

Andrzej Narloch

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Funkcjonowanie koloru w rosyjskiej przestrzeni lingwokulturowej

Kolor to zjawisko lingwokulturowe eksploatowane niemalże we wszystkich obszarach działalności człowieka. Fenomen koloru polega na bogactwie pełnionych funkcji i wielowymiarowej symbolice, a jego praktyczne zastosowanie obejmuje obecnie wiele dziedzin funkcjonowania społeczeństwa.

W niniejszym opracowaniu uwaga zostanie skupiona na funkcjonowaniu kolorów w rosyjskim obszarze kulturowym i sposobach jego wyrażania. Na podstawie wstępnych obserwacji możemy odnotować funkcjonowanie koloru w rosyjskiej lingwokulturze na następujących płaszczyznach: reklamowo-wizerunkowej, społeczno-politycznej, religijnej, emocjonalnej, zdrowotnej, płciowej i seksualnej. W dalszej części artykułu analiza zostanie przeprowadzona na podstawie powyższego podziału. Tak szerokie zastosowanie koloru wynika z rosnącej roli reprezentacji wizualnych w życiu człowieka, a sam kolor jest wygodnym nośnikiem informacji. Pokazane w artykule przykłady wzajemnych silnych związków pomiędzy kulturą i językiem (terminologią kolorystyczną) pozwalają na opis modeli metaforycznych, dekodowanie wartości symbolicznych czy konotacji semantycznych.

Na wstępie odnotujmy zasadnicze spostrzeżenia dotyczące funkcjonowania koloru jako znaku semiotycznego. Barwa stanowi nieodłączny element docierającej do człowieka informacji i jest jedną z jego najważniejszych składowych. Pełniąc funkcję znaku, do czegoś odsyła, coś reprezentuje bądź przywołuje na myśl. Według Zbigniewa Libery, „system barw – jak każdy system semiotyczny – był systemem dynamicznym, nigdy nie istniał jako twór skończony, był nieustannie konstruowany”¹. Gdy obserwuje się obecnie głębokie zmiany zachodzące w obszarze kultury w związku z dynamicznym rozwojem nowoczesnych technologii, a w ślad za tym – nowoczesnych przekazów medialnych, nowych form komunikacji, wynikiem czego jest wzrost

¹ LIBERA Z., *Semiotyka barw w polskiej kulturze ludowej i w innych kulturach słowiańskich*, „Etnografia Polska”, [online], 1987, t. XXXI, z. 1, s. 116. http://cyfrowaetnografia.pl/Content/1175/Strony%20od%20EP_XXXI_z1-7_Libera.pdf, [dostęp: 23.07.2019].

znaczenia „kultury obrazkowej”, to zauważa się, że przekaz wizualny odgrywa coraz istotniejszą rolę. W tym przekazie bynajmniej nie marginalną rolę wyznaczono kolorowi. Jak zauważa Krzysztof Jurek:

Choć ludzie od zawsze posługują się kolorem i nie ma społeczeństw, które nie nadałyby mu specyficznego znaczenia i symboliki, to wydaje się, że jeszcze nigdy wcześniej rola barwy w kulturze i życiu człowieka nie budziła takiego szerokiego zainteresowania, jak ma to miejsce współcześnie².

W każdej kulturze kolor ma swoje konotacje i symbolikę. A zatem określenie kolorystyczne będące elementem danej kultury należy pojmować jako element dwuczłonowy (binarny). Pierwszy element tworzy znak, tj. pewne doznanie wzrokowe (długość fali elektromagnetycznej opisywana w parametrach natężenia, intensywności oraz jasności), natomiast drugi element to obiekt, pojęcie itd., do którego ten znak odsyła. Jeśli kolor może odsyłać do czegoś czy też reprezentować pewne fragmenty rzeczywistości pozajęzykowej – pojęcia, myśli, cechy, emocje to interesujące wydaje się wyznaczenie zakresu funkcjonowania tego znaku. Kolor (jako nośnik funkcji znakowej) staje się znakiem, kiedy jest postrzegany i rozumiany przez odbiorcę, dlatego ważną kwestią pozostaje problematyka rozumienia i interpretacji znaków, tj. pragmatyczna strona stosunków między tymi znakami. Strony uczestniczące w procesie komunikacji powinny posługiwać się tym samym kodem, czyli znać wspólny sposób interpretowania poszczególnych znaków danego systemu. A zatem kod powinien obejmować zbiór reguł w sposób identyczny dekodowany przez użytkowników, ze względu na przyporządkowanie poszczególnym znakom odpowiednich znaczeń. Oczywiście można zastanawiać się, w jakim stopniu – ze względu na większą lub mniejszą wieloznaczność znaków funkcjonujących w danej kulturze – poprawne odczytanie danego znaku jest możliwe. W przypadku kolorów sytuacja jest jeszcze bardziej skomplikowana. Niektóre kolory cechuje złożoność semantyki. Na przykład kolor zielony od dawna interpretowany jest w obszarach wolności, swobody, braku zakazu, co przejawia się w użyciu tego koloru jako znaku pozwolenia, por. określenia sygnalizacji świetlnej: красный, желтый, зеленый свет, czy зеленая волна (wolny przejazd), bądź na lotniskach *красный* i *зеленый коридор* (posiadanie towarów do oczenia bądź nie). Jak twierdzi Libera:

