

ЭССЕ / ESSAY

ХОРОШИЙ, ПЛОХОЙ ЗЕЛЕНЫЙ

М. С. Горбулёва

Томский государственный педагогический университет, Россия
black_silver@bk.ru

Рассматриваются разнообразные значения цветовых понятий и анализируются языковые игры, связанные со зрительным восприятием цвета в вариативных параметрах жизненного пространства. Сделана попытка систематизировать символику и обозначить «асимметрию» в толковании зеленого цвета, сформировать заключение о предпосылках и следствиях данного феномена. Полученные выводы могут иметь значение для исследования проблем понимания символики цвета и связанных с ним особенностей восприятия в современной культуре.

Ключевые слова: цвет, зеленый цвет, символика цвета, психология цвета, цвет боли

THE GOOD, BAD GREEN COLOUR

Maria S. Gorbuleva

Tomsk State Pedagogical University, Tomsk, Russia
black_silver@bk.ru

The author explores the symbolism of the green colour. Biologists, chemists, botanists, florists, zoologists, artists, and other scientists have standardized, created catalogs, descriptions of colours and shades to eliminate possible errors and facilitate work. Scientists in various fields of knowledge have been interested in this topic for a very long time and comprehensively, ranging from how and in what order people recognized and named colours to assumptions about how a particular colour can affect a person or large groups of people in different circumstances and contexts. The article discusses the various meanings of colour concepts and analyses the language games associated with the visual perception of colour in the variable parameters of the living space. The history (social, cultural, symbolic) of the green colour is multi-layered and contradictory in different periods. The author made an attempt to systematize the symbolism and designate “asymmetry” in the interpretation of the green colour, to draw a conclusion about the prerequisites and consequences of this phenomenon. In Europe, at different times, it could mean luxury, prosperity, or misfortune, deceit. The green colour meant not

just different meanings, but opposites: youth, love, life, and decay, poison, illness. In modern times, the green colour has a strong connection with life and prosperity. A person quite often expresses their feelings through the use of colour in one way or another. The analysis of the perception and influence of different colours on human behaviour and emotions is of great importance in psychology and related disciplines. At the moment, the basic principles of the impact of colour in marketing, advertising, positioning and brand policy are quite well studied, formulated and used. Green, like other colours, has an important place in communication and the transfer of meanings at various levels of modern culture. At the moment, there are a large number of studies and various sources of information regarding the origin, classification, history and meaning of colour, which confirms the relevance and interest in the research topic. However, blind spots, ambiguity and inconsistency in some of the findings indicate good opportunities for further work.

Keywords: colour, green colour, colour symbolism, colour psychology, colour of pain

DOI 10.23951/2312-7899-2023-1-140-162

Можно ведь прожить жизнь
и не заметить собственного дальтонизма.

Быть зеленым – просто значит не быть желтым.
Быть зеленым – просто значит быть зеленым.

Л. Витгенштейн

Такой разный зеленый: шпинат, олива, землистый зеленый, лайм, молодые побеги, лесная чаща, изумруд (ил. 1). Преобладающий цвет в природе. Зеленый, возможно, самый трудный для смешивания цвет [Доби 2018, 24]. Биологи, химики, ботаники, флористы, зоологи, художники и другие исследователи стандартизировали, создавали каталоги, описания цветов и оттенков для устранения возможных ошибок и облегчения работы. Большой вклад в развитие каталогов внесли художники-флористы: Патрик Сайм, работавший над номенклатурой цветов по Вернеру, и Джордж Брукшоу, создавший таблицу зеленых оттенков [Бейти 2020, 59; Baty 2021, 24–35].

Основа цветового круга – красный, желтый и синий – традиционно считаются основными цветами, а оранжевый, зеленый и фиолетовые – дополнительными, они получаются при смешении основных цветов. Сегодня наиболее популярен цветовой круг Освальда Иттена: три основных цвета (красный, желтый и синий), три вторичных (оранжевый, зеленый, фиолетовый), а также внешнее кольцо третичных цветов, смешанных из вторичных.



Ил. 1. Коллаж «Зеленый цвет». Составлен М. Горбулёвой из общедоступных ресурсов Интернета, не содержащих указаний на авторов материалов и каких-либо ограничений для их заимствования

Цветовой круг был представлен в трактате Исаака Ньютона «Оптика», он был несколько ассиметричен и содержал семь основных цветов: красный, оранжевый, желтый, зеленый, голубой, синий и фиолетовый. Здесь можно увидеть научный подход к изучению цвета и его связи со светом, длиной световых волн [Шайнбергер 2017, 50].

Цвет и его символика являются, прежде всего, социальным феноменом. Изучение цвета как физической частицы или химического состава не дает полного ответа на вопрос, почему он может иметь то или

иное значение как в культуре, так и для отдельного человека [Пастуро 2018, 10]. Существование цвета в обществе и наделение его смыслами происходит на различных уровнях культуры: в искусстве, красильном деле (технология), моде, языке и лексике, религии, психологии.

