

ЛІНГВІСТИЧНІ ТА ЕКСТРАЛІНГВІСТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ НОМІНАЦІЇ ЖОВТОГО КОЛЬОРУ (НА МАТЕРІАЛІ ФРАЗЕОЛОГІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ)

У статті розглянуто проблеми лінгвістичних та екстралінгвістичних значень колороніма жовтий на матеріалі фразеологічних одиниць англійської та української мов. Порівняльний аналіз символічних значень цього кольору проведено з урахуванням мовної та культурної специфіки двох різних народів.

Колір є могутнім засобом впливу на людину. Вплив його не обмежується тільки органом зору – оком, він впливає також на інші органи чуття – на смак, слух, дотик та нюх. Колір може викликати приємні спогади про найщасливіші хвилини життя і, навпаки, так само як звуки музики, може нагадувати про сумне, обтяжливе, про страждання. Ці відчуття, пов'язані з кольором, називаються кольоровими асоціаціями. Утворення та закріплення в нашій свідомості кольорових асоціацій тотожне процесу утворення та закріплення в корі великих півкуль головного мозку умовних рефлексів. Те, як ми сприймаємо колір, залежить як від самих кольорів, їх чистоти, яскравості, насиченості, так і від особливостей нашого сприйняття.

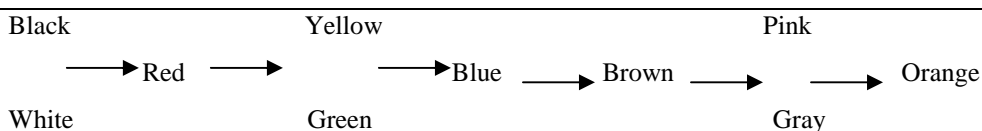
Мета нашої роботи – проаналізувати різноманітні лінгвістичні та екстралінгвістичні дослідження, присвячені кольору, порівняти символічні значення кольору, які були і є характерними для різних культурних спільнот, виявити подібні та відмінні моменти інтерпретації кольору в різних мовах. За ілюстративний матеріал ми взяли кольоропозначення *жовтий/золотий*. Матеріал дослідження був отриманий методом суцільної вибірки із фразеологічних словників англійської та української мов і становить 118 та 87 одиниць відповідно. У мовознавстві проблема кольоропозначень розглядається в кількох аспектах. Назви кольорів становлять об'єкт наукових студій у галузі порівняльного мовознавства (О. Коваль-Костинська, Н. Пелевіна), етнолінгвістики (А. Вежицька, Г. Яворська), психолінгвістики (Л. Лисиченко, Т. Ковальова, С. Григорук, Р. Фрумкіна), перекладознавства (Р. Зорівчак, І. Ковальська), історичної та описової лексикології (М. Чікало, Н. Бахліна, О. Панченко, В. Мурянов), семасіології (Р. Алімпієва, А. Вежицька, А. Висоцький, Л. Грибова, О. Дзівак, А. Кириченко, В. Москвич, Ж. Соколовська, В. Фридрак) тощо.

Особливу увагу дослідники сьогодні звертають на одну з важливих "складових" мовного образу світу – фразеологічну. Фразеологічний рівень – це достатньо складне мовне утворення. Його місце у системі мовних рівнів (між лексичним і синтаксичним) демонструє цю складність і специфіку. Якщо ми розглядаємо мову як семіотичну систему, яка включає систему символів і синтаксис, то повинні враховувати у фразеології і символічність і комплікативність. Поділ мовної картини світу, і відповідно концептуальної, на складові (лексичну, фразеологічну тощо) умовний.

Фразеологія як наука виникла лише на початку ХХ століття. На сьогоднішній день нез'ясованими залишаються питання про статус фразеології, хто є основоположником цієї дисципліни та велика кількість проблем з теорії науки. До нерозв'язаних питань належать невизначеність терміну фразеологічної одиниці та предмету фразеології. Нез'ясованою залишається теорія еквівалентності, проблема слівності компонентів тощо. Науковий пошук у цих напрямках продовжується. Досить плідними є дослідження вітчизняних (зокрема російських та українських) мовознавців. Розробкою питань теорії фразеології займалися В.В. Виноградов, Є.Д. Поливанов, Л.А. Булаховський, В.Л. Архангельський, В.М. Мокієнко, В.П. Жуков, О.М. Мелерович, В.Г. Гак, Л.Г. Скрипник, М.Ф. Алейфренко, Л.Г. Авксент'єв, М.Т. Демський. Такі лінгвісти як О.І. Смирницький, О.В. Кунін, Н.Н. Амосова, А.І. Альохіна досліджували фразеологію англійської мови. Серед західних мовознавців слід відзначити Ш. Баллі та Л.П. Сміта.

