

На правах рукописи



Таныгина Елена Александровна

ОБРАЗ ЦВЕТА В СОЗНАНИИ НОСИТЕЛЯ ЯЗЫКА

Специальность 10.02.19 – теория языка

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Курск – 2012

Работа выполнена на кафедре иностранных языков
Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
«Юго-Западный государственный университет»

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор
Мягкова Елена Юрьевна

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
Кошарная Светлана Алексеевна

кандидат филологических наук
Девицкая Зоя Борисовна

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Тверской государственный
университет»

Защита состоится 22 марта 2012 г. в 12 часов на заседании объединенного
диссертационного совета ДМ 212.104.02 при Курском государственном
университете по адресу: 305000, г. Курск, ул. Радищева, 33.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Курского
государственного университета по адресу: 305000, г. Курск, ул. Радищева, 33.

Автореферат разослан «___» февраля 2012 г.

Ученый секретарь объединенного
диссертационного совета
доктор филологических наук



И.С. Климас

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

С древнейших времен цвет является одним из средств осмысления мира и служит для обозначения наиболее важного в природе и наиболее ценного в человеке. Большую роль при исследовании цвета и цветовой символики играет исторический и культурный опыт человека, накладывающий свой отпечаток на использование цветообозначений (ЦО) в переносном значении. Как компонент культуры, цвет приобретает сложную и разнообразную систему смыслов и толкований. Цветовая среда, цветовое видение мира в каждую эпоху осмысливаются в соответствии с «цветокультурными» установками.

В настоящее время цвет рассматривается в разных сферах и с различных точек зрения: с точки зрения проблемы психологического воздействия цвета (П.В. Яньшин; F. Birren; Б.А. Базыма); проблемы взаимосвязи между числом цветоименований и уровнем культурной эволюции общества (В. Berlin, P. Kay, E. Rosch, M. Dowman, С.К. McDaniel, У. Чейф, Т. Belpaeme, L. Steels, В. Saunders, А. Вежбицкая); проблем происхождения ЦО (Н.Б. Бахилина, А.П. Василевич, И.В. Садыкова, Т.И. Колесникова). Проводятся исследования ЦО с применением интернет-технологий (N. Moroney, E.P. Volkova), сопоставительные исследования ЦО различных языков (В.А. Москович, Н.Ф. Пелевина, А.Н. Майзина, С.В. Иваненко), изучение роли ЦО в создании художественных образов (И.В. Бондаренко, О.А. Гузеева, И.Н. Лукьяненко, Н.В. Шелепова и др.). В отдельную группу можно выделить работы, посвященные исследованию ЦО с точки зрения лингвокультурологии (Л.А. Голубь, Т.Ю. Светличная, О.В. Праченко, С.В. Мичугина, В.Г. Кульпина, С.Г. Тер-Минасова) и когнитивной лингвистики (Е.В. Рахилина, R. MacLaury, Е.В. Люкина, М.Е. Прохорова, Н.С. Братчикова), а также работы, написанные в русле психолингвистики (А.П. Василевич, Р.М. Фрумкина, А.И. Белов, Е.Н. Колодкина). Однако, несмотря на наличие большого числа исследований в области ЦО, многие вопросы до сих пор остаются актуальными для изучения.

Актуальность избранной темы определяется тем, что главный вопрос многих гуманитарных наук – взаимоотношение языка и сознания, мышления и речи – до сих пор остается нерешенным. Актуальность данной работы связана также с отсутствием в настоящее время комплексных объяснительных концепций и моделей, помогающих приблизиться к осознанию того, как язык отражает человеческий опыт, представленный в этнически обусловленном сознании, и оптимизировать общение (обеспечить бесконфликтную коммуникацию). Поэтому вопрос об образе ЦО русского языка, его особенностях, а также рассмотрение проблем, связанных с восприятием цвета, в плане коммуникации (как интра-, так и межкультурной), представляют большой интерес для исследования.

Объект исследования: русские ЦО, традиционно выделяемые в качестве основных, а именно: *красный, синий, черный, белый, зеленый, желтый,*

голубой, серый, оранжевый, фиолетовый, розовый и коричневый (здесь и далее в работе все ЦО выделены жирным курсивом).

Предмет исследования: образ цвета («отражение» цвета) в сознании носителя русской культуры как единство культурного знания, перцептивного впечатления, вызываемого словом, и индивидуального опыта носителя языка.

Языковым материалом исследования послужили основные русские ЦО, данные лексикографических источников (толковых, этимологических и ассоциативных словарей), данные свободного ассоциативного эксперимента.

Теоретическим основанием настоящего исследования являются психолингвистическое учение о слове А.А. Залевской, концепция культурного знания Ф. Шарифиана, работы А.П. Василевича и Р.М. Фрумкиной по изучению ЦО в психолингвистическом аспекте.

Гипотеза: исследование специфики образа ЦО в сознании носителя языка основывалось на предположении о том, что между образом цвета, устоявшимся в культуре и зафиксированным средствами языка, и его образом в сознании рядового носителя языка имеются различия, обусловленные как социально-культурными (временными, гендерными и др.), так и индивидуальными факторами.

Цель работы: изучение особенностей бытования основных ЦО русского языка в сознании носителей русского языка/культуры через анализ ассоциаций и смысловых вариантов ЦО.

Для достижения обозначенной цели были поставлены и решены следующие **задачи**:

- 1) проанализировать современное состояние проблемы изучения цвета и ЦО и выбрать направление исследования;
- 2) выявить семантическую структуру изучаемых слов;
- 3) выбрать методики экспериментального исследования;
- 4) организовать и провести экспериментальное исследование;
- 5) проанализировать полученные в ходе эксперимента данные и сопоставить семантическую структуру слов-ЦО и их актуальное психологическое значение;
- 6) выявить на основе полученных данных особенности образа основных русских ЦО в сознании носителя русской культуры;
- 7) исследовать реальное смысловое сходство/различие образов языкового сознания в области восприятия цвета носителями русской и мьянманской культур для получения более объективного представления об образе ЦО;
- 8) исследовать основные факторы, влияющие на формирование образа данных ЦО в сознании носителя языка, а также провести анализ полученных данных с учетом гендерных характеристик.