Другая теория о цветах и их соответствии различным эмоциям принадлежит Иоганну Вольфгангу Гёте, его круг симметричен и содержит 6 цветов (желтый, оранжевый, красный, фиолетовый, синий и зеленый). Гёте акцентировал значение связи цвета и эмоций [Шайнбергер 2017, 54]. Но начало визуальной семиотики цвета, а точнее – цветовосприятия, было заложено Людвигом Витгенштейном. В своих «Заметках о цвете» он исследует восприятие цвета с помощью теории языковых игр (игры по правилам, из которых выстроена и функционирует система языка и которые должны соблюдаться при выстраивании коммуникации) [Wittgenstein 1977]. По систематике Витгенштейна зеленый относится к основным цветам вместе с красным, желтым и синим, а оранжевый и фиолетовый являются дополнительными. Потому что, в отличие от оранжевого или фиолетового, зеленый нельзя различать как сочетание желтого и синего. То есть, определяя зеленый цвет средним между желтым и синим, необходимо иметь возможность дать следующее наименование: «несколько синевато-желтый», как и в случае с оранжевым (более желтоватый или красноватый) и фиолетовым (более красноватый или синеватый). Это, по логике автора, имеет большое значение [Витгенштейн 2022, 44–49]. Когда Витгенштейн рассуждает о восприятии цвета, он упоминает о возможности различного понимания цвета разными людьми и выделяет некоторые причины этого: нарушения в восприятии цветов и некорректное использование цветовых понятий; существование необычных вариантов, которые находятся в рамках системы и не являются нарушениями; невозможность привести различные языковые игры к общей цветовой системе [Витгенштейн 2022, 44–49, 146–150]. То есть цветовые понятия не могут быть абсолютными, и разные люди могут иметь особенности восприятия. Также языковые игры могут зависеть от того, какие характерные черты имеет цветное восприятие, от опыта суждений о цветах при внутренних / внешних отношениях, отождествления и связи между языковыми играми и логикой цвета [Wittgenstein 1977; Суровцев, Родин 2018].

Логика цвета образована противоположностью и родственностью цветов и связана с природой и физиологией зрительного восприятия. Зрительное восприятие, в свою очередь, может зависеть от культурных, антропологических, психологических, социальных различий. Существует масса вариантов языковых игр внутри отдельных языков

и цветовых систем. Таким образом, Виттенштейн делает вывод о том, что система цветов не может быть полностью универсальной [Суровцев, Родин 2020]. Логика цвета естественно связана с физиологией зрительного восприятия и функционирования языковых игр, она не может оставаться без изменений в существующих социокультурных, антропологических и психологических ее различиях. В отдельных «вербальных» и «цветовых» системах существуют варианты языка цвета, языковых игр. Поэтому выстраивание универсальной логики цветовых понятий затруднительно, так как существуют различные языковые практики [Виттенштейн 2022, 159]. Соответственно, и в разных культурах в разное время один цвет может иметь различные значения. Это связано с различиями семиотической основы цветовых обозначений. Тем не менее результаты некоторых исследований свидетельствуют о ядре семантического пространства, которое содержит в себе «общие» и «схожие» значения для разных культур, а также «особенные» культурно-специфические значения цвета на периферии данного ядра, которые отражают особенности развития истории и культуры каждого народа [Кудрина, Мещеряков 2011].

Семиотика (в своих исследованиях свойств и динамики знаковых систем) призвана интерпретировать значения цветов и воздействие цвета в качестве отдельных возможностей для коммуникативных связей. Выразительные функции цвета связаны и взаимодействуют с эмоциями и чувственным состоянием реципиента. Основные течения в культуре оказывают влияние на образование знаковой системы. Однако, помимо религиозных традиций, культурных и национальных особенностей, сам реципиент и его субъективное восприятие также играют роль в этих процессах в каждом отдельно взятом случае [Лю, Рыбаков 2020]. Кроме того, то, как используется символика цвета в художественном произведении и возможные «перетекания» значения при переводе на другой язык также оказывают влияние и важны для трансформации значения. В исследованиях можно проследить особенности связи символики с местом, языком, культурой и временным периодом [Тугаровна 2021; Мартьянова 2013; Прохорова 2014]. Символику цвета разбирают в отдельных произведениях классиков и современников, будь то вербальные или визуальные искусства. Разные авторы могут применять несколько способов введения «цветовых» слов в контексты, связанные с эмоциями: либо колоративы включаются во внешние характеристики и ситуации, либо используются цветовые тропы, естественные для героя в том или ином контексте [Самсонова 2005; Ромашова, Антонова 2014; Мартьянова 2015; Сологуб 2016; Высоцкая 2019; Cong, Chistyakov 2021; Wei 2021; Isley 2022].

Исследователи античной литературы отмечали «странные» наименования цветов или полное отсутствие их упоминаний, что повлекло за собой предположения о физиологии восприятия цвета людьми исследуемых эпох и об особенностях формирования, развития языков и появления слов для обозначения цвета. За этим последовали череда исследований истории цветовосприятия У. Ю. Гладстона, Л. Гейгера, Б. Берлина и П. Кея и неоднозначные выводы о взаимосвязи языка, цвета и культуры. Релятивисты (Гладстон, Гейгер) полагали, что без обозначения цвета человек не может отличить его от других и «не видит», потому что именно язык оказывает влияние на восприятие. Универсалисты (Берлин, Кей) считали, что в человеке «заложены» основные понятия общих для всех цветовых категорий. Таким образом, единственный неоспоримый вывод: с восприятием цвета все очень непросто. Дети, да и некоторые взрослые, выполняя элементарные задания по различению простых геометрических фигур, могут при этом легко не отличить красный, оранжевый и розовый. Однако из этого не следует, что если нет слова, что-либо означающего, то человек не способен распознать это «что-либо» [Сен-Клер 2020].

История (социальная, культурная, символическая) зеленого многослойна и противоречива. В Европе в разное время он мог означать роскошь, достаток или несчастье, обман. Зеленый обозначал не просто различные смыслы, но противоположности: молодость, любовь, жизнь – тлен, яд, болезнь. Изначально зеленый пигмент было нелегко добывать, а также добиться его стойкости. Поэтому он либо был непопулярным (считался непрактичным и использовался для окрашивания одежды крестьян), либо за свою редкость считался знаком высокого положения и достатка. Такой зеленый можно увидеть на «Портрете четы Арнольфини» Ян Ван Эйка, а также на украшениях в гробницах фараонов (ил. 2, 3).