Лінгвісти, які займаються проблемами фразеології сучасного мовознавства (Ф.М. Белозерова, В.А. Маслова, Т.З. Черданцева, Д.О. Добровольський тощо) все частіше говорять про те, що фразеологічні одиниці тієї чи іншої мови мають національно-культурну специфіку та відображують традиції, звичаї, реалії, пов'язані із легендами, історичними фактами, літературними джерелами, які зумовлюють їх національно-культурну семантику, місцевий колорит в цілому. Незважаючи на те, що колірна лексика стала постійним об'єктом для експериментування в різноманітних лінгвістичних теоріях, її вживання у складі фразеологічних одиниць – тема малодосліджена. Так, ні в англійській, ні в українській мовах пошуки такого характеру досі не проводились.

Що ж стосується кольоропозначень, вони є ключовими концептами культури в усіх мовах. Сприйняття кольору різними народами та його трактування неоднакове. Тому багатство барв навколишнього світу, своєрідно відображається й у різних мовах. Це означає, що відношення до кольорів цілком і повністю визначається культурно-історичними традиціями та звичаями того чи іншого народу, тобто, його історією, культурою, побутом тощо. Багато різноманітних теорій та гіпотез стосовно кількості та універсальності кольорових термінів у лінгвістиці висувалося з того часу і дотепер. На нашу думку однією із найсолідніших праць присвячених кількості кольоропозначень у різних мовах є праця – Basic Color Terms by Berlin, Brent, and Paul Kay, 1969. Ці вчені порівняли точні визначення базових кольоропозначень 20 різних мов і, базуючись на цих знаннях, проаналізували описи кольорів в 78 інших мовах. Вони стверджують, що існують універсалії в семантиці кольоропозначень і виокремлюють 11 основних кольорів [1: 28-29]. Ці кольоропозначення знаходяться у відповідній ієрархії:



Екстралінгвістика (Exterior linguistics) – лінгвістика, що вивчає аспекти мови, безпосередньо пов'язані з функціонуванням людини, яка розмовляє, а також використання в мовленні пауз, різних психофізіологічних проявів людини: сміх, плач, шепіт тощо. Екстралінгвістичні дослідження кольору, поряд із дослідженнями фізичної природи світла, явищ кольорового контрасту та багатьма іншими, мають безліч прикладних вимірів, пов'язаних із можливостями використання знань про колір у низці областей та сприйняттям кольору людиною. Так, наприклад фізіологи та офтальмологи досліджують кольоровий зір людини з точки зору можливостей краще розрізняти предмети. Погляд на колір як на властивість предметів чи світла досить характерний у різних сферах повсякденного життя – комерції, мистецтві, науці, техніці, дизайні.

Лілі Саймон стверджує, що колір впливає на людину на рівні підсвідомості, тобто не торкаючись рівня звичайної думки. Тому політики, бізнесмени та робітники реклами навчилися викликати бажаний відгук за допомогою мови кольору. Вміле використання кольору може обманути того, хто його бачить, чи змусити його зробити спонтанний критичний висновок. Так, наприклад жовтий колір стимулює роботу травлення, тому жовті стіни в закладах харчування сприяють поживленню атмосфери та невимушеній бесіді [2: 20]. Також, працюючи за комп'ютером, користуйтеся жовтим килимком для мишки, щоб підвищити концентрацію уваги та зберегти бадьорість [2: 37].

У своїй статті "*Немного о цвете промышленного интерьера*" С.М. Іванов досліджує природу кольору як психофізіологічне явище. Автор відмічає, що фізиці відомі хвилі, що викликають відчуття кольору, довжиною від 400 до 800 м. Світло попадає на сітківку, пігменти, що знаходяться у фоторецепторі, поглинаючи його, розпадаються на частинки в різній пропорції, а мозок, аналізуючи їх сигнали, вирішує, яке світло поглинається менше, а яке більше. Так складається думка про колір [3: 36-39].