Методы исследования.

1. Описательный метод, метод дефиниционного анализа и синтеза, метод классификации.

2. Психолингвистические методы (метод свободных ассоциаций и семантический дифференциал).

3. Методы статистической обработки данных: факторный анализ, методы определения количественных (математическое ожидание, дисперсия, эксцесс) и качественных (нормальность, мономодальность / полимодальность) характеристик распределения.

Научная новизна предлагаемого исследования состоит в комплексном подходе к исследованию ЦО с использованием психолингвистических методов и методов статистической обработки данных с целью выявления особенностей образа основных русских ЦО в сознании носителя русской культуры. При этом слово рассматривается как средство доступа к образу ЦО в сознании носителя языка.

Теоретическая значимость. Уточняются представления о закономерностях формирования и особенностях образа прилагательных-ЦО в сознании носителя русской культуры. Показано, что образ ЦО в сознании носителя языка формируется под влиянием культуры, следствием чего являются несовпадения образов цвета у носителей разных языков. Продемонстрирована подвижность образа цвета, обусловленная изменениями в жизни общества. Используемая методика выявления особенностей восприятия слов-ЦО может быть использована по отношению к другим цветовым прилагательным как в русском, так и в других языках, а в дальнейшем – при сопоставительном изучении семантических и символических структур ЦО в родственных и неродственных языках. Данное исследование дает материал для дальнейших теоретических обобщений, выявления глубинных сходств и различий между языками.

Практическая значимость. Результаты проведенного исследования могут быть использованы при разработке общетеоретических и конкретных вопросов психолингвистики, этимологии, при составлении толковых и ассоциативных словарей, в вузовской учебной практике (на занятиях по лексикологии, теории языка со студентами филологических специальностей), а также при подготовке студентами рефератов и курсовых работ по данным дисциплинам.

На защиту выносятся следующие положения.

1. Слова-ЦО, как средства доступа к внутреннему миру человека, могут служить для выявления (и описания) образа цвета в сознании носителя языка. Синестетические свойства цвета, отображаемые ЦО, определяют многомерность образа цвета в сознании носителя языка.

2. Образ цвета является динамичным и меняется в зависимости от изменений реалий культурной и социальной среды; разные культурные традиции определяют различия в восприятии и использовании основных слов-цветонаименований.

3. На формирование образа ЦО в сознании носителя языка оказывает влияние как индивидуальный опыт отдельного человека (его индивидуальное знание), так и культурное знание о данном цвете. На формирование образа ЦО в сознании рядового носителя языка оказывают влияние гендерные стереотипы.

4. Для выявления значимых характеристик образа ЦО в сознании носителя языка необходимо использовать комплекс методик исследования.

Апробация работы. Основные положения и результаты диссертационной работы докладывались и обсуждались на международных и всероссийских конференциях: I и II Международной научно-методической конференции «Теория и практика языковой коммуникации» (г. Уфа, УГАТУ, 2009, 2010 гг.), IV Международной научной конференции «Концепт и культура» (г. Кемерово, КемГУ, 2010); III Международной молодежной научной конференции «Молодежь и XXI век – 2011» (г. Курск, ЮЗГУ, 2011), III Всероссийской научно-практической конференции «Язык для специальных целей: система, функции, среда» (г. Курск, КурскГТУ, 2010); на научно-практической конференции «Язык для специальных целей: система, функции, среда» (г. Курск, КурскГТУ, 2008); на студенческой конференции «Актуальные проблемы современного иноязычного образования» (г. Курск, КГУ, 2008), а также на заседаниях кафедры иностранных языков ЮЗГУ.

Структура и объем работы. Диссертационная работа носит экспериментально-теоретический характер. Ее структура обусловлена целями и задачами исследования. Работа состоит из введения, трех глав и заключения (155 страниц основного текста, 55 рисунков), списка использованных источников и списка использованных словарей (на 20 страницах), двух приложений (на 25 страницах).

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы, формулируются объект, предмет, цель и задачи исследования, представляется теоретическая база и методы исследования, излагаются новизна, теоретическая и практическая значимость работы, положения, выносимые на защиту.

В первой главе «Основные направления в исследовании цвета и цветоименований» осуществляется обзор подходов к исследованию цвета и ЦО, существующих в различных науках: физике, физиологии, психологии, а также в различных отраслях лингвистики.

Анализ литературы показывает актуальность исследования данной тематики. Можно сказать, что сегодня группа слов-цветообозначений является одной из самых интригующих и перспективных для изучения в лингвистике. Отдельное место занимают исследования, проводимые в рамках лингвокультурологического и психолингвистического подходов. Наблюдается переход от изолированного изучения ЦО к их комплексному изучению в аспекте проблемы взаимосвязи языка и сознания. Цвет рассматривается как

неотъемлемый элемент культуры, который находит свое отражение в языковом сознании индивида.

В психолингвистических работах цвет понимается как своеобразный «сквозной образ, значимый для конструирования национальных "картин мира"» [Белов 1988: 50], что подчеркивает связь ЦО с определенными культурно-закрепленными эмоциональными состояниями и ситуациями.

В монографии Р.М. Фрумкиной «Цвет, смысл, сходство» говорится, что в психике абсолютно любого носителя языка существует «наивная картина мира цвета, которая фиксируется посредством языка, хотя ни процесс фиксации, ни возникающие при этом связи и отношения самим говорящим не осознаются» [Фрумкина 1984: 32].

Наиболее полное исследование цвета с точки зрения психолингвистики можно найти в работах А.П. Василевича (1987, 2003). В своих работах автор уделяет внимание различным вопросам: психологической значимости ЦО, особенностям образования цветоименований, семантике ЦО, сопоставительному анализу слов-ЦО в различных языках, изменениям в составе групп ЦО.