Изумруд – драгоценный камень; римляне считали, что он благотворно влияет на глаза и изготавливали снадобья на его основе. Здесь же можно вспомнить волшебный Изумрудный город, в котором исполнялись желания (ил. 4). У Шекспира же встречается словосочетание «ревность зеленоглазая», а зависть и алчность (один из грехов) обычно изображаются в зеленых тонах, как и «тоска зеленая». Также много «плохих» и скандальных историй связано с драгоценностями, например история изумруда Баия. Оттенок «селадон» – это зеленые тона девственного леса, цвет имперской посуды в Китае и имя влюбленного страдальца пастуха Селадона, героя пасторального романа (ил. 5).

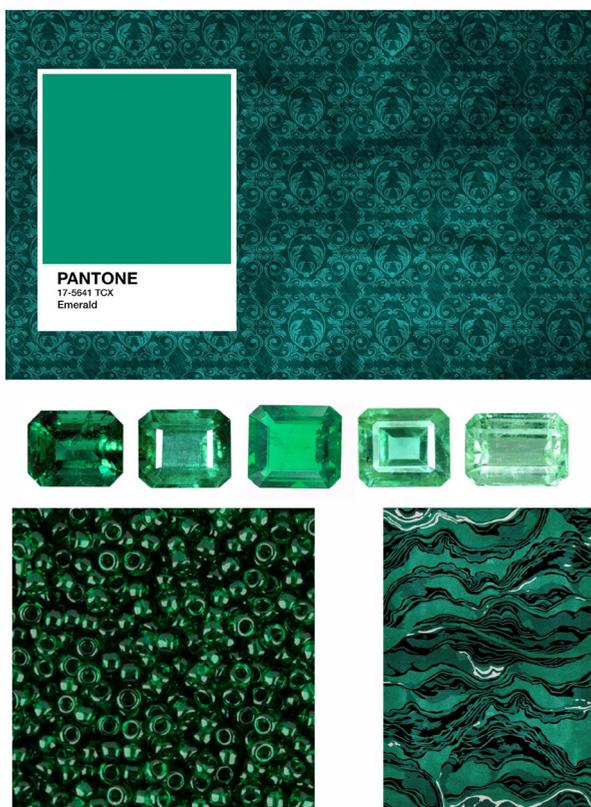


Ил. 2. Коллаж «Ирландский зеленый». Составлен М. Горбулёвой из общедоступных ресурсов Интернета, не содержащих указаний на авторов материалов и каких-либо ограничений для их заимствования



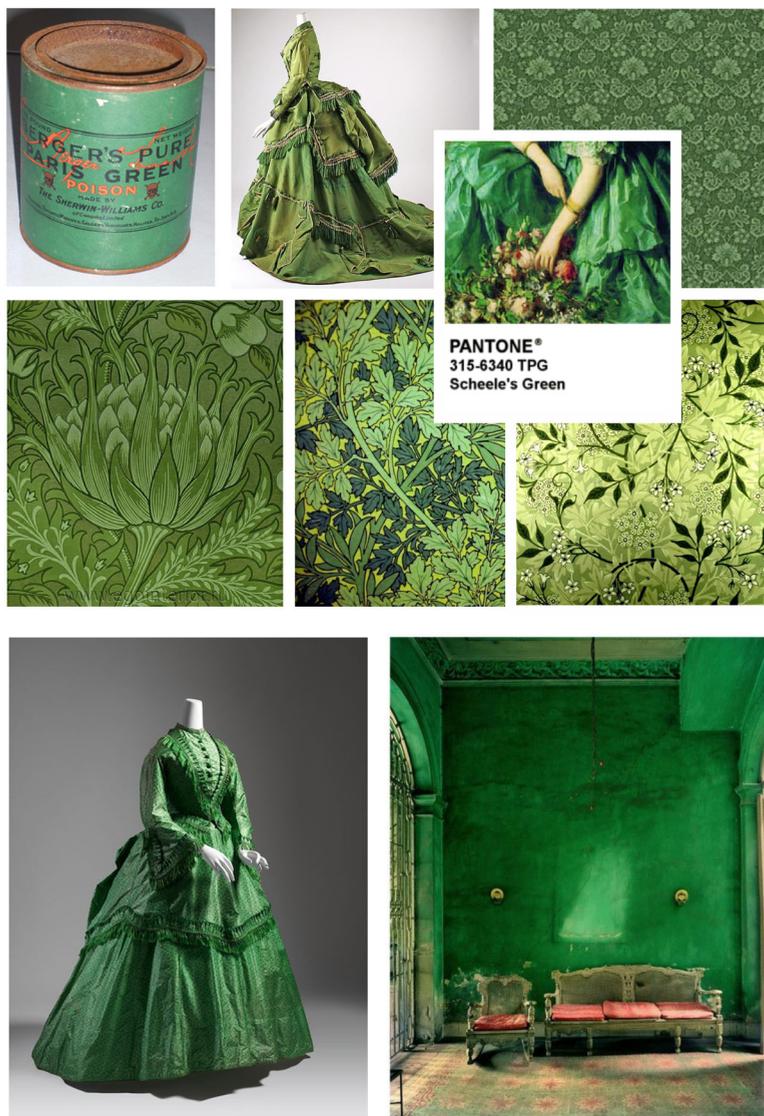
Ил. 3. Коллаж «Ярь-медянка». Составлен М. Горбулёвой из общедоступных ресурсов Интернета, не содержащих указаний на авторов материалов и каких-либо ограничений для их заимствования

Этот оттенок не обладал стойкостью, отсюда и ассоциации с ним: изменчивость, мимолетность, непрактичность, расточительность – в негативном ключе, а в более позитивном – весна, юность, надежда, игра, деньги, удача, однако эти понятия также связаны с мимолетностью и непостоянством. Глауконит («зеленая земля»), напротив, стойкий, но блеклый, простой, непривлекательный мог символизировать естественность, близость к природе, естественное противоядие. На протяжении Средних веков появляется более явное разделение на «хороший» и «плохой» зеленый, или «веселый зеленый» (светлый, яркий) и «унывный зеленый» (тусклый, печальный, тревожный). Это, с одной стороны, редкость, загадочность, рыцарство, красота, растения и сады, вода, весна, юность, любовь, гармония, а с другой – дьявол и его свита, воплощения (змея, дракон, гидра, крокодил, лягушка, сирена, саранча), приворотное зелье, ведьма (часто зеленоглазая), колдовство. В этом плане Абсент приобрел негативные коннотации, связанные с зельем, ядом, зеленым змием.