За психофізіологічним впливом кольори можуть бути теплими та холодними, важкими та легкими, крикливими та спокійними, приторними та гострими. Кольорові характеристики дозволяють визначення, пов'язані зі слухом, нюхом, дотиком та смаком [3: 45].

Проблеми кольорової гармонії цікавлять людей мистецтва. Це закономірно, тому що людина сприймає оточуючий світ у кольорі та у своїй практиці широко використовує увесь хроматичний спектр, створений природою, доповнюючи його іншими відтінками.

Питання створення кольорового комфорту, "корисних" для людини кольорових комбінацій, цікавить спеціалістів із промислового та побутового дизайну. Колір одягу є предметом творців промислового та відомчого одягу, об'єктом кутюр'є, які формують моду на визначені кольори та кольорові комбінації в певному сезоні.

Багато хто з учених відзначають збільшення кількості науково-технічних галузей, у яких використання кольору має вузькоспеціальний термінологічний характер. При цьому звертається увага на те, що вживання кольоропозначень не обмежується мінералогією та текстильним виробництвом, а широко використовується також у рамках космічних програм.

Фабер Біррен у своєму екстралінгвістичному дослідженні значень кольору виділяє чотири типи асоціацій: 1) загальне уявлення; 2) розумові асоціації; 3) об'єктивні асоціації та 4) суб'єктивні асоціації. Під розумовими асоціаціями мається на увазі асоціації у формі іменників. Під об'єктивними та суб'єктивними – ситуації, коли колір співвідноситься із зовнішнім об'єктом чи внутрішнім душевним станом. Наприклад: жовтий колір: **загальне уявлення**: сонячний, променевий, променястий; **розумові асоціації**: сонячне світло; **об'єктивні асоціації**: привітний, життєвий, небесний, надихаючий; **суб'єктивні асоціації**: висока духовність, здоров'я [4: 141]. Автор приводить експериментально підтверженні данні.

На думку П.В. Яншина, який проаналізував праці багатьох авторів, мета підбору значень кольорів – не зафіксувати його зміст, як встановлену наукову істину, а дати змогу читачеві самостійно співставити різномірний матеріал. Особливо це стосується аури [5: 201].

Наприклад, жовтий колір аури розшифровується так: жовтий із відтінком золотистого означає міцне здоров'я та достаток. Люди з такою аурою здатні піклуватися про себе, рідко хвилюються та легко вчаться, володіють живим розумом, веселі, товариські, завжди готові прийти на допомогу; червонуватий відтінок жовтого кольору свідчить про сором'язливість, якщо такі люди ще й руді, то, скоріш за все, вони мають комплекс неповноцінності й тому часто хворіють на серце та шлунок.

За принципом фен-шуй існує 5 стихій: води, металу, вогню, землі та дерева; стихія землі є центральною, а її колір *жовтий*.

В. Мойсенко також вважає, що колір у своїй різноманітній взаємодії з компонентом світла часто демонструє майже радикальне відхилення від закріплених, наочних та інтуїтивно зрозумілих для повсякденної свідомості колористичних образів та уявлень. У цій області знань можна знайти нові, незвичні для традиційного уявлення та неспеціалізованої свідомості ідеї і, переоцінивши, ввести їх в науковий вжиток. Ця ситуація відображає постійну дистанцію, що має місце між науковим та повсякденним знанням, між здоровим глуздом науки та загальним повсякденним здоровим глуздом [6: 93]. Також автор виокремлює зміст та денотат знаку від уявлення, яке відповідає цьому знаку [6: 95].

Ми знаємо, що на практиці одне і те ж саме кольорове судження часто виражається різними словами та виразами, серед яких ми часто використовуємо і фразеологізми. Наприклад: *As yellow as a crow's foot, as yellow as a guinea, as yellow as a kite's claw, as yellow as corn, as yellow as gold* // *жовтий як лимон, жовтий як жовток* тощо [7; 8].

Фразеологічні одиниці утворюються в мовленні й відображають ті явища і предмети, що безпосередньо оточують людей; люди в свою чергу, надають їм тих чи інших характеристик, в тому числі ознак за кольором. Отже, цілком закономірно, що у деяких фразеологізмах, які увиразнюють, емоційно забарвлюють образність в мовленні, саме колір є складовою частиною. Колір допомагає створити яскраві зорові образи з сухих абстракцій, що робить мовлення барвистим, соковитим та емоційно насиченим.