Oddziaływanie danej barwy na człowieka wynika nie tyle z naturalnych właściwości, ile z przypisanej jej wartości symbolicznej. Same fizyczne właściwości koloru nie tworzą jeszcze jego symboliki, choć tę symbolikę w pewnym stopniu określają, tzn. niektóre treści można łączyć z danym kolorem, lecz inne są wykluczone³.

Znaczenie symboliczne koloru zielonego kształtuje się głównie na podstawie codziennej obserwacji i doświadczania tej barwy w obrazach natury, zwłaszcza ro-

² JUREK K., *Kolor jako element kształtowania tożsamości jednostkowej i zbiorowej*, „Zeszyty Naukowe KUL”, 57 (2014), nr 4 (228), s. 55.

³ LIBERA Z., dz. cyt., s. 115.

śliności (drzew, liści, trawy)⁴. Składa się to na ogólny sens akceptacji, naturalności, bezpieczeństwa i rozwija go w kierunku pojęcia wolności, swobody, przyzwolenia. Tym samym użycie odpowiedniego koloru jako znaku semiotycznego powoduje, że barwa ta staje się nośnikiem informacji wpływającym bezpośrednio na nasze zachowanie. W ten sposób tworzymy narzędzie komunikacji na podstawie konwencji. Jednym z takich znaków jest kolor czerwony jako symbol wszelkiego rodzaju zakazów, niebezpieczeństw, alarmów, por. wyrażenie *красная кнопка: В последнее время вопрос о ядерном оружии, «красных кнопках» все чаще появляется в медийном пространстве. Что произойдет после того, как президент нажмет на «красную кнопку»?*.

Czerwony jako barwa najsilniej oddziałująca na układ nerwowy i procesy psychofizjologiczne człowieka jest najbardziej predestynowany do wyrażania semantyki 'ostrzeżenia', 'niebezpieczeństwa'. Na przykład produkowanie wyłączników awaryjnych właśnie w kolorze czerwonym dowodzi, jak istotną rolę odgrywa on w naszej świadomości. Wspomniane wyżej połączenie *красная кнопка* ma również ogólne znaczenie 'uniknięcie niebezpieczeństwa'. Nie bez powodu w wielu przedsiębiorstwach linie produkcyjne czy maszyny są wyposażone w przycisk awaryjny w tym właśnie kolorze. Z drugiej strony, kolokacja *красная кнопка* poszerzyła zakres swojego funkcjonowania, zyskując pozytywne konotacje. Podczas oficjalnego uroczystego otwierania zakładów przemysłowych, nowoczesnych linii produkcyjnych symboliczne uruchomienie następuje poprzez naciśnięcie właśnie czerwonego przycisku lub przecięcie czerwonej wstęgi, por. przykłady z gazet internetowych: *Торжественный запуск работы фабрики «Денисовская» нажатием на большую красную кнопку осуществили генеральный директор угледобывающей компании. Для организации классической церемонии перерезания красной ленточки вам потребуются красная лента и ножницы с подносом. Wielu oficjalnym uroczystościom towarzyszy również *красная ковровая дорожка*, podkreślając doniosłość i oficjalność wydarzenia: *Прямая трансляция с красной ковровой дорожки церемонии закрытия XXXVII Московского международного кинофестиваля.**

Płaszczyzna reklamowo-wizerunkowa. Obszarem, w którym intensywnie eksploatuje się kolory, jest domena reklamowo-wizerunkowa. We współczesnym świecie kolor stał się elementem tworzenia i utrwalania wizerunku produktu. Obok takich identyfikujących składowych, jak: nazwa firmy (organizacji, koncernu) istotną funkcję pełni komponent kolorystyczny, gdyż staje się obok nazwy marki, brendu, hasła czy sloganu reklamowego ważnym znakiem semiotycznym kształtującym stopień rozpoznawalności produktu. Przestrzeń informacyjna, którą zagospodarowuje kolor, wyraża się na wielu płaszczyznach – kolor czcionki, kolor tła, kolor znaczących elementów i obiektów bądź ich fragmentów. Na przykład jedna z przodujących na rynku telekomunikacyjnym firm MTS (ros. МТС) jako znaku rozpoznawczego

