символически ассоциируется с определённым цветом. Например, у кочевых народов, чья экономика базируется на скотоводстве, цветовая лексика в первую очередь описывает природные и хозяйственные реалии. «Слова, относящиеся к культурному центру, гораздо богаче и точнее, чем те, что описывают периферию... Культурные приоритеты формируют важность одних различий и игнорирование других» [1].

3.2. Белый цвет и «белая ментальность» монгольского народа

Многовековая кочевая жизнь в степях сформировала у монголов свободолюбивый, открытый и величественный характер. Эстетические идеалы монгольской культуры связаны с простором, строгостью и природной красотой, что проявляется в особом почитании белого цвета.

Белый цвет широко используется в обрядах и быту: при встрече гостей и богослужениях преподносят белые хадаки и угощают кумысом из серебряной чаши. Белые кони и верблюды считаются символами удачи и благополучия. Белый цвет (chagan) ассоциируется у монголов с истиной, чистотой, миром, порядком и красотой. Это почитание формировалось под влиянием природного ландшафта — синее небо, белые облака, зелёные степи — и стало частью культурного кода. В противоположность этому, чёрный цвет воспринимается как грязный и ассоциируется с похоронной символикой.

3.3. Чёрный цвет и «чёрная ментальность» народа И

Народ и (彝族) самоназывает себя «людьми в чёрном» или «в белом», что отражает важную культурную дихотомию: чёрное символизирует матриархат, белое — патриархат. Почитание чёрного связано с тотемизмом и, в частности, с культом тигра [3].

И живущие в провинциях Сычуань и Юньнань, и гуичжоуские и называют себя терминами, производными от «нуосу» («чёрный») — например, «нэсу», «насу», «нуо». В условиях традиционного рабовладельческого строя высшие сословия называли себя «чёрными и», считая чёрный цвет символом аристократического происхождения. Это нашло отражение в одежде: мужчины носят чёрные повязки, рубахи и брюки, а женщины — наряды из тёмных тканей (чёрной, тёмно-синей, тёмно-зелёной). Все эти цвета в языке и обозначаются словом «на». Даже стены жилищ окрашивали в чёрный цвет перед заселением. И сегодня, при размещении изображений предков или их духовных табличек, стены также обрабатываются чёрным покрытием.

3.4. Синий цвет и «синяя ментальность» уйгурского народа

В уйгурском языке слово kök обозначает как «синий», так и «зелёный». Хотя для «зелёного» также используется слово jeşil, в устной речи это не вызывает недоразумений. Kök может означать небо, цвет, траву, яблоко, люцерну и пр.: kök köz — синие или зелёные глаза, kök alma — зелёное яблоко, kök çöçürisi — пельмени с люцерной.

В древней уйгурской прозе, например в эпосе «Легенда об Огуз-хане», kök олицетворяет удачу, красоту, храбрость, силу и здоровье. В тексте упоминается, что Огуз родился с «лицом цвета неба», а с небес к нему спустился свет, в котором появилась девушка с глазами «сине-самого неба» и синий волк [по тексту «Огузнаме»].

В современной культуре слово kök также широко используется. В поэзии и песнях оно ассоциируется с чистотой и божественной красотой: «голубая трава тянется к солнцу», «синий жеребец лучше белого коня», «мой возлюбленный подобен синему свету». В кочевой культуре, где трава — основа жизни, kök также обозначает процветание (köker — расти, развиваться) и даже полёт (kökermek — взмывать) [4].

4. Влияние цветовой ментальности на межкультурную коммуникацию

4.1. Цветовая ментальность в межкультурной коммуникации и национальная психология

Коммуникация прошла путь от невербальных знаков, языковых и жестовых форм до современных виртуальных символов, достигнув нового уровня развития. Применение цветовой ментальности способно ещё больше углубить взаимное восприятие. Существующие формы межэтнического и невербального общения уже доказали свою эффективность. В межкультурной коммуникации возможно сознательное использование цветовых предпочтений другой стороны: оформление внешности, обстановки и речевых конструкций с учётом любимых цветов партнёра по диалогу способствует более глубокой психологической связи и достижению коммуникативных целей.

