

УДК 81'23

ВНУТРЕННИЙ ОБРАЗ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЯ *ФИОЛЕТОВЫЙ* В СОЗНАНИИ НОСИТЕЛЯ РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ

Е.А. Таныгина

Юго-Западный государственный университет, г. Курск

В статье на примере цветообозначения *фиолетовый* обсуждаются результаты исследования внутреннего образа цветообозначений в сознании носителя современной русской культуры. Исследование проводилось с использованием свободного ассоциативного эксперимента, семантического дифференциала и факторного анализа.

Ключевые слова: *цветообозначение, внутренний образ, сознание, ассоциативный эксперимент, семантический дифференциал, факторный анализ.*

Объектом исследования в настоящей статье является внутренний образ цветообозначения (далее – ЦО) **ФИОЛЕТОВЫЙ** в сознании носителя русской культуры. Теоретическим основанием исследования являются психолингвистическое учение о слове А.А. Залевской [6], концепция культурного знания Ф. Шарифиана [14], работы А.П. Василевича [2] и Р.М. Фрумкиной [11] по изучению ЦО в психолингвистическом аспекте. В работе предложен комплексный подход к исследованию ЦО с использованием психолингвистических методов и методов статистической обработки данных. Целью исследования было выявление особенностей «внутреннего образа» ЦО **ФИОЛЕТОВЫЙ** в сознании носителя русской культуры. На разных этапах работы были использованы ассоциативный эксперимент (далее – АЭ), дефиниционный анализ, семантический дифференциал (далее – СД) и факторный анализ (далее – ФА).

Изучив подробнее вопрос о соотношении знания и наименования в лингвистике, а также о соотношении знания индивидуального и культурного при формировании внутреннего образа слова в сознании индивида [6; 14], мы пришли к следующему выводу: чтобы выявить психологически реальное значение ЦО недостаточно просто обратиться к значению, зафиксированному в словаре. Для выявления скрытых связей и смыслов, которые связаны с различными ЦО, необходимо обращение к носителю языка, например, через АЭ. По-видимому, лишь таким образом можно выявить специфику внутреннего образа ЦО в сознании носителей языка.

Исследование специфики внутреннего образа ЦО в сознании носителя языка основывалось на предположении о том, что между культурным образом ЦО и их «внутренним образом» в сознании рядового

носителя языка имеются различия. В экспериментальном исследовании участвовали студенты первого и второго курсов Юго-Западного государственного университета в возрасте от 17 лет до 21 года (67 человек: 42 юноши и 25 девушек, носители русского языка). В качестве основного метода исследования использовался свободный АЭ. Испытуемым (далее – Ии.) предлагалось в ответ на заданные стимулы написать первые пришедшие в голову слова, количество реакций не ограничивалось.

Всего в ходе эксперимента на ЦО ФИОЛЕТОВЫЙ было получено 84 реакций, 9 из которых относятся к повторяющимся реакциям (см. табл. 1) (нужно отметить, что именно описываемое прилагательное вызвало меньше всего реакций по сравнению с другими ЦО – см.: [9]). Под повторяющимися реакциями понимаются те реакции, частота упоминания которых больше единицы (частота упоминания указана в скобках); в таблице орфография сохранена в том виде, в каком написали Ии.

Таблица 1

| Юноши | Девушки |
|---|---|
| Баклажан (3), сирень (3), Франция (3), радуга (2), ручка (2), фломастер (2), цвет (2), аватар (1), безразличность (1), бесит (1), больница (1), вечность (1), виноград (1), волна (1), галстук (1), доброта (1), зачетка (1), зонтик (1), корсет (1), кофта (1), кружева (1), люди (1), машина (1), молодежь (1), непредсказуемость (1), носок (1), одежда (1), пакет (1), печать (1), платок (1), платье (1), самый страшный (1), свитер (1), спектр (1), спокойствие (1), стержень (1), так себе (1), фиалка (1), финиш (1), хиппи (1), цвет фар (1), чехлы в автомобиле (1), эмо (1), яд (1), яркий (ядерный) (1), | Фиалка (3), платье (2), баклажаны (1), браслет (1), вечер (1), вызывает позитив (1), грустный (1), игривый (1), камаз (1), карандаш (1), кофта (1), красиво (1), мороз (1), неопределенность (1), ногти (1), носок (1), обожаю (1), пассивный (1), радуга (1), сапоги (1), строгий (1), тени (1), туфли (1), холод (1), цвет в моде (1), цветок (1), шарик (1), шарф (1), |

Далее в ходе анализа материалов реакции, полученные в ходе АЭ, трактуются как индивидуальное знание, а данные лексикографических источников – как культурное знание.