Ил. 4. Коллаж «Изумруд». Составлен М. Горбулёвой из общедоступных ресурсов Интернета, не содержащих указаний на авторов материалов и каких-либо ограничений для их заимствования

А вот ирландский зеленый прочно связан с гордостью, культурным наследием, святым Патриком, клевером-трилистником как символом удачи, триединства Бога (см. ил. 2, 3). Оттенок «зелень Шееле», получив изначально признание и став очень популярным цветом, в который окрашивались и отделочные материалы, и текстиль, и домашняя утварь (ил. 6), затем стал символизировать



Ил. 6. Коллаж «Зеленый Шееле». Составлен М. Горбулёвой из общедоступных ресурсов Интернета, не содержащих указаний на авторов материалов и каких-либо ограничений для их заимствования

яд, болезнь, опасность, едкость, коварство, токсичность, так как пигмент содержал мышьяк, вследствие чего пострадало большое количество людей (ил. 7). Таким же образом происходят перемены и с другими положительными значениями: например, «зеленый рыцарь» из молодого, бойкого, смелого, неопытного юноши превращается в зловещего персонажа, несущего ужас и смерть. В легендах и сказках также можно встретить много зеленого цвета с различным, часто противоположным загадочным и магическим подтекстом. Так, различные сказочные представители могут быть



Ил. 7. Коллаж «Яды и зелья». Составлен М. Горбулёвой из общедоступных ресурсов Интернета, не содержащих указаний на авторов материалов и каких-либо ограничений для их заимствования

как добрыми (феи, волшебницы, «зеленые дамы», волшебство), так и опасными (ведьмы, болотная и лесная нечисть). Сюда же можно отнести более поздних персонажей современности: зомби, инопланетян, отрицательных героев компьютерных игр, монстров и мутантов (Халк, Фантомас, Гринч, Шрек), – все они различных оттенков зеленого и разной степени отрицательности (см. ил. 7). С переменной цветовой классификацией и способов получения цветов в эпоху романтизма зеленый вновь вернет свои «положительные» характеристики, станет цветом природы, свободы, гигиены, здоровья, спорта и экологии (см. ил. 8). В XX веке зеленый прочно ассоциируется с природой, жизнью, их хрупкостью и необходимостью спасения и защиты. Рост популярности движений по защите природы, экологии приходится на 1960–1970 годы. В это время появляются Greenpeace и другие «зеленые» движения, партии и организации, а на повестке стоят ЗОЖ, зеленая энергетика и т.д. [Эддридж 2016, 24; Пастуро 2018; Сен-Клер 2020].



РОСТ • ЗАРОЖДЕНИЕ • СВЕЖЕСТЬ • НОВИЗНА • ПРИРОДА • ГАРМОНИЯ

УМИРОТВОРЕНИЕ • РАВНОВЕСИЕ • БОГАТСТВО • ЖИЗНЬ

Ил. 8. Коллаж «Зеленый в рекламе и маркетинге». Составлен М. Горбулёвой из общедоступных ресурсов Интернета, не содержащих указаний на авторов материалов и каких-либо ограничений для их заимствования

Институт цвета Pantone¹ с 2000 года ежегодно объявляет Цвет года: оттенок или оттенки, которые, согласно исследованиям специалистов института, наиболее популярны и точнее передают тенденции наступающего года. Решение принимается на специальных секретных встречах, проходящих дважды в год. Процесс выбора цвета года требует тщательной работы по поиску новых цветовых трендов. Под рассмотрение попадают: индустрия развлечений, снимаемые фильмы, гастролирующие художественные выставки, новые художники, мода, все сферы дизайна, популярные места для путешествий, изменения в социально-экономических условиях, новые технологии, материалы, текстуры и эффекты, оказывающие влияние на цвет, платформы социальных сетей, а также предстоящие спортивные, культурные мероприятия и события, привлекающие внимание всего мира². Зеленый был цветом года в 2013³ (Emerald / Изумруд, 17-5641) и 2017 (Greenery / Зеленый, 15-0343) годах⁴.

Пышный, богатый, искрящийся, живой, вызывающий ассоциации с драгоценностями Emerald был представлен в 2013 году как изысканный и роскошный цвет элегантности и красоты. Он должен был нести чувство гармонии и баланса, благополучия и процветания. Мало какой цвет справится с передачей смыслов, связанных с ростом, регенерацией, обновлением и исцелением лучше, чем зеленый. Оттенок Greenery 2017 года, освежающий и бодрящий, был призван обозначить новые начинания. Современный человек все более погружается в скоротечную рутину повседневности, и в противовес этим тенденциям возникает желание погрузиться в естественную красоту, достигнуть баланса с природой. Желто-зеленый оттенок своей свежестью и яркостью напоминает о весеннем возрождении природы, обновлении, восстановлении (см. ил. 8).

Таким образом, в современности зеленый цвет имеет прочную связь с жизнью и процветанием. Одними из первых ассоциаций с самым распространенным цветом в природе, очевидно, являются растения, молодость, свежесть, бодрость, жизнь, мир в целом, спокойствие, комфорт, безопасность, разрешение. Отрицательные

¹ Пантон (Pantone; <https://www.pantone.com/>) – это компания-эксперт в сфере колористики, разработавшая систему стандартизации нескольких тысяч существующих цветов и их оттенков – Pantone Matching System (PMS). Создает палитры оттенков, консультирует по трендам на рынке дизайна. Цветовые схемы Пантон используются в текстильной промышленности, производстве товаров для дома и различных других областях.