В целом, исследования Р.М. Фрумкиной показали, с каким другим именем цвета связано изучаемое ЦО семантическими отношениями сходства, а работы А.П. Василевича раскрывают различные возможности исследования ЦО. Однако вопрос об образе цвета в сознании носителя того или иного языка на данный момент остается актуальным для изучения.

Рассмотрим кратко вопрос о значении понятия «образ» с точки зрения психолингвистики. Образ языкового сознания – «это совокупность перцептивных, концептуальных и процедурных знаний носителя культуры об объекте реального мира, овнешненных средствами языка – слов, свободных и устойчивых словосочетаний, предложений, текстов и ассоциативных полей» [Тарасов 2000: 26]. Слово лишь указывает на образ языкового сознания, репрезентирует его. Образ языкового сознания – это модель, отражающая структуру представления знаний человека о предмете действительности (см. подробнее [Языковое сознание: формирование и функционирование 1998; Языковое сознание и образ мира 2000]). Под понятием «образ» в нашей работе понимается некое «знание», стоящее за словом, причем это знание включает в себя не только культурный, но и чувственный опыт индивида.

Особое внимание стоит уделить вопросу о том, каким образом наши знания о цвете как физическом и психическом явлении связаны с нашими знаниями о цветоименованиях. С этой точки зрения интересным представляется рассмотрение проблемы соотношения знания и слова. Согласно концепции индивидуального знания А.А. Залевской [Залевская 2005], языковые знания для индивида существуют не сами по себе, а лишь в контексте его многообразного опыта, формируемого через его личностное переживание и отношение. По мнению исследователя, «для носителя языка не существует проблемы «изолированного» слова, поскольку опознать слово как таковое уже

означает включить его в контекст предшествующего опыта» [Залевская 1999: 32]. А.А. Залевская предлагает различать индивидуальное и коллективное знание. Под «индивидуальным знанием» понимаются принципиальные особенности знания как достояния индивида, т.е. знания, формирующегося по закономерностям психической деятельности, но под воздействием и контролем выработанных социумом норм и оценок [там же]. Функционирование индивидуального знания опирается на многочисленные опоры. «Принцип включения во множество связей непосредственно увязан с принципом/механизмом ассоциирования и с принципом выхода на образ мира с учетом многообразных выводных знаний (энциклопедических и языковых) на разных уровнях осознания» [там же: 54].

Ассоциация – это «связь между некими объектами или явлениями, основанная на нашем личном, субъективном опыте. Опыт этот может совпадать с опытом той культуры, к которой мы принадлежим, но всегда является также и сугубо личным, укорененным в прошлом опыте отдельного человека» [Фрумкина 2001: 189]. То есть, знание индивидуальное и коллективное часто не совпадают или совпадают частично. Понятие коллективного знания связано с понятием знания культурного. Попытка определения структуры культурного знания была предпринята Ф. Шарифианом (2008). Он рассматривает знание как культурно-обусловленное, принадлежащее группе, являющееся результатом взаимодействия людей, принадлежащих к одной культуре. Культурное знание неодинаково распределено между носителями определенной культуры.

Итак, для того чтобы выявить психологически реальное значение ЦО, недостаточно просто обратиться к значению, зафиксированному в словаре. Изучение этого значения может быть построено с использованием ассоциативного эксперимента как способа определения скрытых связей и смыслов отдельных ЦО. Этот метод также помогает выявить специфику образа ЦО в сознании носителей языка.

Все изложенное выше позволило выдвинуть предположение о том, что образ цвета, зафиксированный в культуре народа, и значение соответствующего ЦО не идентичны образу цвета в сознании носителя языка. При исследовании ЦО как средства доступа к внутреннему миру человека с целью выявления стоящего за ними образа в сознании носителя языка, необходимо применение комплекса методик исследования, с учетом данных лингвистики, лингвокультурологии, психологии для получения наиболее полной картины исследуемого феномена. С одной стороны, представляется возможным изучение «наивной картины мира цвета» отдельных носителей языка. С другой стороны, важным является также и изучение культурных представлений о данном цвете.

Во второй главе «Особенности образа цветообозначений русского языка (на основе результатов ассоциативного эксперимента)» описываются результаты исследования образа ЦО в сознании носителей русского языка,

выявленные в ходе свободного ассоциативного эксперимента (АЭ) с носителями современной русской культуры.

Рассмотрев вопрос о соотношении знания и наименования в психолингвистике, мы пришли к выводу, что для выявления образа ЦО целесообразно использовать АЭ, так как полученные в ходе исследования с использованием данной методики ассоциации можно рассматривать как результаты отражения бытования того или иного ЦО в языковом сознании отдельного носителя языка.

В свободном ассоциативном эксперименте приняли участие 67 испытуемых (42 юноши и 25 девушек, носители русского языка), студенты первого и второго курсов Юго-Западного государственного университета в возрасте от 17 лет до 21 года, средний возраст – 18 лет. Испытуемым предлагалось написать первые пришедшие в голову слова на заданные стимулы, количество реакций не ограничивалось.

Всего в ходе эксперимента было получено 1405 реакций: 917 – от юношей, 488 – от девушек. Большинство испытуемых ограничивались одним-двумя ответами, причем эти реакции совпали с зафиксированными в Русском ассоциативном словаре [РАС 1997]. На исследуемые ЦО было получено следующее количество реакций: *красный* – 167, *черный* – 142, *зеленый* – 132, *белый* – 128, *синий* – 120, *серый* – 98, *желтый* – 120, *коричневый* – 104, *оранжевый* – 103, *фиолетовый* – 84, *розовый* – 103, *голубой* – 104. Наибольшее число повторяющихся ассоциаций у ЦО *белый* (22), *красный* (20) и *черный* (19), наименьшее – у ЦО *оранжевый* (10) и *фиолетовый* (9).