В словарях русского языка ЦО ФИОЛЕТОВЫЙ имеет одно значение: ЛСВ1 – ‘имеющий цвет фиалки: синий с красноватым оттенком, темно-лиловый’ [5; 7]. По мнению Ии., прототипами данного цвета являются, кроме фиалки, *баклажан (4)* и *сирень (3)*. Образ данного ЦО в сознании Ии. можно назвать крайне неоднозначным (не случайно среди ответов испытуемых присутствует реакция *неопределенность*). Часть Ии. относится к нему положительно (реакции: *вызывает позитив (1)*, *игривый (1)*, *красиво (1)*, *спокойствие (1)*), другие оценивают его скорее негативно (*строгий (1)*, *холод (1)*, *мороз (1)*, *грустный (1)*, *пассивный (1)*, *больница (1)*, *безразличность (1)*, *самый страшный (1)*, *яд (1)*). Подобное отношение к ЦО ФИОЛЕТОВЫЙ может быть связано с символикой данного ЦО и с психологией его

восприятия. Так, в «Словаре символов» фиолетовый описывается следующим образом:

«Этот цвет связан со сдержанностью, умеренностью, духовностью и раскаянием, а также с переходом от активного к пассивному, от мужского к женскому, от жизни к смерти. Подобные интерпретации основаны на смешении красного (страсть, огонь или земля) с синим (интеллект, вода или небо)» [10].

Т.е. символика данного цвета носит неоднозначный характер, что отразилось и в реакциях, полученных нами в ходе АЭ.

Еще одним фактором, повлиявшим на такое неоднозначное отношение к исследуемому ЦО, может быть его этимология. Действительно, согласно данным Н.Б. Бахилиной, ЦО ФИОЛЕТОВЫЙ появилось в русском языке не ранее второй половины XVIII века [1, с. 247], а по данным этимологического словаря П.Я. Черных, первое упоминание этого ЦО в литературе относится к 1762 году [12, с. 315].

На втором этапе с целью изучения эмоционального отношения и его связи с внутренним образом ЦО было проведено исследование с использованием методики СД (см.: [8; 13] и др.). СД в психолингвистике – это метод количественного и качественного «индексирования» (оценки) значения слова с помощью двухполосных шкал, на каждой из которых имеется градация с парой антонимических прилагательных [3, с. 305]. Оценки понятий по разным шкалам коррелируют друг с другом, и с помощью ФА удается сгруппировать их в факторы. В исследованиях Ч. Осгуда было выделено три основных фактора: «оценка» (evaluation), «сила» (potency), «активность» (activity).

В экспериментальном исследовании приняли участие 80 русских Ии. (48 юношей и 32 девушки, носители русской культуры), студенты первого и второго курсов Юго-Западного государственного университета в возрасте от 17 лет до 21 года, средний возраст – 18 лет. Однако следует отметить, что для дальнейшей обработки были взяты бланки, заполненные 71 респондентом (39 молодых людей и 32 девушки); оставшиеся 9 бланков считались испорченными из-за большого количества незаполненных шкал или несознательного отношения Ии. к выполнению задания.

Ии. было предложено оценить ЦО по двадцати двухполосным шкалам (см. табл. 2). Выбор шкал был определен с учетом требований к отбору шкал для проведения исследования с использованием СД, а именно: метафоричности шкалы, универсальности шкалы, учета синонимии при выборе полюсов шкалы, контекстуальности шкалы и заданности шкалы респонденту [4, с.1000]. Исследование проводилось с использованием семибалльной шкалы, что позволило наглядно выявить как качество, так и интенсивность значения изучаемого признака.