Оскільки фразеологічні одиниці є мовною універсалиєю, то можна припустити, що в будь-якій мові існують фраземи, до складу яких входять назви кольорів, адже фразеологізми відображають реальність життя.

Варто відзначити, що багатство барв навколишнього світу своєрідно відображається в мові. Так, не в усіх мовах існує однакова кількість назв на позначення кольору. Навіть деякі основні кольори спектра не завжди мають окремі назви. Наприклад, *червоний, оранжевий та жовтий* у мовах африканських народів здебільшого мають одну лише назву. Кожна мова має свій спосіб "членування" спектра. Тобто колір пов'язаний з історією народу, його культурою, побутом, традиціями тощо.

У своєму дослідженні ми звертаємось до *жовтого* кольору, який є на четвертому місці серед основних 11 кольорів, після так званої тріади – *білий, чорний, червоний*. Саме ці чотири кольори лишилися праобразом античної колористики. Що ж до диференціації кольорів з точки зору фізики, *жовтий* є одним з трьох основних кольорів (*білий* і *чорний* не вважаються кольорами), разом із *синім* та *червоним*, кожний із яких є самостійним кольором, який неможливо отримати внаслідок суміші кольорів, на відміну від решти. Серед значень, які приписують 3 основним кольорам, *жовтий* означає розум.

З усіх основних кольорів *жовтий* – найбільш суперечливий, біполярний, він займає особливе місце як атрибут, що володіє як позитивною, так і негативною символікою, в залежності від мови та контексту.

Так, *жовтий* колір – це символ Сонця, він дарує тепло, життя, енергію. Люди, які віддають перевагу цьому кольору природи творчі, сильні духом, люблять владу.

У язичництві *жовтий* колір був атрибутом бога Велеса, покровителя худоби та врожаю, і співвідносився із візуальними образами сонця, пшениці та золота, символізуючи, в першу чергу, достаток, але з приходом християнства його характеристики змінюються з позитивних на негативні. Так, на Русі та й у Європі за *жовтим* кольором закріпились в основному негативна конотація, колір зради, боягузтва. Зрадника Іуду часто зображували в одязі *жовтого* кольору, а в епоху Середньовіччя єретики були зобов'язані одягатись у жовте.

Будучи, крім того, природним кольором в'янучої рослинності, цей колір не міг не асоціюватися зі старінням та смертю. Знаходимо відповідні приклади і у фразеології: *the yellow leaf* – старість. Традиційно виділяються наступні значення кольору *жовтий* в українській лінгвокультурній традиції: колір в'янучих рослин; колір старого паперу; колір неякісної їжі; колір старої шкіри; нездоровий колір обличчя: *в очах жовтіє* – стає погано від болю тощо [7; 8].

Разом з тим, дієслово *жовтіти* означає не тільки відмирання рослинності, але й дозрівання плодів та злаків. Хоча у фразеології знаходимо антонімічне процесу дозрівання значення: *жовтороте пташеня* – недосвідчена людина.

Такі найдавніші символічні значення *жовтого* кольору як урожай, багатство, сонце, збереглися також у традиції розмальовування писанок.

В українській культурі ми зустрічаємо *жовтий* колір у національній символіці: він є складовим державного прапора України, символізуючи при цьому пшеницю, а отже урожай, достаток; також тризуб – український герб – часто зображується жовтим.

Співіснування негативних та позитивних символічних значень, яке проявляється не стільки на рівні мови, скільки у використанні чуттєвих образів *жовтого* кольору в національному костюмі, кераміці та декорі в українській культурній традиції пов'язано з великим впливом язичницьких уявлень, їх існування у народній свідомості. Це, в свою чергу, зумовлено тим, що на Україні церква не була елементом владної структури і не настільки сильно й авторитарно контролювала повсякденне життя, як у католицьких країнах. Внаслідок цього в українській культурі набагато відчутніші релікти дохристиянської старовини – і в побуті, і в книжній культурі.

Хоча слід зазначити, що фразеологічні одиниці з кольоропозначенням *жовтий/yellow* як англійської, так і української мов мають в основному негативні значення. Так, наприклад: *a yellow streak* – нахил до віроломства, боягузтва; *to be (feel, look) yellow about the gills* – мати нездоровий вигляд, погано себе почувати; *to turn yellow* – злякатися, виявити малодушність; *yellow dog* – нікчемна людина // *пожовтіти від злості / заздрості; мати жовту картку* – бути психічно хворою людиною тощо [7; 8].