⁴ KUSTOVA G., RACHILINA E., *O nazwach barw зелёный i жёлтый w języku rosyjskim* [W:] R. Grzegorzyczkova, K. Waszakowa (red.), *Studia z semantyki porównawczej. Nazwy barw, nazwy wymiarów, predykaty mentalne*, cz. 2, Warszawa, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2003, s. 24.

swoich usług używa koloru czerwonego (obok symbolu jajka). Kolor ten jest obecny na wszystkich produktach koncernu, jego reklamach, wystrojach wnętrz, ulotkach. Tworzy to z innymi elementami spójną oś odbioru całego komunikatu w formie ikonicznej. Inny koncern, Megafon (ros. Мерафон), wprowadza w przestrzeń komunikacyjną zieloną barwę. Komponentem uzupełniającym jest dodatkowy element semiotyczny – kolor fioletowy, który kreuje z kolorem bazowym całościowy obraz. Rozpoznawalność komunikatu operującego dwoma kolorami wzrasta dzięki wykorzystaniu znacząco różniących się od siebie zakresów barw (zielony i fioletowy). Kontrast kolorystyczny wzmacnia siłę przekazu i odbioru komunikatu, dlatego może budować obraz ostrzeżenia, ponieważ jest silnie odbierany przez układ nerwowy. Taki zabieg zastosował inny koncern telekomunikacyjny: Beeline (ros. Билайн), wykorzystując stosowane na tabliczkach ostrzegawczych połączenie koloru żółtego i czarnego, notabene u źródeł tego związku leży ubarwienie pszczoły, od ang. *bee*.

Znaczenia powstałe w wyniku połączenia określonych barw funkcjonują tylko w obrębie właśnie tych zestawień, poza nimi nie zawierają spójnego przekazu i dopuszczają różne interpretacje. Współwystępowanie ze sobą określonych kolorów tworzy pewną spójność syntaktyczną. Łączliwość poszczególnych elementów uzyskiwana jest właśnie na podstawie ich doboru, odpowiedniego ułożenia względem siebie, proporcji czy współwystępowania dodatkowych elementów i kształtów itd. Tym samym kolor staje się narzędziem oddziaływania społecznego, czyli znakiem o określonej semantyce.

Psychologowie już dawno zauważyli, że barwa światła nie jest człowiekowi obojętna. Za pomocą koloru możemy oddziaływać na zachowania dotyczące wyboru. Jak pisze Krzysztof Jurek „kolor stanowi tego rodzaju medium, które prawie zawsze niesie ze sobą kod, który oddziaływać będzie jeśli nie na ludzką świadomość, to na podświadomość, a w konsekwencji na ludzkie działanie”⁵.

Omawiana płaszczyzna reklamowo-wizerunkowa związana jest ściśle z branżą reklamy, współczesną modą, tworzeniem wizerunku towarów na rynkach sprzedaży. Niemalą rolę odgrywają tu wyniki eksperymentów psychologicznych, które potwierdziły, że kolor w określony sposób wpływa na postrzeganie i odbiór przez człowieka wielu docierających do niego informacji, dotyczących np. temperatury pomieszczenia czy oceny oddalenia obiektu⁶. Dlatego designerzy i specjaliści od reklamy uwzględniają te czynniki i do odpowiedniego towaru „dopasowują” zarówno odpowiedni kształt, jak i kolor opakowania. Wszystkie te zabiegi sprzyjają wykorzystywaniu koloru jako elementu oddziaływania perswazyjnego, tworzenia pozytywnego wizerunku, niosącego ze sobą proste, aczkolwiek wyraźne sygnały, tworzące jasny przekaz.

⁵ JUREK K., *Znaczenie symboliczne i funkcje koloru w kulturze*, „Kultura – Media – Teologia”, 2011, nr 6, s. 71.

⁶ ШУВАНОВ В.И., *Психология цвета в рекламе*, [online], <https://psyfactor.org/lib/color9.htm>, [dostęp: 14.01.2019].