² <https://pantone.ru/articles/color-of-the-year-2021>

³ <https://www.pantone.com/articles/color-of-the-year/color-of-the-year-2013>

⁴ <https://www.pantone.com/articles/color-of-the-year/color-of-the-year-2017>

коннотации: ревность, зависть, усталость, плохое самочувствие, болезни и вирусы, деньги, удача [Греймас, Курте 1983, 488; Куличенко, Королевская 2020]. Этнопсихоллингвистика связывает эмоциональное влияние цвета с традициями цветовосприятия, которые складываются в контексте национально-культурной общности. Человек достаточно часто выражает свои чувства посредством использования цвета в том или ином ключе [Дейк 1989]. Основатель психодиагностического направления в изучении цвета Макс Люшер разработал известный тест для диагностики внутреннего состояния, внутриличностных и межличностных конфликтов [Luscher 1985]. Тест базируется на оригинальной трактовке кодированных в цвете психологических потребностей человека. Зеленый цвет в тесте Люшера связан с потребностью самоутверждения [Люшер 2006].

Анализ восприятия и влияния различных цветов на поведение и эмоции человека получил определенное значение в психологии и смежных дисциплинах. На данный момент достаточно хорошо изучены, сформулированы и используются основные принципы воздействия цвета в маркетинге, рекламе, позиционировании и политике брендов [Уварова, Иванова 2021]. Параллели со свежестью, чистотой, ростом, экологией, природой, здоровьем и жизнью используются для того, чтобы вызвать необходимые ассоциации с продуктом у покупателей [Сысоева 2011; Michels et al. 2022]. Поэтому зеленый и его сочетания с другими цветами очень популярны в фармацевтических компаниях (зеленый крест – аптека), среди эко-брендов (см. ил. 8). Конечно, имеет значение, какие сочетания и какие оттенки будут использованы в зависимости от региона [Семенов 2020, 269].

Связь зеленого с негативными ассоциациями недомогания, болезни, отравления, вируса и противоположными им символами здоровья, здорового образа жизни, экологии, медицины интересно преломилась в исследовании, посвященном цветовому маркированию интенсивности и формы болевых ощущений. Категории «цветового» восприятия боли в исследовании отражались в виде различно окрашенных шкал. У разных групп пациентов цветовые предпочтения при обозначении сильных болей – черный и серый; при болях средней интенсивности – коричневый и красный; при отсутствии боли – желтый и зеленый. Пациенты с психогенным болевым синдромом при болях средней и высокой интенсивности выбирали желтый, фиолетовый, красный, а при отсутствии боли – серый, зеленый [Адашинская, Ениколопов, Мейзеров 2005]. Это обозначает проблемную область, которую можно назвать «цвет боли». Проблема сформулирована в вопросе: «Как можно ощутить чужую боль?» [Хакер 2012]. Следует отметить, что одно из

направлений поиска ответа на этот вопрос возвращает к наследию Витгенштейна [Ладов 2012]. Другое направление поиска ответа, как это ни странно, предлагают нарративы биоэтики, ставя ключевой вопрос: «Как можно принять чужую боль?» В этом вопросе акцент поставлен на сострадании и понимании, т.е. на такой форме выражения сочувствия, которая необходима конкретному страдающему человеку. Именно это действенное сочувствие выражает слово «принять» в формулировке вопроса «от биоэтики». В эпиграфе к статье приведены слова Витгенштейна о дальтонизме. С позиций биоэтики можно говорить о «моральном дальтонизме» [Горбулёва, Мелик-Гайказян, Первушина 2020, 124], для компенсации и / или преодоления которого нужны способы «второй навигации» [Мелик-Гайказян 2016, 101]. Эти способы, в свою очередь, предполагают высокую степень точности процедур ориентации в «слепых» локациях [Мелик-Гайказян 2022а] и процедур диагностики состояний и положений [Мелик-Гайказян 2022б]. Для разработки таких процедур необходимы семиотические шкалы, фиксирующие спектры и гаммы нюансов цветового окрашивания уязвимости и сочувствия к уязвимому положению. На данный момент существует большое количество исследований и различных источников данных касательно происхождения, классификации, истории и значения цвета, что подтверждает актуальность и интерес к теме исследования. Однако «слепые пятна», неоднозначность и противоречивость некоторых выводов свидетельствуют о необходимости продолжения работы, задача и актуальность которой здесь обозначена. Помимо оговоренных аспектов представляет интерес особое место, занимаемое цветом, в коммуникации и передаче смыслов на различных уровнях современной культуры.