Таблица 2

| № пп | Название шкалы | № пп | Название шкалы |
|------|------------------------------|------|------------------------------|
| 1 | приятный – неприятный | 11 | хороший – плохой |
| 2 | радостный – печальный | 12 | мужественный – женственный |
| 3 | теплый – холодный | 13 | сильный – слабый |
| 4 | активный – пассивный | 14 | воинственный – миролюбивый |
| 5 | расслабленный – напряженный | 15 | формальный – неформальный |
| 6 | смешной – серьёзный | 16 | успокаивающий – возбуждающий |
| 7 | динамичный – статичный | 17 | предпочитаемый – отвергаемый |
| 8 | эмоциональный – рациональный | 18 | добрый – злой |
| 9 | прекрасный – безобразный | 19 | позитивный – негативный |
| 10 | искренний – неискренний | 20 | весёлый – грустный |

Ии. была предложена следующая инструкция:

«Оцените каждый из предложенных вам цветов по каждой из характеристик по шкале от «+3» до «-3» в соответствии с вашими ощущениями. Используя знак «X», обозначьте то место на шкале, которое наилучшим образом описывает ваше мнение. Пожалуйста, постарайтесь дать вашу оценку по каждой характеристике».

Из личных данных респондентам предлагалось указать только пол и возраст. Время, отведенное на выполнения задания, не было ограничено, однако Ии. просили ставить оценки, не задумываясь, на основе первого впечатления.

На первом этапе обработки результатов эксперимента был проведен анализ средних величин по шкалам (среднее арифметическое, среднее отклонение), высчитано количество различных вариантов ответов по каждой шкале. Для установления степени достоверности выводов, сделанных на основе первичного анализа, находились математическое ожидание (среднее всех оценок), среднеквадратичное отклонение («разброс» оценок), эксцесс («острота» максимума и отсутствие побочных максимумов) и мода. Далее, на основе анализа шкал вычислялся процент положительных и отрицательных оценок. В целом можно отметить, что как девушки, так и молодые люди оценили ФИОЛЕТОВЫЙ как 'радостный' – 70% (64% молодых людей и 78% девушек), 'хороший' – 66% (54% и 81%), 'приятный' – 65% (59% и 72%), 'добрый' – 51% (49% и 53%). Девушки также оценили его как 'активный' (72%), 'прекрасный' (69%), 'позитивный' (69%), 'эмоциональный' (69%), 'сильный' (66%), 'искренний' (66%), 'весёлый' (59%), 'предпочитаемый' (56%), 'женственный' (50%). Это, с одной стороны, одно из самых нейтральных ЦО, которое вызывает в сознании носителя языка меньше всего реакций. С другой стороны проведенный АЭ показал, что отношение к ЦО ФИОЛЕТОВЫЙ можно назвать неоднозначным. Именно этот цвет

вызвал больше всего ассоциаций, указывающих на эмоциональное воздействие, хотя в целом большая часть реакций на него – это предметные реакции (которые отражают индивидуальный опыт испытуемых). Одним Из. этот цвет нравится (*обожаю, вызывает позитив, яркий, красиво*), другим нет (*бесит, грустный, пассивный, яд*), хотя в большинстве случаев он не вызывает никаких эмоций (*так себе, безразличность, неопределенность*).

На втором этапе обработки полученных данных был проведен ФА с использованием пакета STATISTICA, в котором реализованы процедуры для анализа данных, управления данными, добычи данных, визуализации данных. Для обработки результатов был выбран метод Equamax normalized, так как при использовании именно этого метода все коррелирующие между собой признаки объединяются в факторы с наибольшим процентом вхождения. В результате обработки выделены факторные структуры и найдены нагрузки по отдельным факторам.

Рассмотрим результаты, полученные в ходе ФА (см. табл. 3).