На первом этапе обработки результатов, полученных в ходе АЭ, была проанализирована принадлежность полученных реакций к различным частям речи. Большинство полученных реакций представлены одним словом, причем в основном это существительные (83,71 %), хотя можно отметить наличие небольшого числа прилагательных (7,1%), наречий (0,42%) и глаголов (0,35%); словосочетаний – 5,54%. В отдельную группу были отнесены имена собственные, названия, топонимы (2,88%).

Далее все полученные в ходе эксперимента ассоциации были распределены по группам с использованием классификации Е.И. Горошко [Горошко 2000]. Наиболее частыми как у мужчин, так и у женщин оказались предметные реакции. Самое большое число предметных реакций получили ЦО *синий*, *желтый* и *зеленый* (более 70% от общего числа реакций), меньше всего – *черный* (29%) и *серый* (37%). Больше всего метафорических реакций было дано на ЦО *черный*, *красный* и *белый*, меньше всего – на ЦО *зеленый* и *коричневый*. Самым метонимичным оказалось ЦО *голубой*, на прилагательное *серый* таких реакций не было. Наибольшее число устойчивых словосочетаний отмечено у ЦО *белый* и *серый*, на слова *коричневый*, *желтый*, *оранжевый* и *фиолетовый* такие реакции отсутствовали. Эмоционально-оценочных реакций больше всего у ЦО *красный* и *черный*, меньше всего у ЦО *голубой*.

По результатам проведенного исследования была составлена сводная таблица частотных реакций на двенадцать основных ЦО русского языка (в скобках указано количество упоминаний ассоциации) (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Сводная таблица частотных реакций

Красный	<i>Кровь (26), страсть (9), помидор (8), роза (6), сердце (5), нос (5), Дед Мороз (4), любовь (4), огонь (4), цвет (4), яркий (4), тюльпан (3), бык (3), красивый (3), коммунизм (2), Красная Шапочка (2), машина (2), огнетушитель (2), перец (2), страстный (2), флаг (2).</i>
Черный	<i>Ночь (14), смерть (9), траур (5), афроамериканец (4), гот (4), земля (4), квадрат (4), нефть (4), ворон (3), грусть (3), колеса (3), кот (3), кофе (3), темнота (3), бумер (2), мрачный (2), печаль (2), платье (2), тьма (2).</i>
Синий	<i>Небо (24), море (12), вода (8), океан (5), зачетка (4), иней (4), ручка (4), холодный (4), машина (3), джинсы (2), краска (2), милиционер (2), нос (2), экран (2).</i>
Зеленый	<i>Трава (32), лес (7), дерево (6), лист (4), яблоко (4), глаза (3), елка (3), лето (3), природа (3), травка (3), деньги (2), луг (2), радость (2).</i>
Серый	<i>Волк (12), мышь (10), мышка (5), скучный (5), асфальт (4), кот (4), грусть (3), день (3), дождь (2), лед (2), небо (2), незаметный (2), толпа (2), туман (2).</i>
Коричневый	<i>Шоколад (13), кора дерева (7), земля (6), дерево (5), дом (4), медведь (4), осень (4), стол (4), двери (3), грязь (3), Чебурашка (3), грустный (2), песок (2), шкаф (2).</i>
Белый	<i>Снег (22), чистота (11), чистый (8), лист (5), облако (4), добро (3), невеста (3), свет (3), ангел (2), глина (2), заяц (2), лебедь (2), небо (2), невинность (2), полоса (2), пух (2), сапоги (2), свитер (2), свобода (2), стул (2), счастье (2), шоколад (2).</i>
Желтый	<i>Солнце (41), цыпленок (6), лимон (5), песок (4), радость (4), снег (4), одуванчик (3), тепло (3), китайцы (2), лимонад (2), тюльпан (2), яйцо (2).</i>
Оранжевый	<i>Апельсин (24), закат (8), мандарин (7), солнце (6), веселый (3), весело (2), лето (2), настроение (2), радость (2), фломастер (2), форма сборной Голландии (2).</i>
Фиолетовый	<i>Фиалка (4), баклажан (4), платье (3), радуга (3), сирень (3), Франция (3), ручка (2), фломастер (2), цвет (2).</i>
Розовый	<i>Блондинка (10), фламинго (6), гламурный (4), цветок (4), эмо (4), белье (3), гламур (3), закат (3), очки (3), пантера (3), губы (2), девочка (2), девушка (2), слоник (2), платье (2), шарф (2).</i>
Голубой	<i>Небо (33), «голубой» (4), Амстердам (3), вагон (3), море (3), облако (3), огонек (3), снегурочка (3), Б. Моисеев (2), джинсы (2), Иван Дулин (2), лагуна (2), океан (2), человек (2).</i>

Сопоставление полученных в ходе АЭ данных с данными предыдущих исследований ([Горошко 2000; Сафуанова 2004; Алымова 2007; РАС 2002]) показало, что образ цвета является динамичным и изменяется в зависимости от ряда факторов: изменения культурной и социальной среды, воздействия средств массовой информации, гендерных стереотипов восприятия того или иного цвета как традиционно женского или мужского (данные изменения в настоящий момент отмечены у ЦО **розовый, красный, голубой, черный**). Так, например, в сознании современной молодежи не прослеживается четкая связь

между ЦО *красный* и реалиями советской эпохи. В результате те ассоциации, которые являлись значимыми несколько лет назад (*флаг, галстук, СССР, коммунизм*), не просто не являются доминирующими, их упоминание вообще является единичным.

Далее, с целью выявления специфики образа отдельных ЦО, были рассмотрены особенности отражения культурного знания о ЦО в индивидуальном опыте испытуемых. При этом под индивидуальным знанием понимались результаты, полученные в ходе АЭ, а под культурным знанием – значение слова, зафиксированное в словаре (в нашем исследовании использовались данные толковых словарей [Гуськова 2003; Ефремова 2006; Ожегов 2007]), а также данные о символике и этимологии исследуемых слов. В ходе проведенного анализа были выявлены наиболее значимые на данный момент элементы семантической структуры изучаемых слов, которые находят свое отражение в индивидуальном опыте испытуемых (ряд зафиксированных в словаре значений ЦО не получил репрезентацию в результатах проведенного АЭ).