В качестве итога можно отметить тот факт, что зеленый цвет является выражением и нормального, и экстремального, т.е. противоположных состояний. Один и тот же цвет может обозначать противоборствующие вещи, а также иметь общие ассоциации как в узких, так и в широких ареалах [Серов 2019, 12]. Исследователи в различных областях знаний интересуются данной темой очень давно и всесторонне, начиная от того, как и в каком порядке люди узнавали и называли цвета, и заканчивая предположениями о том, как конкретный цвет может влиять на человека или большие группы людей в различных обстоятельствах и контексте. Именно распределение зеленого цвета в ареалах хорошего и плохого, нормального и экстремального делает любопытной палитру его оттенков, представленную здесь в составленных коллажах.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Адашинская, Ениколопов, Мейзеров 2005 – *Адашинская Г. А., Ениколопов С. Н., Мейзеров Е. Е.* Боль и цвет // Психологический журнал. 2005. № 26 (3). С. 74–80.
- Бейти 2020 – *Бейти П.* Анатомия цвета: об истории красок и цветовых решениях в интерьере. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. 352 с.
- Витгенштейн 2022 – *Витгенштейн Л.* Заметки о цвете / пер. с нем. В. А. Суровцева, К. А. Родина; под общ. ред. В. А. Суровцева. М.: Канон+ РООИ «Реабилитация», 2022. 160 с.
- Высоцкая 2019 – *Высоцкая В. В.* Символика цветовых сочетаний в романе М. Булгакова «Белая гвардия» // Art Logos. 2019. № 3 (8). С. 92–104.
- Горбулёва, Мелик-Гайказян, Первушина 2020 – *Горбулёва М. С., Мелик-Гайказян И. В., Первушина Н. А.* Инициативы педагогической биоэтики // Высшее образование в России. 2020. Т. 29, № 6. С. 122–128.
- Греймас, Курте 1983 – *Греймас А. Ж., Курте Ж.* Объяснительный словарь теории языка // Семиотика / Составление, вступительная статья и общ. редакция Ю.С. Степанова. М.: Радуга, 1983. С. 483–550.
- Дейк 1989 – *Дейк ван Т. А.* Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989.
- Доби 2018 – *Доби Д.* Песня цвета. Уроки цвета и композиции. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. 160 с.
- Куличенко, Королевская 2020 – *Куличенко Ю. Н., Королевская Е. М.* Символика зеленого цвета во фразеологической картине мира: сопоставительный аспект (на материале русского, английского, немецкого и итальянского языков) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. № 13 (8). С. 262–265.
- Кудрина, Мещеряков 2011 – *Кудрина А. В., Мещеряков Б. Г.* Семантика цвета в разных культурах // Психологический журнал Международного университета природы, общества и человека «Дубна». 2011. № 1. С. 1–17.
- Ладов 2012 – *Ладов В. А.* Витгенштейн и Хакер о языке ощущений // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2012. № 4 (20). С. 135–140.
- Лю, Рыбаков 2020 – *Лю Л., Рыбаков М. А.* Цветовая символика в русском и китайском языках и семантика гидронимов с цветовым компонентом // Litera. 2020. № 6. С. 44–55. doi: 10.25136/2409-8698.2020.6.33075

- Люшер 2006 – Люшер М. Цветовой тест Люшера. М.: Эксмо, 2006. 192 с.
- Мартьянова 2013 – Мартьянова Н. А. «Символическое» цветообозначений в русской лингвокультуре // Филология и человек. 2013. № 4. С. 056–067.
- Мартьянова 2015 – Мартьянова Н. А. Колоративы как средство выражения эмоций в произведениях М. Горького // Ломоносовские чтения на Алтае: фундаментальные проблемы науки и образования. Барнаул, 20–24 октября 2015 г. Барнаул: Алт. гос. ун-т, 2015. С. 2861–2866.
- Мелик-Гайказян, Мелик-Гайказян 2016 – Мелик-Гайказян И. В., Мелик-Гайказян М. В. Систематизация результатов социологических опросов волонтеров для выявления семиотических механизмов нелинейной динамики образовательных систем. Свидетельство о регистрации базы данных RU 2016620267, 19.02.2016. Заявка 2015621691 от 28.12.2015.
- Мелик-Гайказян 2016 – Мелик-Гайказян И. В. Вавилонская башня – метафора о «семиотическом аттракторе» динамики Hi-Tech // Философия науки и техники. 2016. Т. 21, № 1. С. 92–103.
- Мелик-Гайказян 2022а – Мелик-Гайказян И. В. Об одной географической метафоре // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2022. № 69. С. 27–31.
- Мелик-Гайказян 2022б – Мелик-Гайказян И. В. Семиотическая диагностика расщепления траекторий мечты о прошлом и мечты о будущем // Электронный научно-образовательный журнал «История». 2022. Т. 13, № 4 (114). doi: 10.18254/S207987840021199-7
- Пастуро 2018 – Пастуро М. Зеленый. История цвета. М.: Новое Литературное Обозрение, 2018. 168 с.
- Прохорова 2014 – Прохорова А. М. Цветовая символика в английских и русских устойчивых словосочетаниях // Перспективы науки и образования. 2014. № 1 (7). С. 252–255.
- Ромашова, Антонова 2014 – Ромашова Е. В., Антонова Т. А. Цветовая образность в книге // Вестник Оренбургского государственного университета. 2014. № 5 (166). С. 136–141.
- Самсонова 2005 – Самсонова Н. В. Зеленый цвет у Чехова-драматурга и прозаика // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Филология. Журналистика. 2005. № 1. С. 75–77.
- Семенов 2020 – Семенов А. К. Психология и этика менеджмента и бизнеса. М.: Дашков и К, 2020. 276 с.