Таблица 3

| Юноши | | Девушки | |
|--------------------------|---|-------------------------|---|
| ОЦЕНКА | Радостный / печальный Активный / пассивный Смешной / серьезный Динамичный / статичный Хороший / плохой Позитивный / негативный Весёлый / грустный | ОЦЕНКА | Эмоциональный / рациональный Прекрасный / безобразный Искренний / неискренний Хороший / плохой Предпочитаемый / отвергаемый Добрый / злой Позитивный / негативный |
| | | ЖЕНСТВЕННОСТЬ | Мужественный / женственный |
| СИЛА | Мужественный / женственный Сильный / слабый Воинственный / миролюбивый | ЭМОЦИОНАЛЬНОСТЬ | Приятный / неприятный Радостный / печальный Тёплый / холодный |
| ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ОТНОШЕНИЕ | Предпочитаемый / отвергаемый | ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КОМФОРТ | Расслабленный / напряжённый |
| ФОРМАЛЬНОСТЬ | Формальный / неформальный | ФОРМАЛЬНОСТЬ | Формальный / неформальный |

В целом можно отметить, что нагрузки по всем выделенным факторам распределены достаточно равномерно. Наибольшую нагрузку для молодых людей несут факторы «оценка» и «сила», а для девушек – «оценка» и «эмоциональность» (при этом в обоих случаях нагрузка по

фактору «оценка» значительно превышает нагрузки по остальным выделенным факторам).

В качестве одного из методов исследования мы предлагаем анализ кривых распределения ответов респондентов после проведения ФА. Если распределение нормальное, то по данному фактору можно судить о некоторых склонностях респондентов (в зависимости от того, что покажет среднее) или отсутствии ярко выраженных ассоциаций с цветом. Если распределение будет ближе к пуассоновскому или геометрическому, то можно будет говорить о наличии внешнего влияния (с точки зрения математической статистики, когда в каждом опыте присутствует довлеющий фактор, который заставляет давать определенные ответы). В нашем случае таким фактором может быть наличие стойких ассоциаций в сознании респондентов, культурное знание о ЦО.

На гистограмме представлено распределение ответов молодых людей по фактору «оценка» (см. рис. 1). Можно отметить, что данное распределение является нормальным со средним значением 0,42 и модой «0», что позволяет сделать вывод о слабом положительном отношении испытуемых к ЦО ФИОЛЕТОВЫЙ.

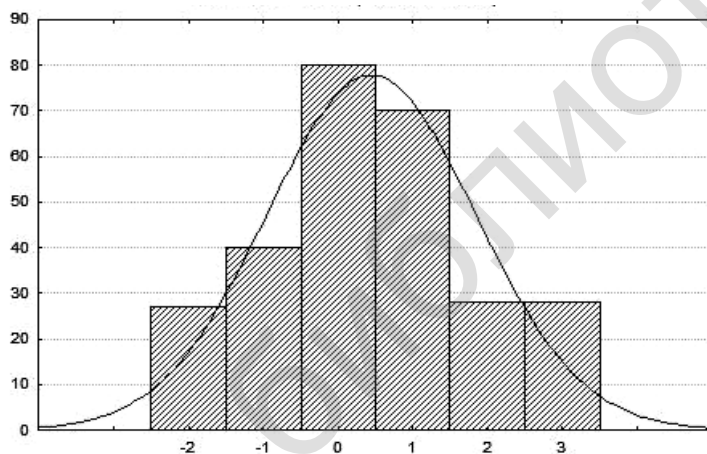


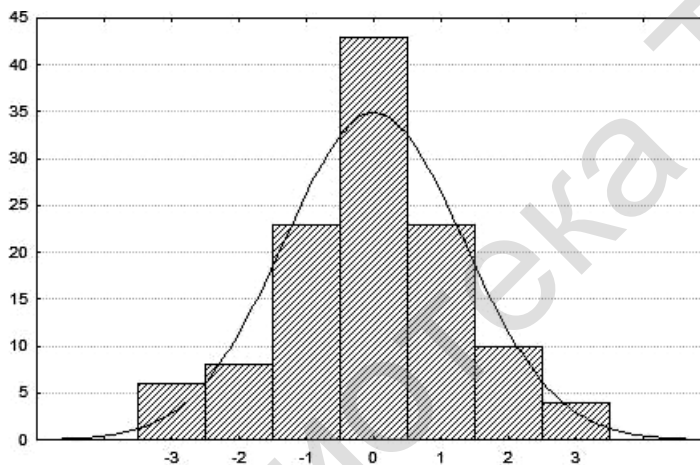
Рис. 1. Гистограмма для фактора «оценка» (юноши)

Практически то же самое справедливо и по отношению к распределению оценок по фактору «сила» (см. рис. 2). Однако в данном случае отношение абсолютно нейтрально.