Сопоставление, проведенное на основе данных, полученных в ходе изучения семантической структуры исследуемых слов и данных лексикографических источников, с данными АЭ показало, что формирование образа слов-ЦО культурно и социально обусловлено: одни реакции отразили индивидуальный опыт испытуемых (в таком случае были получены в основном ассоциации, указывающие непосредственно на предметы того или иного цвета, например: *красный* – рубашка на выпускном, *синий* – свитер, моя машина), а другие – культурное знание о цвете, его символике, психологическом воздействии (*красный* – любовь, *черный* – смерть, траур, *синий* – спокойствие).

Эксперимент показал, что образ различных ЦО в разной степени подвержен влиянию культурных и индивидуальных факторов. Прослеживается взаимозависимость распространенности ЦО и преобладания культурной составляющей в его образе у отдельных носителей культуры. Чем цвет распространенней, тем больше он вызывает повторяющихся ассоциаций (*белый* и ассоциация *снег*), тем чаще такая типичная ассоциация используется в социальной и культурной жизни, постепенно становясь культурной составляющей знания о цвете, и тем чаще типичная ассоциация воспроизводится уже не как индивидуальное, а как общекультурное знание (например: *черный* и ассоциация *нефть*). Индивидуальное же знание преобладает в случае с редко используемыми в речи и малораспространенными в культурной среде цветами.

Кроме того, в ходе АЭ было выявлено, что образ ЦО у целевой группы (молодые люди) в основном культурно и социально обусловлен (большинство полученных реакций отражают распространенные в современном обществе культурные и социальные стереотипы), то есть культурное знание преобладает над индивидуальным. Об образе цвета в сознании представителей других

возрастных групп можно сделать вывод по данным ассоциативного словаря, но для более детального изучения различий целесообразно было бы проведение подобного исследования с людьми разных возрастов.

В третьей главе «Исследование цветообозначений русского языка с использованием методики семантического дифференциала» описываются результаты проведенного экспериментального исследования, в котором приняли участие две группы испытуемых, относящихся к принципиально различным культурным общностям: одна – основная – представители русской культуры, вторая – контрольная – граждане Союза Мьянмы, данные по которой использовались для проверки наблюдений, полученных по русской группе. Первую группу составили 80 русских испытуемых (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. Вторую группу испытуемых составили студенты из Союза Мьянмы (до 1989 Бирма). Это 20 молодых людей в возрасте от 22 до 27 лет, средний возраст – 23 года, для которых русский и английский языки являются иностранными. Чтобы обеспечить лучшее понимание задания для данной группы, все названия шкал и цветов были продублированы на английском языке. Испытуемым 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». Из личных данных респондентам предлагалось указать только пол и возраст. Время, отведенное на выполнения задания, было неограниченным, однако, испытуемым рекомендовалось ставить оценки на основе первого впечатления.

Испытуемым было предложено оценить каждый из исследуемых цветов по двадцати двухполюсным шкалам (см. таблицу 2):

Таблица 2 Шкалы СД в исследовании ЦО

№ 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 – серьезный	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	веселый – грустный

Исследование проводилось с использованием семибалльной шкалы, что позволило наглядно показать не только качество, но и интенсивность значения изучаемого признака. Выбор шкал был определен основными требованиями, предъявляемыми для проведения исследования с использованием СД:

метафоричностью шкалы, универсальностью шкалы, учетом синонимии при выборе полюсов шкалы, контекстуальностью шкалы и заданностью шкалы респонденту. Для выявления гендерных особенностей восприятия прилагательных ЦО полученные результаты были исследованы с помощью факторного анализа (ФА). Таким образом, было проведено, с одной стороны, общекультурное исследование, а с другой стороны – внутрикультурное исследование гендерных различий восприятия слов-ЦО.

На первом этапе обработки результатов был проведен анализ величин по предложенным шкалам (анализировалось среднее арифметическое, среднее отклонение, показывающее вариативность выборки значений по сравнению со средним, и мода – наиболее часто встречающееся значение). На основе проведенного анализа вычислялся процент положительных и отрицательных оценок.

При обработке результатов исследования сразу обратило на себя внимание то, что девушки и молодые люди используют разные стратегии оценивания. Так, девушки оказались более склонными к указанию крайних позиций при описании того или иного цвета (практически по всем пунктам мода «+3», «-3» либо «0»). В то же время юноши в большинстве позиций выбрали среднее положение. Некоторые испытуемые давали такие ответы по всем пунктам, посвященным отдельным ЦО, объясняя это тем фактом, что данный цвет не является для них значимым, для них он «никакой». Подобное отношение было отмечено не ко всем цветам и не было распространено (среди молодых людей по одному испытуемому так оценили белый, зеленый, фиолетовый и серый цвета, среди девушек такая оценка была дана голубому и коричневому цветам).

При рассмотрении распределения оценок по исследуемым ЦО среди мьянманцев было обнаружено, что в данной группе испытуемых значительно меньше как нейтральных ответов, так и крайних позиций. Это очень хорошо согласуется с наблюдениями и отзывами людей, работающих с мьянманцами. Представители данной национальности характеризуются как менее эмоциональные и более уравновешенные в своем поведении по сравнению с россиянами, что наглядно видно и по результатам описываемого исследования. В ходе проведения межкультурного сопоставления было показано, что на формирование образа ЦО влияет целый ряд факторов, к которым относятся культура и традиции страны, специфика климата, флоры и фауны. Полученные данные выявили, что цвет в сознании европейца обладает ярко выраженной эмоциональной составляющей, что нехарактерно для мьянманцев, которые воспринимают цвет скорее как часть своего окружения, неотъемлемую характеристику окружающего мира. Отсюда, например, отсутствие разделения цветов на мужские и женские, за исключением, пожалуй, красного. В русском же языке подобную границу между ЦО провести можно. Кроме того, русская культура больше подвержена воздействию западной культуры (что проявилось в изменении отношения русских испытуемых к ЦО *розовый*).