- Сен-Клер 2020 – Сен-Клер К. Тайная жизнь цвета. М.: Бомбора, 2020. 320 с.
- Серов 2019 – Серов Н. Символика цвета. СПб.: Страта, 2019. 201 с.
- Сологуб 2016 – Сологуб Е. А. Проблематика и поэтика литературно-критической статьи Андрея Белого «Луг зеленый» // APRIORI. Сер. Гуманитарные науки. 2016. № 3. 10 с. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problematika-i-poetika-literaturno-kriticheskoy-stati-andreya-belogo-lug-zelenyy/viewer>
- Суровцев, Родин 2018 – Суровцев В. А., Родин К. А. Людвиг Витгенштейн о логике цветовых понятий // ПРАЭНМА. Проблемы визуальной семиотики. 2018. № 4. С. 222–234.
- Суровцев, Родин 2020 – Суровцев В. А., Родин К. А. «Заметки о цвете» Людвиг Витгенштейна: от логики цвета-к социологии цвета // ПРАЭНМА. Проблемы визуальной семиотики. 2020. № 2. С. 25–38.
- Сысоева 2011 – Сысоева С. В. Использование цвета в рекламе // Сибирский торгово-экономический журнал. 2011. № 12. С. 147–149.
- Уварова, Иванова 2021 – Уварова Л. Н., Иванова В. Д. Психология цвета в маркетинге // E-Scio. 2021. № 1 (52). С. 399–403.
- Хакер 2012 – Хакер П. Могут ли разные люди чувствовать одну и ту же боль? // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2012. № 4 (20). С. 141–156.
- Шайнбергер 2017 – Шайнбергер Ф. Акварельный скетчинг. Как рисовать и рассказывать истории в цвете. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 160 с.
- Эддридж 2016 – Эддридж Л. Краски. История макияжа. М.: Одри, 2016. 240 с.
- Baty 2021 – Baty P. Nature's Palette: A colour reference system from the natural world. Thames & Hudson, 2021. 290 p.
- Cong, Chistyakov 2021 – Cong G., Chistyakov A. V. The color symbolism in the works of M.A. Bulgakov // Revista EntreLinguas. 2021.
- Isley 2022 – Isley G. Science in Color // The Mall. 2022. № 6 (1). Art. 5. <https://digitalcommons.butler.edu/the-mall/vol6/iss1/5>
- Luscher 1985 – Luscher M. The Luscher test. Personality assessment through color choice. Reinbek: Rowohlt, 1985. [2], 185 p.
- Michels et al. 2022 – Michels N., Debra G., Mattheeuws L., Hooyberg A. Indoor nature integration for stress recovery and healthy eating: A picture experiment with plants versus green color // Environmental Research. 2022. Art. 113643.
- Tarasenko et al. 2016 – Tarasenko V. F., Melik-Gaykazyan M. V., Gorbuleva M. S., Melik-Gaykazyan I. V. «Rabbit Effect»: The Reasons of Volun-

- teer Movements as the Diagnostics of the Role Transformations of Human Resource Management // сборнике: Vision 2020: Innovation Management, Development Sustainability, and Competitive Economic Growth: Proceedings of the 28th International Business Information Management Association Conference. 2016. P. 2179–2182.
- Turapovna 2021 – *Turapovna I. S.* Semantics of the lexeme “green” // ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal. 2021. Vol. 11 (9). P. 440–448. doi: 10.5958/2249-7137.2021.01936.4
- Wei 2021 – *Wei L.* Color Symbolism and American Dream in Luhrmann’s *The Great Gatsby* // International Conference on Educational Innovation and Philosophical Inquiries (ICEIPI 2021). P. 10–14.
- Wittgenstein 1977 – *Wittgenstein L.* Remarks on Colour / ed. by G. E. M. Anscombe. Oxford: Basil Blackwell, 1977. 63 p.

REFERENCES

- Adashinskaya, G. A., Enikolopov, S. N., & Meyzerov, E. E. (2005). Bol’ i tsvet [Pain and color]. *Psikhologicheskiy zhurnal*, 26(3), 74–80.
- Baty, P. (2020). *Anatomy of Color: The Story of Heritage Paints & Pigments*. Mann, Ivanov i Ferber. (In Russian).
- Baty, P. (2021). *Nature’s Palette: A colour reference system from the natural world*. Thames & Hudson.
- Cong, G., & Chistyakov, A. V. (2021). *The color symbolism in the works of M. A. Bulgakov*. Revista EntreLinguas.
- Dijk, T. A. van. (1989). *Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya* [Language. Cognition. Communication]. Translated from English. Progress.
- Dobie, J. (2018). *Making Color Sing: Practical Lessons in Color and Design*. Mann, Ivanov i Ferber. (In Russian).
- Eldridge, L. (2016). *Face Paint - The Story of Makeup*. Odri. (In Russian).
- Gorbuleva, M. S., Melik-Gaykazyan, I. V., & Pervushina, N. A. (2020). Pedagogical Bioethics Initiatives. *Vysshee obrazovanie v Rossii – Higher Education in Russia*, 29(6), 122–128. (In Russian). <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2020-6-122-128>
- Greimas, A. J., & Courtes, J. (1983). Semiotics and Language: An Analytical Dictionary. In Yu. S. Stepanov, (Ed.), *Semiotics* (pp. 483–550). Raduga. (In Russian).
- Hacker, P. M. S. (2012). Can Different People Have the Same Pain? A Philosophical Entertainment. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. *Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*, 4(20), 141–156. (In Russian).

- Isley, G. (2022). Science in Color. *The Mall*. 6(1), 5. <https://digitalcommons.butler.edu/the-mall/vol6/iss1/5>
- Kudrina, A. V., & Meshcheryakov, B. G. (2011). Semantika tsveta v raznykh kul'turakh [Semantics of colour in different cultures]. *Psikhologicheskii zhurnal Mezhdunarodnogo universiteta prirody, obshchestva i cheloveka "Dubna"*, 1, 1–17.
- Kulichenko, Yu. N., & Korolevskaya, E. M. (2020). Green Colour Symbolism in Phraseological Worldview: Comparative Aspect (By the Material of the Russian, English, German and Italian Languages). *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki – Philology. Theory & Practice*, 13(8), 262–265. (In Russian).
- Ladov, V. A. (2012). Wittgenstein and Hacker on the language of sensations. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*, 4(20), 135–140. (In Russian).
- Liu, L., & Rybakov, M. A. (2020). Color Symbolism in Russian and Chinese Languages and Semantics of Hydronyms With a Color Component. *Litera*, 6, 44–55. (In Russian). <https://doi.org/10.25136/2409-8698.2020.6.33075>
- Luscher, M. (1985). *The Luscher test. Personality assessment through color choice*. Rowohlt.
- Luscher, M. (2006). *The Luscher color test*. AST; Sova. (In Russian).
- Mart'yanova, N. A. (2013). "Simvolicheskoe" tsvetooboznacheniy v russkoy lingvokul'ture ["Symbolic" colour terms in Russian linguistic culture]. *Filologiya i chelovek*, 4, 56–67.
- Mart'yanova, N. A. (2015). Color words as a means of expressing emotions in the works of M. Gorky. In *Lomonosovskie chteniya na Altae: fundamental'nye problemy nauki i obrazovaniya* [Lomonosov Readings in Altai: Fundamental Problems of Science and Education] (pp. 2861–2866). Conference Proceedings. Altai State University. (In Russian).
- Melik-Gaykazyan, I. V. (2016). Tower of babel as the metaphor of hi-tech dynamics "semiotic attractor". *Filosofiya nauki i tekhniki – Philosophy of Science and Technology*, 21(1), 92–103. (In Russian).
- Melik-Gaykazyan, I. V. (2022a). About One Geographical Metaphor. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*, 69, 27–31. (In Russian). <https://doi.org/10.17223/1998863x/69/4>
- Melik-Gaykazyan, I. V. (2022b). Semiotic diagnostics of the trajectory splitting between a dream of the past and dream of the future. *Istoriya*, 13:4(114). (In Russian). <https://doi.org/10.18254/S207987840021199-7>