У періоди епідемій чуми для позначення заражених територій використовували жовті хрести, саме звідси виник звичай ототожнювати *жовтий* колір з кольором зарази. У фразеології спостерігаємо: *yellow flag* – мор. жовтий (карантинний) прапор; *yellow Jack* – жовта пропасниця, лихоманка [7; 8].

Повії, матері незаконнонароджених дітей у Німеччині, зрадники у Франції в середині століття повинні були носити головні убори з жовтою смужкою. В царській Росії паспорти повій друкувалися на жовтому папері, звідси вирази *жовтий білет, ніти по жовтому білету*.

Також прикметник *жовтий* набув негативної функції щодо преси та друківаних видань: *the yellow press* – бульварна преса; *yellow back* – дешевий бульварний роман (за кольором обкладинки); *yellow journalist* – журналіст бульварної преси; *yellow rag (sheet)* – бульварна газета, листок тощо.

Однак на Сході *жовтий* колір був символом царювання, гідності та центру, також оптимістичним весільним кольором юності, незайманості, щастя та достатку, любові, симпатії та милосердя. Так, жовта хризантема – знак японської сім'ї імператора. *Жовтий* колір – колір буддизму, будистських імператорів.

Психологічні дослідження впливу кольору на людину свідчать про те, що *жовтий* колір сприймається людиною легше та швидше інших кольорів, тому що *жовтий* – сигнал тривоги та попередження, в якості яскравого сигнального кольору використовується в дорожніх знаках, в жовтий колір фарбуються таксі, шкільні автобуси тощо. Невипадково, спортсмени за неспортивну поведінку на футбольному полі, на волейбольній площадці отримують жовту попереджувальну картку.

Що стосується кольоропозначення *золотий*, який є синонімом слова *жовтий*, тут дещо інша картина, він начебто перебрав усі позитивні значення *жовтого* кольору на себе. До того ж прикладів фразеологічних одиниць (ФО) з таким кольоропозначенням як у англійській, так і в українській мовах більше ніж із *жовтим*. Порівняйте: *golden days (hours)* – щасливий час; *golden age* – золотий вік; *golden opinions* – приємна, похвальна відозва; *golden time* – щасливі роки / *золота доба* – найплодовитіший період, *золотий вік* – найкращий період; *золотий лоб* – дуже розумний; *золотий дощ* – великі прибутки; *золоті уста* – дотепний; *золоті руки* – професіонал тощо [7; 8].

Слід зазначити, що ще з давніх-давен *золотий* колір відрізнявся від *жовтого*. Так, в єгиптян цей колір пов'язувався з богом сонця Ра; в Індії цей колір символізував істину; в Китаї – просвітлення; античні греки бачили в золотому кольорі знак розуму та безсмертя тощо. Також у міфології, фольклорі *золотий* колір – колір мудрості, казкових здібностей. Всі ми пам'ятаємо таких казкових персонажів як золота рибка, золотий півник тощо. Золотисту рясу православні священники одягають тільки на великі церковні свята – Різдво, Стрітня, Вознесіння, в недільні дні, а також в дні пам'яті апостолів та святих. В алхімії чотири кольори символізували чотири етапи алхімічного процесу: *чорний* символізував душу в первинному стані, тобто первинний матеріал; *білий* – перше перетворення, отримання ртуті; *червоний* символізував пристрасть, його речовина сірка; *золотий* символізував кінцевий результат – отримання золота та філософського каменю.

У фразеології англійської та української мов також існують одиниці з кольоропозначенням *золотий / golden*, які означають гроші, золото, наприклад: *golden handshake* – грошовий подарунок; *golden calf* – золотий телець, влада грошей; *the goose that laid the golden eggs* – курка, що несе золоті яйця, джерело прибутку // *золоте дно* – невичерпне джерело прибутків; *золотий телець* – багатство, гроші; *золотий дощ* – великі прибутки; *золотий мішок* – капітал, багатство тощо [7; 8].