На втором этапе обработки полученных данных был проведен факторный анализ с использованием программного продукта STATISTICA (пакет программ всестороннего статистического анализа, реализующий процедуры сбора, анализа и визуализации данных). В результате обработки данных были выделены факторные структуры и найдены нагрузки по отдельным факторам.

Полученные в ходе ФА результаты позволили установить, что в семантическом пространстве ЦО кроме традиционно выделяемых факторов («оценка», «сила» и «активность»), выделяется ряд факторов, которые можно считать специфическими для восприятия исследуемой группы слов: «формальность/неформальность», «психологический комфорт», «индивидуальное отношение», «женственность», «эмоциональность», «воинственность/миролюбивость» (см. таблицу 3). Для всех исследуемых ЦО выделяется лишь фактор «оценка», хотя наборы входящих в него шкал различаются в зависимости от индивидуального и культурного знания испытуемых о том или ином ЦО.

Таблица 3. Результаты факторного анализа

ЦО	Юноши	Девушки
<i>Черный</i>	оценка	оценка
	сила	грусть
	активность	активность
	эмоциональность	мужественность
	формальность	воинственность
<i>Синий</i>	оценка	оценка
	активность	сила
	сила	формальность
	формальность	активность
	психологический комфорт	
<i>Красный</i>	сила	оценка
	радостность	сила
	эмоциональность	психологический комфорт
	оценка	женственность
		индивидуальное отношение
формальность		
<i>Белый</i>	оценка	оценка
	эмоциональность	женственность
	сила	психологический комфорт
	теплота	приятность
	миролюбивость	эмоциональность
<i>Зеленый</i>	оценка	оценка
	эмоциональность	сила
		неформальность
		теплота
<i>Желтый</i>	оценка	оценка
		формальность
	миролюбивость	женственность

		сила
<i>Голубой</i>	оценка	оценка
	сила	сила
	активность	неформальность
	психологический комфорт	доброта
<i>Серый</i>	оценка	оценка
	сила	сила
	отрицательное отношение	
<i>Оранжевый</i>	оценка	оценка
	сила	сила
	неформальность	неформальность
	искренность	женственность
	эмоциональность	эмоциональность
<i>Фиолетовый</i>	оценка	оценка
	сила	женственность
	индивидуальное отношение	эмоциональность
	формальность	психологический комфорт
<i>Розовый</i>	оценка	оценка
	сила	активность
	активность	психологический комфорт
	психологический комфорт	сила
		неформальность
<i>Коричневый</i>	оценка	оценка
	сила	мужественность
	эмоциональность	воинственность
	грусть	статичность
	психологический комфорт	теплота

Проведенное исследование показало, что наибольшую нагрузку в семантическом пространстве ЦО несет фактор «оценка». Для одних ЦО характерен положительный полюс оценивания (*белый, зеленый, желтый, оранжевый, голубой, розовый и фиолетовый* у девушек), а для других отрицательный (*серый, коричневый* у девушек) или нейтральный (*голубой, фиолетовый и коричневый* у юношей). Наименее значимым данный фактор оказался для прилагательного *красный*. При ФА ответов молодых людей было выявлено, что в данном случае этот фактор не только не является доминирующим, но и несет минимальную нагрузку. Наибольшие отличия по фактору «оценка» между молодыми людьми и девушками были получены по прилагательным *розовый* и *голубой*.

Самым стабильным по входящим в его состав шкалам фактором можно считать фактор «сила». В большинстве случаев в его состав вошли шкалы СИЛЬНЫЙ – СЛАБЫЙ, МУЖЕСТВЕННЫЙ – ЖЕНСТВЕННЫЙ и ВОИНСТВЕННЫЙ – МИРОЛЮБИВЫЙ. Распределение данных шкал по разным факторам характерно в большей степени для ответов девушек. Только для испытуемых женского пола оказалось существенным условное разделение

ЦО на женские и мужские (что отразилось в выделении факторов «мужественность» и «женственность»). Так, например, негативное отношение к прилагательному *коричневый* связано с выделением у него факторов «мужественность», «воинственность» и «статичность», а положительное отношение к прилагательному *фиолетовый* – с выделением в его образе фактора «женственность».

С точки зрения противопоставления факторов «мужественность»/«женственность» интересными представляются прилагательные *черный* и *белый*. В ответах девушек у прилагательного *черный* был выделен фактор «мужественность» (шкалы МУЖЕСТВЕННЫЙ и НЕИСКРЕННИЙ), в который вошел почти тот же самый набор шкал, что и в фактор «женственность» у прилагательного *белый* (ИСКРЕННИЙ, ХОРОШИЙ, ЖЕНСТВЕННЫЙ). Таким образом, в языковом сознании девушек противопоставление черного как чего-то плохого и белого как чего-то хорошего связано, прежде всего, с тем, что *черный* ассоциируется в их понимании с мужественностью, активностью и воинственностью, а *белый* – с женственностью и эмоциональностью.

Выделенные факторные структуры во многом детерминированы существующей в сознании носителя языка системой индивидуальных и культурных знаний и очень хорошо согласуются с реакциями, полученными на исследуемые ЦО в ходе проведения АЭ. Так, например, культурное знание о символике прилагательного *черный* отразилось на результатах АЭ (реакции *траур, смерть, горе, грусть, мрачный* и др.) и привело к выделению в семантической структуре данного слова фактора «грусть». С другой стороны, ассоциация прилагательного *белый* со свадьбой и с платьем невесты привела к выделению у данного слова фактора «женственность».

Исследование с использованием методики СД позволило определить степень подверженности образа того или иного ЦО влиянию внешних факторов, к числу которых можно отнести существующие в современном обществе культурные и социальные стереотипы. Чтобы наглядно представить соотношение положительных и отрицательных ответов по наиболее значимым факторам, выделенным в образе исследуемых ЦО, были построены гистограммы. Рассмотрим, например, гистограммы, составленные по факторам «сила» (рис.1) и «активность» (рис. 2), выделенным у ЦО *розовый* в ответах юношей и по фактору «активность» в ответах девушек (рис.3).