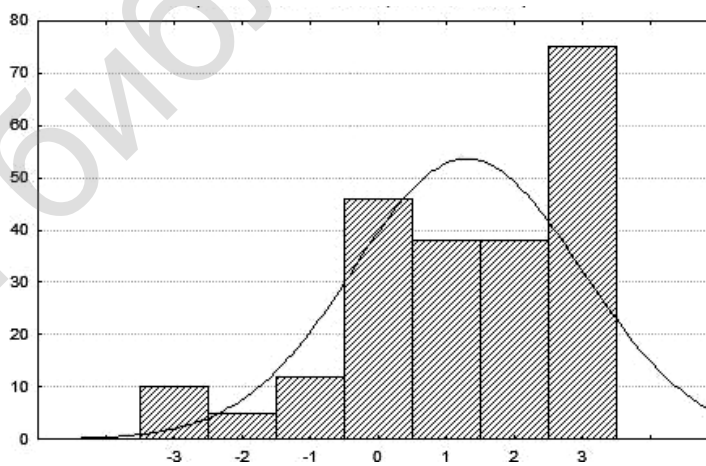
Далее рассмотрим распределения ответов по факторам, выделяемым в ответах девушек. На следующем графике представлено распределение ответов девушек по фактору «оценка» (см. рис. 3).

На гистограмме видно, что отношение девушек к ЦО ФИОЛЕТОВЫЙ неоднозначно. Данное распределение представляет собой как бы синтез геометрического и нормального распределения. С одной стороны выделяется группа Ии., которая положительно

относится к данному ЦО, а с другой стороны группа с отрицательным и нейтральным отношением. Можно сказать, что в данном случае сыграли роль индивидуальные предпочтения Ии. К тому же, как показывают результаты эксперимента, большинство девушек считают фиолетовый женственным, что сказывается на его положительной оценке, т.е. факторы «оценка» и «женственность» в данном случае являются взаимозависимыми. В ответах Ии. мужского пола шкала «мужественный – женственный» не выделяется как отдельный фактор, а лишь является составной частью фактора «сила».



Р и с . 2 . Гистограмма для фактора «сила» (юноши)



Р и с . 3 . Гистограмма для фактора «оценка» (девушки)

Можно сделать вывод, что в семантическом пространстве ЦО ФИОЛЕТОВЫЙ как девушки, так и молодые люди выделяют факторы «оценка» и «формальность», а также факторы, имеющие в своей

структуре оценочный компонент («психологический комфорт», «эмоциональность», «индивидуальное предпочтение»), которые оказывают влияние на результаты, полученные по фактору «оценка».

Обращает на себя внимание тот факт, что ЦО ФИОЛЕТОВЫЙ вызвало больше всего затруднений при проведении АЭ. Некоторые Ии. жаловалась, что в целом все заполнили, но никак не могут придумать ассоциации к этим цветам, что им по этому поводу ничего не приходит в голову. Кроме того, при проведении исследования с использованием методики СД это ЦО получило большинство нейтральных оценок (особенно у юношей). Подобное совпадение никак нельзя назвать случайным. Так, по гипотезе Б. Берлина и П. Кея, ЦО ФИОЛЕТОВЫЙ появляется в языке на заключительных ступенях развития, что, согласно данным этимологических словарей, справедливо и для русского языка. Это позволяет предположить, что за свое недолгое существование в языке эти ЦО практически не приобрели никаких переносных значений. Кроме того, можно отметить, что эти ЦО не входят в состав устойчивых словосочетаний и фразеологизмов. Единственное устойчивое словосочетание, содержащее ЦО ФИОЛЕТОВЫЙ, «мне все фиолетово», что, кстати, значит «никак», «безразлично», т.е. нейтрально, появившееся в современном разговорном русском языке, отражает в целом и само отношение к ЦО ФИОЛЕТОВЫЙ. Также можно отметить тот факт, что данный цвет в природе не очень распространен и встречается довольно редко.