Л.Р. Палмер отмечал: «Цвет оказывает значительное психологическое воздействие. Чёрный цвет ассоциируется с печалью и несчастьем. Так, римляне говорили о «чёрном дне», а британские синдикалисты — о «чёрной пятнице»» [6]. Если цвет рассматривать как форму, а его физиологическое и психологическое воздействие как содержание, то национальная психология, отражённая в цветовой лексике, представляет собой результат действия этих факторов, усиленных социальными условиями.

4.2. Цветовая ментальность усиливает цветовую культуру в межкультурной коммуникации

Цветовая ментальность формируется на основе длительной истории развития цветовой культуры в каждом языковом сообществе. Такая культура выходит за рамки отдельных этносов — она проявляется во всех сферах: архитектуре, одежде, рекламе, музыке и визуальных медиа. Использование цветовой культуры позволяет не только реализовать коммуникативные намерения, но и приносит экономическую выгоду в сфере культурных индустрий.

Цветовая ментальность включает не только особенности восприятия цвета, но и собственную символическую систему. В процессе передачи культурных ценностей через цвет необходимо транслировать этническую идентичность через лексические формы, визуальное оформление диалога, а также его содержательную часть. Это позволяет адресату почувствовать национальную специфику культуры и повышает эффективность взаимодействия. Например, в китайском языке «белый» может ассоциироваться как с положительными значениями — «ангел в белом», «безупречный нефрит», так и с негативными — «белый террор», «белогвардейцы», «белая зона», «белый флаг». Такое семантическое раздвоение вызывает трудности в межкультурном общении, но при осознании двойственной природы этих значений лингвистическое непонимание постепенно исчезает.

4.3. Цветовая ментальность повышает эффективность диалога в межкультурной коммуникации

Каждое языковое сообщество имеет свои цветовые предпочтения, которые часто становятся маркером этнокультурной идентичности. Именно по этой причине цветовая ментальность способна существенно повысить эффективность межкультурного диалога. Межкультурное общение и цветовая символика тесно взаимосвязаны. Возможность не только вести диалог, но и одновременно наслаждаться эстетикой визуального и семантического уровней общения представляет собой уникальную форму культурного взаимодействия.

В эпоху глобализации, несмотря на процессы культурной интеграции, потребность в выражении этнической самобытности сохраняется. Для языковых сообществ с ярко выраженной цветовой ментальностью, таких как ханьцы (красный), монголы (белый), уйгуры (синий), цвет выступает в роли важного коммуникативного кода. Обращение к внутренним культурным установкам через цвет позволяет найти новый путь к успешному взаимодействию. Таким образом, можно с уверенностью утверждать, что цветовая ментальность способствует повышению эффективности межкультурного диалога.

С момента начала политики реформ и открытости межкультурный и межэтнический диалог в мире стал активно развиваться. Это во многом связано с тем, что в процессе межкультурной коммуникации используется богатое историко-культурное наследие китайской нации. Такие культурные традиции, как земледельческая цивилизация Центрального Китая, кочевая культура монголов и торговая культура западных регионов, несмотря на различия, имеют общее основание в аграрной модели. Интеграция китайской этнической культуры в межкультурное общение способствует повышению качества коммуникации, укреплению добрососедских отношений и получению позитивного социального эффекта. Таким образом, использование цветовой ментальности позволяет сделать межкультурное взаимодействие более многомерным, преодолеть кризис коммуникации и направить межъязыковое и межкультурное общение в сторону глобализации, сокращая при этом затраты времени и усилий.

Для повышения эффективности межкультурного взаимодействия необходимо грамотно использовать и исследовать цветовую культуру различных языковых сообществ, включая диалекты. В каждом цветообозначении можно обнаружить следы этнической культуры. Через цветовую лексику выражаются идеи и чувства; декоративные элементы, содержащие цветовые слоганы, передают дух сотрудничества и культурной идентичности; посредством лексики, насыщенной этническими коннотациями, и оформления среды — одежды, питания, быта — достигается эмоциональный отклик. Это один из самых простых и экономичных способов опосредованной коммуникации, обеспечивающий высокий уровень эффективности и взаимной выгоды.