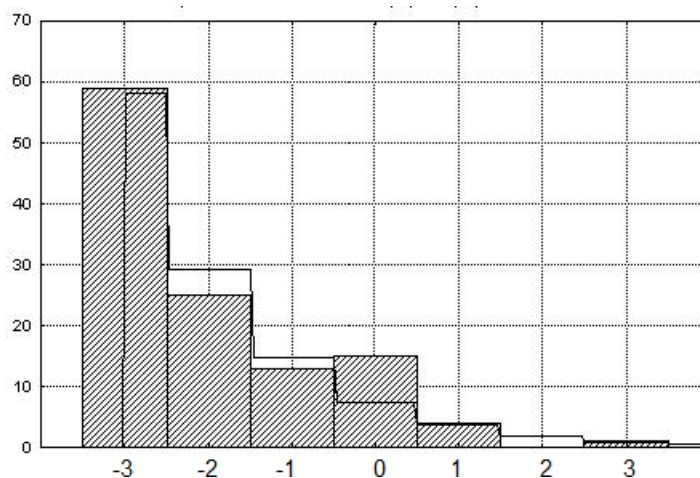


Рис. 1 – Гистограмма для фактора «сила» (*розовый, юноши*)

На рисунке 1 мы имеем дело с геометрическим распределением ответов испытуемых. На гистограмме видно, что в сознании современных молодых людей **розовый** однозначно воспринимается как СЛАБЫЙ, ЖЕНСТВЕННЫЙ, МИРОЛЮБИВЫЙ. Это подтверждается и результатами АЭ (данный цвет ассоциируется

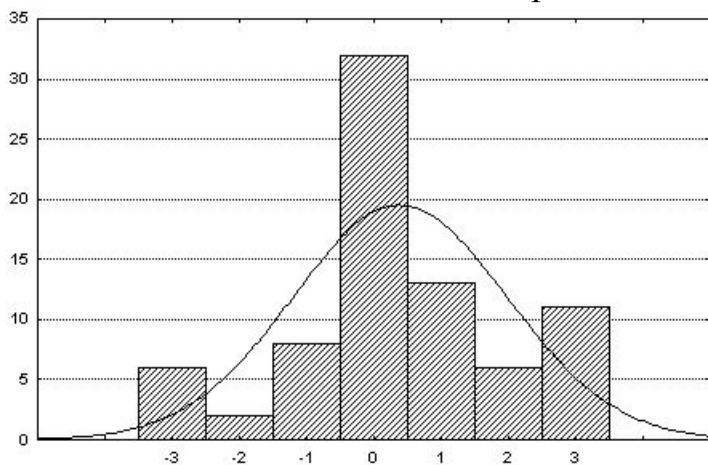


Рис. 2 – Гистограмма для фактора «активность» (розовый, юноши)

с представительницами женского пола (реакции *блондинка, девушка, девочка*)).

На рисунке 2 мы имеем дело с нормальным распределением, мода и среднее значение которого близки к нулю, с небольшим отклонением в сторону оценивания его как АКТИВНЫЙ. То есть, отношение респондентов является нейтральным.

Несколько иначе распределены ответы по фактору «активность» у девушек (см. рис. 3). В данном случае отношение можно описать как крайне неоднозначное. Есть три отдельные группы. Одна воспринимает этот цвет как крайне активный, другая как крайне пассивный, а третья как нейтральный. Хотя, в общем, группа оценивает ЦО **розовый** по данному фактору скорее как АКТИВНЫЙ.

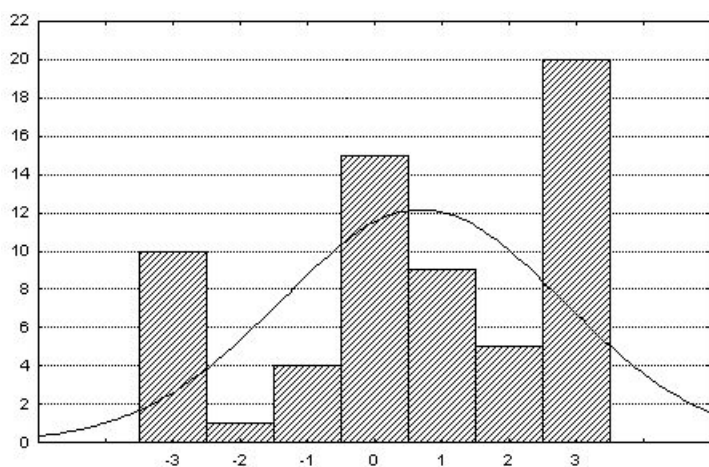


Рис. 3.– Гистограмма для фактора «активность» (розовый, девушки)

В ходе ФА все исследуемые ЦО были проанализированы также и в гендерном аспекте. Оказалось, что формирование образа основных ЦО русского языка в сознании испытуемых женского пола во многом детерминировано наличием в их семантическом пространстве

таких факторов, как «женственность» и «психологический комфорт». Было отмечено, что положительное отношение девушек к ряду ЦО оказалось непосредственно связано с выделением в их структуре фактора «женственность» (ЦО *белый, красный, фиолетовый, оранжевый, желтый*), а отрицательное – с выделением фактора «мужественность» (ЦО *черный и коричневый*).

В **заключении** диссертационной работы приводятся итоги проведенного исследования, формулируются теоретические выводы, связанные с аргументацией основных положений диссертации.