Kolor współtworzy również wizerunek człowieka. Na przykład we współczesnej modzie zmiana koloru włosów przez celebrytów, aktorów, piosenkarzy itd. i poinformowanie o tym w mediach społecznościowych staje się znakiem zerwania z ukochaną osobą, a według niektórych brzmi prawie jak powiadomienie o swoim nowym statusie: „wolny”. Zmiana koloru włosów potrafi wzbudzić takie zainteresowanie ze strony internautów, że staje się przedmiotem ożywionych dyskusji. Na przykład Alona Szyszkowa, rosyjska modelka, po zmianie koloru włosów wywołała lawinę różnorodnych opinii: «Этот цвет не к лицу; Пожалуйста, пусть это будет фотошоп; Верните белый цвет волос. Вы с этим цветом стали такая обычная, как все, а блондинкой вы были такая яркая, стильная, эффектная»⁷.

Do reklamowania koloru jako przedmiotu sprzedaży coraz częściej angażuje się sam język poprzez odpowiedni dobór środków nominacji, dlatego coraz częściej pojawiają się nominacje nietypowe. Następuje stopniowe odchodzenie od nazw wykorzystujących szeroko znaną terminologię kolorów i sięganie po zaskakujące odbiorcę nowe słownictwo, odzwierciedlające funkcjonowanie tej leksyki w nowej przestrzeni medialnej. Twórcy nowych określeń kolorystycznych prześcigają się w tworzeniu nazw przyciągających uwagę potencjalnych klientów. Teżę tę wydają się potwierdzać słowa Aleksandra Wasilewicza i in. twierdzącego, że «„упаковка” цвета – не что иное, как его название»⁸. Nowe nazwy – wciągnięte w machinę reklamy – w świadomości użytkowników języka zaczynają funkcjonować własnym życiem, przywołując cały ciąg obrazów asocjacyjnych i indywidualnych skojarzeń, por. oferowane na rosyjskim rynku farby dekoracyjne o nazwach kolorów *пустынные дюны, летний рассвет, тропический лес, весенняя акация*⁹. Z tego względu strategia nadawczo-odbiorcza odgrywa wyjątkową rolę w procesie nominacji, uwzględniając przy tym dziedzinę, w której funkcjonuje określony termin¹⁰. Wzorem dla rosyjskich terminów kolorystycznych są pojawiające się w kulturze zachodnioeuropejskiej nowe nominacje. Zilustrujmy to przykładami zaczerpniętymi z rosyjskich katalogów firmowych, ulotek, stron internetowych, w których kolor jest istotnym elementem całościowego wizerunku towaru: 1) w dziedzinie mody i kosmetyków: *бронзовая богиня, вечерняя звезда, золотистая заря* (kolory szminek, lakierów do paznokci); 2) w branży dekoracyjno-malarskiej: *морковный кисель, солнечные Канары, таёжная чаща* (kolory farb dekoracyjnych); 3) przemyśle lakierniczym: *голубая ночь, красный Колорадо, Посейдон* (kolory nadwozi samochodowych). Powyższe przykłady jednoznacznie świadczą o tworzeniu nowej przestrzeni do funkcjonowania barw. Nie są one tylko określonym wrażeniem wizualnym, lecz stają się umiejęt-

⁷ ЕМЕЛЬЯНОВА Н., *Теперь брнетка: Алена Шишкова похвасталась новым цветом волос*, [online], https://news.rambler.ru/diy/42130747/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink, [dostęp: 24.05.2019].

⁸ ВАСИЛЕВИЧ А.П., КУЗНЕЦОВА С.Н., МИЩЕНКО С.С., *Цвет и названия цвета в русском языке*, Москва, Изд-во КомКнига, 2005, s. 98.

⁹ Niniejsze nazwy podaje rosyjski katalog kolorów marki Dulux za 2017 rok.

¹⁰ NARLOCH A., *Strategia kreowania wartości na podstawie określeń kolorystycznych w języku polskim i rosyjskim*, „Przegląd Rusycystyczny”, 2019, nr 1 (165), s. 129.

nie opracowanym przez specjalistów od koloru komunikatem reklamowym, oplecionym siecią różnorodnych konotacji.

Пłaszczyzna społeczno-polityczna. Szerokie zastosowanie kolor znajduje również na płaszczyźnie społeczno-politycznej. W języku rosyjskim od dawna funkcjonują kalki semantyczne typu *белые воротнички*, *голубые коротнички*, przejęte z języka angielskiego i oznaczające ludzi zatrudnionych w zawodach wymagających pracy umysłowej lub fizycznej. Oprócz tego wkraczają do języka rosyjskiego nowe kolokacje odnoszone do innych rodzajów działalności zawodowej, na przykład *серые воротнички* ‘pracownicy sfery usług’, *розовые воротнички* ‘przedstawicielki kobiecych zawodów’, *золотые воротнички* ‘kadra zarządzająca’¹¹.