Можно утверждать, что цветовая ментальность, отражённая в цветовой лексике, является окном в этническую культуру. А исследование цветовой культуры различных языковых сообществ — одна из важнейших задач межкультурной коммуникации. В этом процессе необходимо учитывать культурные смыслы, стоящие за этими предпочтениями, и на основе их анализа выстраивать стратегии эффективного и энергосберегающего межкультурного взаимодействия.

Заключение

Каждое языковое сообщество имеет свои предпочтения в цветах, которые нередко становятся его культурной эмблемой и отражают уникальные национальные эмоции. Именно по этой причине цветовая ментальность способствует повышению эффективности диалога в межкультурной коммуникации. В действительности границы между межкультурной коммуникацией и цветовой символикой зачастую трудно определить. Возможность одновременно наслаждаться как визуальной, так

и ментальной эстетикой делает человеческое общение более гармоничным.

В условиях глобализации с одной стороны доминирует культурная интеграция, с другой — сохраняется стремление к выражению самобытной этнической идентичности, что является естественной потребностью участников коммуникации. Для языковых сообществ с выраженной цветовой ментальностью цвет становится особенно важным элементом взаимодействия. Например, склонность к красному цвету в культуре ханьцев, к белому — в культуре монголов, к синему — у уйгуров. Использование таких внутренних культурных кодов в коммуникации создаёт новые точки входа в диалог и способствует его успешному завершению. Следовательно, можно утверждать, что цветовая ментальность действительно усиливает результативность межкультурного общения.

С начала политики реформ и открытости глобальный и межэтнический диалог активно развивался, во многом благодаря эффективному использованию богатого культурного наследия китайской цивилизации в межкультурном взаимодействии. Например, земледельческая культура Центрального Китая, кочевая культура монголов и торговая культура Западного Китая — несмотря на различия — объединены аграрной основой. Интеграция национальной культуры в межкультурное взаимодействие повышает качество коммуникации, способствует формированию гармоничных отношений с соседями и

приносит позитивный социальный эффект. Таким образом, использование цветовой ментальности позволяет направить межкультурное общение к более целостной модели, преодолеть кризис коммуникации и продвигаться в сторону глобализации, экономя время и ресурсы.

Для усиления эффективности межкультурного взаимодействия необходимо уметь выявлять и использовать цветовую культуру каждого языкового сообщества (включая диалекты). В каждом цветовом термине скрыты следы этнической культуры. Через цветовую лексику можно выражать чувства и идеи; через декоративные элементы с цветовой символикой — транслировать дух сотрудничества и чувство культурной идентичности; через слова с этноконнотативной окраской и через оформление повседневной жизни — вызывать эмоциональный отклик. Это один из самых простых и экономичных способов косвенной коммуникации, позволяющий достигать высокой эффективности и взаимной пользы.

Можно сказать, что цветовая ментальность, выраженная через цветовую лексику, является окном в мир этнической культуры. А выявление цветовой культуры разных языковых сообществ — одна из важнейших задач межкультурной коммуникации. При этом необходимо учитывать культурные смыслы, лежащие в основе цветовых предпочтений, и использовать их для построения эффективных, оперативных и энергосберегающих форм взаимодействия между культурами.

ЛИТЕРАТУРА

1. 申小龙. 语言的文化阐释. 知识出版社, 1992. С.11.
2. 任素珍. 跨文化交际活动中的民族情结观察与分析. 西安文理学院学报 (社会科学版), 2009. С.12.
3. 朱文旭东. 彝族“黑白”文化探源. 百色学院学报, 2013. С.1.
4. 阿不力米提·优努斯, 庄淑萍. 维吾尔语颜色词的文化含义. 语言与翻译, 2006. С.4.
5. 李雯倩, 孙亚冲. 中西方文化禁忌语对比研究. 煤炭高等教育, 2021. С.11.
6. L.R.帕默尔. 语言学概论. 李荣, 王菊泉, 周流溪, 陈平译. 北京: 商务印书馆, 2013. С.83.

© Бань Чжэньлинь (1371209240@qq.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»