В ходе проведения исследования была решена актуальная задача изучения особенностей бытования основных ЦО русского языка в сознании носителей русской культуры через анализ системы их ассоциаций и смысловых значений с точки зрения психолингвистического учения о слове. Доказана адекватность применения совокупности психолингвистических методик и методов статистической обработки данных для выявления основных особенностей образа ЦО в сознании современных молодых людей. Показано, что на формирование образа цвета оказывают влияние как индивидуальное знание о том или ином ЦО (индивидуальный опыт испытуемых), так и культурное знание, эксплицирующееся через сложившуюся в культуре символику цвета, через приобретенную в ходе функционирования ЦО в языке систему значений. Проанализированы факторы, определяющие соотношение индивидуального и общекультурного знания о различных ЦО. Таким образом были решены поставленные в начале работы цели и задачи.

Полученные результаты и методика исследования могут быть использованы как для анализа группы слов ЦО в других языках, так и при работе с другими группами слов. Изучение образа слов в сознании носителей языка с применением ассоциативного эксперимента, семантического дифференциала и факторного анализа позволяет выявить внутреннее содержание слова, его скрытый смысл. Перспектива дальнейшего исследования заключается в изучении системы ЦО других языков, а также в привлечении к исследованию представителей различных культурных общностей.

Основное содержание и результаты исследования отражены в следующих **публикациях**:

1. *Таныгина Е.А.* Внутренний образ цветообозначения *красный* в сознании носителя русской культуры // Вопросы психолингвистики. М.: Институт языкознания РАН, 2011. № 1 (13). С. 166 – 173. 1 п.л. (из перечня ВАК) (лично автором – 1 п.л.).
2. *Таныгина Е.А.* Исследование внутреннего образа слов-цветообозначений русского языка с использованием методики семантического дифференциала // «Вестник Вятского государственного гуманитарного университета». Филология и искусствоведение. Киров: ВятГГУ, 2011. № 1 (2). С. 35 – 41. 0,75 п.л. (из перечня ВАК) (лично автором – 0,75 п.л.).
3. *Таныгина Е.А.* Проблема соотношения знания и наименования (на примере цветообозначения *черный*) // «Ученые записки Орловского государственного университета». Серия «Гуманитарные и социальные науки». Орел: Орловский государственный университет, 2011. № 2(40). С. 154 – 159. 0,63 п.л. (из перечня ВАК) (лично автором – 0,63 п.л.).
4. *Таныгина Е.А.* Внутренний образ цветообозначения *фиолетовый* в сознании носителя русской культуры // Вестник Тверского государственного университета. Сер. «Филология». 2011. № 4. Вып. 2 «Лингвистика и межкультурная коммуникация». С. 218 – 226. 0,56 п.л. (из перечня ВАК) (лично автором – 0,56 п.л.).

5. Белова (Таныгина) Е.А. Становление лексико-семантического поля цвета в английском языке // Сборник материалов студенческой конференции «Актуальные проблемы современного иноязычного образования» (Курск, 11 апреля 2008 г.). Курск: Курск. гос. ун-т, С. 17 – 19. 0,19 п.л. (лично автором – 0,19 п.л.).
6. Белова (Таныгина) Е.А. Культурологические аспекты употребления прилагательных цвета в переносном значении в современном английском языке // Сборник материалов научно-практической конференции “Язык для специальных целей: система, функции, среда” (Курск, 15-16 мая 2008 г.). Курск, КурскГТУ, 2008. С. 29 – 32. 0,19 п.л. (лично автором – 0,19 п.л.).
7. Таныгина Е.А., Мягкова Е.Ю. О некоторых особенностях употребления прилагательных *blue* и *синий* в английском и русском языках // Сопоставительные исследования 2009 : сб. науч. ст. Воронеж, Истоки, 2009. С. 47 – 49. 0,19 п.л. (лично автором – 0,15 п.л.).
8. Таныгина Е.А. Основные направления исследований цвета и цветоименований // Слово и текст: психолингвистический подход: сборник научных трудов. Тверь: Твер. Гос. ун-т, 2009. Вып. 9. С. 118 – 123. 0,38 п.л. (лично автором – 0,38 п.л.).
9. Таныгина Е.А. Некоторые особенности употребления прилагательных *red* и *красный* в английском и русском языках // Теория и практика языковой коммуникации: материалы Международной научно-методической конференции (Уфа, 25-26 июня 2009 г.). Уфа: УГАТУ, С.241–244. 0,25 п.л. (лично автором – 0,25 п.л.).
10. Таныгина Е.А. Образ белого цвета в сознании носителя русского языка // Сборник материалов III Всероссийской научно-практической конференции “Язык для специальных целей: система, функции, среда” (Курск, 11-13 мая, 2010 г.). Курск: КурскГТУ, 2010. С. 159 – 162. 0,19 п.л. (лично автором – 0,19 п.л.).
11. Таныгина Е.А. К проблеме восприятия цвета (на материале экспериментального исследования) // Теория и практика языковой коммуникации: Материалы II Международной научно-методической конференции (Уфа, 24-25 июня 2010 г.). Уфа: УГАТУ, 2010. С. 448 – 453. 0,38 п.л. (лично автором – 0,38 п.л.).
12. Таныгина Е.А. Особенности восприятия цветообозначений русского языка (на основе результатов ассоциативного эксперимента) // Концепт и культура: сборник научных статей (4-ая международная научная конференция) (Кемерово, 7–8 октября 2010 г.). Кемерово: ИНТ, 2010. С. 543 – 548. 0,38 п.л. (лично автором – 0,38 п.л.).
13. Таныгина Е.А. Особенности внутреннего образа цветообозначения *голубой* в сознании носителей русской и мьянманской культур // Сопоставительные исследования 2011 : сб. науч. ст. Воронеж: Истоки, 2011. С. 89 – 92. 0,25 п.л. (лично автором – 0,25 п.л.).
14. Таныгина Е.А. Метод семантического дифференциала в лингвистике // Материалы III Международной молодежной научной конференции «Молодежь и XXI век – 2011» (Курск, 25-28 апреля 2011 г.). В 3 ч. Ч.2. Курск: Юго-Зап. гос. ун-т., 2011. Ч. 2. С. 232 – 237. 0,31 п.л. (лично автором – 0,31 п.л.).