- Melik-Gaykazyan, I. V., & Melik-Gaykazyan, M. V. (2016). *Systematization of the results of sociological surveys of volunteers to identify semiotic mechanisms of the nonlinear dynamics of educational systems*. Database registration certificate RU 2016620267, February 19, 2016. Application No. 2015621691 of December 12, 2015. (In Russian).
- Michels, N., Debra, G., Mattheeuws, L., & Hooyberg, A. (2022). Indoor nature integration for stress recovery and healthy eating: A picture experiment with plants versus green color. *Environmental Research*, 212(Pt E), 113643.
- Pasturo, M. (2018). *Zelenyy. Istoriya tsveta* [Green. The history of the colour]. Novoe Literaturnoe Obozrenie.
- Prokhorova, A. M. (2014). Tsvetovaya simbolika v angliyskikh i russkikh ustoychivyykh slovosochetaniyakh [Colour symbolism in English and Russian set phrases]. *Perspektivy nauki i obrazovaniya*, 1(7), 252–255.
- Romashova, E. V., & Antonova, T. A. (2014). The Colour Figurativeness in the Book. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, 5(166), 136–141. (In Russian).
- Samsonova, N. V. (2005). Zelenyy tsvet u Chekhova-dramaturga i prozaika [The green color in Chekhov the playwright and prose writer]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika*, 1, 75–77.
- Scheinberger, T. (2017). *Urban Watercolor Sketching: A Guide to Drawing, Painting, and Storytelling in Color*. Mann, Ivanov i Ferber. (In Russian).
- Semenov, A. K. (2020). *Psikhologiya i etika menedzhmenta i biznesa* [Psychology and ethics of management and business]. Dashkov i K.
- Serov, N. (2019). *Simvolika tsveta* [Symbolism of colour]. Strata.
- Sologub, E. A. (2016). Perspective and Poetics of Andrey Bely's Literary Critique "the Meadow Green". *APRIORI. Seriya: Gumanitarnye nauki*, 3.
- St Clair, K. (2020). *The Secret Lives of Colour*. Bombora. (In Russian).
- Surovtsev, V. A., & Rodin, K. A. (2018). Ludwig Wittgenstein on Color Concepts and Their Logic. *ППАЭНМА. Problemy vizual'noy semiotiki – ППАЭНМА. Journal of Visual Semiotics*, 4, 222–234. (In Russian). DOI: 10.23951/2312-7899-2018-4-222-234
- Surovtsev, V. A., & Rodin, K. A. (2020). Wittgenstein's "Remarks on Colour": From Colour Logic to Social Studies of Colour. *ППАЭНМА. Problemy vizual'noy semiotiki – ППАЭНМА. Journal of Visual Semiotics*, 2, 25–38. (In Russian). DOI: 10.23951/2312-7899-2020-2-25-38
- Sysoeva, S. V. (2011). Ispol'zovanie tsveta v reklame [The use of colour in advertising]. *Sibirskiy trgovno-ekonomicheskii zhurnal*, 12, 147–149.

- Tarasenko, V. F., Melik-Gaykazyan, M. V., Gorbuleva, M. S., & Melik-Gaykazyan, I. V. (2016). "Rabbit Effect": The Reasons of Volunteer Movements as the Diagnostics of the Role Transformations of Human Resource Management. In K. S. Soliman (Ed.), *Vision 2020: Innovation Management, Development Sustainability, and Competitive Economic Growth. Proceedings of the 28th International Business Information Management Association Conference* (pp. 2179–2182). International Business Information Management Association.
- Turapovna, I. S. (2021). Semantics of the lexeme "green". *ACADEMICA: An International Multidisciplinary Research Journal*, 11(9), 440-448. <https://doi.org/10.5958/2249-7137.2021.01936.4>
- Uvarova, L. N., & Ivanova, V. D. (2021). Psikhologiya tsveta v marketinge [Psychology of colour in marketing]. *E-Scio*, 1(52), 399–403.
- Vysotskaya, V. V. (2019). Symbolism of Color Combinations in the Novel "White Guard" by M. Bulgakov. *Art Logos*, 3(8), 92–104. (In Russian).
- Wei, L. (2021). Color Symbolism and American Dream in Luhrmann's The Great Gatsby. In *International Conference on Educational Innovation and Philosophical Inquiries (ICEIPI 2021)* (pp. 10–14). <https://doi.org/10.54254/chr.iceipi.20211153>
- Wittgenstein, L. (1997). *Remarks on Colour*. Edited by G. E. M. Anscombe. Basil Blackwell.
- Wittgenstein, L. (2022). *Remarks on Colour*. Kanon+ ROOI "Reabilitatsiya". (In Russian).

Ματєριαλ ποστυπιλ в редакцию 07.06.2022

Ματєριαλ ποστυπιλ в редакцию после рецензирования 10.12.2022