Список литературы

1. Бахилина Н.Б. История цветообозначений в русском языке [Текст] / Н.Б. Бахилина. – М. : «Наука», 1975. – 288 с.
2. Василевич А.П. Языковая картина мира цвета. Методы исследования и прикладные аспекты [Текст] : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / А. П. Василевич ; Ин-т языкознания РАН. – М., 2003. – 95 с.
3. Глухов В.П. Основы психолингвистики : учеб. пособие для студентов [Текст] / В.П. Глухов. – М. : АСТ : Астрель, 2005. – 351 с.
4. Грицанов А.А. Социология: Энциклопедия [Текст] / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин и др. – Минск : Книжный Дом, 2003. – 1312 с.
5. Ефремова Т.Ф. Современный толковый словарь русского языка : В 3 т. Т. 1. А – Л [Текст] / Т.Ф. Ефремова. – М. : АСТ : Астрель, 2006. – 1168 с.
6. Залевская А.А. Психолингвистические исследования: Слово. Текст : избр. тр. [Текст] / А.А. Залевская. – М. : Гнозис, 2005. – 543 с.
7. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка [Текст] / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – 4-е изд. – М. : ИТИ Технологии, 2007. – 944 с.

8. Петренко В.Ф. Введение в экспериментальную психосемантику: исследование форм репрезентации в обыденном сознании [Текст] / В.Ф. Петренко. – М. : Изд-во МГУ, 1983. – 175 с.
9. Таныгина Е.А. Особенности восприятия цветообозначений русского языка (на основе результатов ассоциативного эксперимента) [Текст] / Е.А. Таныгина // Концепт и культура : сб. науч. ст. : Материалы 4-ой междунар. лингвистической конф., 5-6 окт., 2010 г. / КемГУ. – Кемерово, 2010. – С. 175–179.
10. Тресиддер Д. Словарь символов [Электронный ресурс] / Д. Тресиддер. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/JekTresidder/640.php.
11. Фрумкина Р.М. Психолингвистика : учеб. пособие [Текст] / Р.М. Фрумкина. – М. : АСАДЕМА, 2001. – 320 с.
12. Черных П.Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка : В 2 т. Т.2. ПАНЦИРЬ – ЯЩУР [Текст] / П.Я. Черных. – М. : «Русский язык», 1999. – 560 с.
13. Osgood, Ch. E., The Measurement of Meaning [Текст] / Ch. Osgood, G. Suci, P. Tannenbaum. – University of Illinois Press, 1957. – 346 p.
14. Sharifian, F. Distributed, emergent cultural cognition, conceptualisation, and language [Текст] / A. Sharifian // R.M. Frank, R. Dirven, T. Ziemke, & E. Bernandez (Eds.). Body, Language, and Mind. –Vol. 2 : Sociocultural Situatedness. – Berlin; New York : Mouton de Gruyter, 2008. – Pp. 109–136.

INNER IMAGE OF COLOUR TERM *ФИОЛЕТОВЫЙ* (PURPLE) IN MODERN RUSSIAN CULTURE

Е.А. Tanygina

South-West State University, Kursk

The paper examines the results of a research studying the inner image of colour terms in the consciousness of the bearers of modern Russian culture with reference to Russian colour term *фиолетовый* (purple). The following methodology was applied: association experiment, semantic differential, factor analysis.

Keywords: *colour term, inner image, consciousness, association experiment, semantic differential, factor analysis.*

Об авторе:

ТАНЫГИНА Елена Александровна – аспирант кафедры иностранных языков Юго-Западного государственного университета,
e-mail: eabel@yandex.ru.

Научная библиотека ТвГУ