Також у англійській фразеології ми знаходимо приклади одиниць із кольоропозначенням *golden*, в яких колір асоціюється з певними власними назвами: *golden city* – золоте місто (Сан-Франциско); *golden empire / golden state* – штат Каліфорнія; *knights of the Golden Circle* – прізвисько ку-клус-кланівців; *land of the golden fleece* – країна золотого руна / Австралія тощо.

На нашу думку, лінгвістичні та екстралінгвістичні дослідження *жовтого* кольору є багаторівневими, і часто навіть протилежними: як позитивними, так і негативними; іноді синонімічними в різних мовних спільнотах, іноді безеквівалентними. Ми можемо спостерігати протилежні значення та символи жовтого кольору в західних та східних культурних спільнотах, але в результаті взаємного впливу культур, подекуди ці значення проникають із однієї культури в іншу та приживаються у ній. Також цікавим є приклад із золотим кольором, який є позитивним у світобаченнях усіх народів, що проявляється у мові, зокрема у фразеології.

Колір рідко сприймається як ізольований концепт, ми постійно асоціюємо його ще з чимось (жовтий – сонце, жовтий – старість, жовтий – боягузтво тощо), тому кожне окреме сприйняття буде різним, залежно від багатьох чинників, що впливають на конкретний випадок. Голий фізикалізм кольору постійно одягнений у пишні форми антропоцентризму.

Отже, дослідивши фразеологічні одиниці англійської та української мов, до складу яких входять лексеми на позначення жовтого кольору можна стверджувати, що в момент утворення ФО колоронім входить до її складу у своєму первинному значенні або, рідше, набуває такого семантичного відтінку, який приписують значенню самого кольору. Колороніми у складі ФО мають різний ступінь деактуалізації. Певний відсоток становлять фразеологізми, до складу яких лексеми на позначення кольору увійшли в прямому значенні. У деяких інших випадках психологічне тлумачення кольору було основним при утворенні значення фразеологізму. Незважаючи на деякі розбіжності у вживанні назв кольорів у різних мовах, переважна більшість ФО при перекладі зберігає свою структуру.

Ми зробили спробу зіставити вживання колороніму жовтий у складі фразеологізмів двох мов: англійської та української. На нашу думку ця проблема є надзвичайно цікавою і потребує подальшого детального вивчення стосовно інших кольорів, їх емотивних характеристик, проблем перекладу тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Kay P. Color // Key terms in language and culture. – New-York: Alessandro Duran Blackwell Publishers, 2001. – P. 27-29
2. Лилли Саймон и Сью. Сила цвета и цветотерапия: Используйте преобразующие силы света и цвета для здоровья и благополучия / Пер. с англ. – СПб.: Изд-во "ДИЛЯ", 2006. – 96 с.
3. Цвет в нашей жизни / Хрестоматия по психологии (из серии "Познать человека") // Сост. Криулина А.А. – Курск: Онтология 1993. – 128 с.
4. Birren F. Color psychology and color therapy: A factual study of the influence of color on human life. – N.Y.: Putnam press, 1961. – 302 p.

5. Яньшин П.В. Эмоциональный цвет: Эмоциональный компонент в психологической структуре цвета. – Самара: Изд-во Сам ГПУ, 1996. – 218 с.
 6. Свет и цвет в славянских языках / Ed. By Kardy Gadanyi. – Melbourne: Academia Press, 2004. – 260 с.
 7. Словник фразеологізмів української мови / Укл. В.М. Білоноженко, І.С. Гнатюк, В.В. Дятчук. – К.: Наукова думка, 2003. – 1098 с.
 8. Англо-український фразеологічний словник / За ред. К.Т. Баранцева. – К.: Радянська школа, 1969. – 1052 с.
- Матеріал надійшов до редакції 11.04. 2007 р.

Гуменюк І.І. Лінгвістическіе і екстралінгвістическіе ісследованія цветообозначенія желтый в англійскої і українскої фразеології.

Настоящая работа является попыткой анализа различных лингвистических и экстралингвистических исследований желтого цвета, сравнения символических значений данного цветообозначения в абсолютно разных языках и культурных обществах; особое внимание уделяется фразеологизмам с этим цветообозначением.

Humenyuk I.I. Linguistic and exterior linguistic research of yellow color name in English and Ukrainian idioms.

This article is an attempt to analyse different linguistic and exterior linguistic investigations of yellow colour and to compare the symbolic meanings of this colour in different language and cultural communities; special attention is paid to idioms with this colour name.