W przestrzeni politycznej bodajże największą do tej pory popularność w języku rosyjskim zyskał przymiotnik *красный*. Na początku XX wieku przymiotnik ten kojarzony był z działalnością rewolucyjną. Obecnie w roli politycznych wyznaczników postaw światopoglądowych język rosyjski wykorzystuje również inne przymiotniki, np. *зеленый*, który pozycjonowany jest jako symbol przekonania i ugrupowania o charakterze ekologicznym, których główną ideologią jest tworzenie otwartego społeczeństwa obywatelskiego, wyznającego zasadę zrównoważonego rozwoju, w tym rozwoju środowiska naturalnego, por.: *Российская экологическая партия «Зелёные»*, *Зелёная альтернатива*. Na początku XXI wieku w dyskursie politycznym zyskał popularność również kolor *оранжевый* związany z wydarzeniami politycznymi na Ukrainie, do których doszło w latach 2004–2005¹².

Obciążenie koloru różnorodnością symboliki szczególnie uwydatniło się w sferze polityki, w której kolorystyka ugrupowania politycznego jest ściśle określona i nawiązuje bezpośrednio do barw politycznych. Partie lewicowe — Komunistyczna Partia Federacji Rosyjskiej (ros. КПРФ — Коммунистическая партия Российской Федерации), Komuniści Rosji (ros. Коммунысты России) wykorzystują powszechnie w swojej symbolice kolor *красный*. Znaczenie, jakie przywiązuje się do barw partyjnych, jest niezmiernie istotne. O tym, jak silnie jest powiązany kolor z określonym światopoglądem, ideologią, postawą społeczno-polityczną, świadczą próby zmiany kolorystyki przez ugrupowanie LDPR — Liberalno-Demokratyczna Partia Rosji (ros. ЛДПР — Либерально-демократическая партия России). Flaga tej partii ma taką samą kolorystykę (błękitny i żółty), jak flaga narodowa Ukrainy. Po zaanektowaniu Krymu i części wschodniej Ukrainy przez Rosję w roku 2014 ciągły stan napięcia w stosunkach między skonfliktowanymi krajami doprowadził w Rosji do negatywnego odbioru wszystkiego, co kojarzone było z Ukrainą, a zwłaszcza jej symboliki, w tym barw narodowych. Kolorystyka partii LDPR zaczęła być kojarzona z pierwiastkiem ukraińskim i wywoływała spory wśród jej członków. Po dyskusjach pozostano jednak przy pierwotnej kolorystyce, o czym doniosły gazety: *ЛДПР не*

¹¹ *Классификация воротничков*, [online], <https://kommersantguild.wordpress.com>, [dostęp: 01.07.2019].

¹² ГРОМОВА А. В., *Языковые средства манипуляции сознанием в ходе «оранжевой» революции на Украине*, „Вестник ТГУ”, 2008, Выпуск 12 (68), s. 201–203.

будет менять партийные цвета из-за сходства с украинским флагом¹³. Odbiór barw partyjnych i idei, pod których sztandarami one występują, może ulegać transformacjom i przesunięciom w zależności od bieżącej sytuacji politycznej. Tego typu ograniczenia nakładane na funkcjonowanie koloru w przestrzeni politycznej znakomicie oddaje wypowiedź radykalnego polityka Władimira Żyrinowskiego, który uznaje „сине-желтый цвет” za kolor „фашистского режима”. Tę subiektywną ocenę symboliki kolorystycznej podkreśla jego inna opinia:

Что мы будем цвета менять? Коричневый — анархисты, черный — фашисты или ИГИЛ (запрещенная в России террористическая группировка), зеленый — исламисты, красный — коммунисты, и все — нельзя? Никто никаких прав на цвета не имеет¹⁴.

Zgodnie z tą wypowiedzią, uwarunkowaną oczywiście własnym światopoglądem, który indywidualnie i wybiórczo może dokonywać projekcji symboliki na odpowiednie kolory, należy stwierdzić, że zdaniem jej autora kolorem anarchizmu jest *коричневый*, a tymczasem – zgodnie z ogólnie przyjętą symboliką – jest to kolor *черный*. Natomiast *черный* jednoznacznie kojarzony jest w Rosji z ideologią faszystowską. Oczywiście z tym światopoglądem kojarzony jest również *коричневый*, por. kolokacje typu *коричневая чума ‘фашизм’, коричневые рубашки ‘фашисты’, красно-коричневые* – klisza polityczna oznaczająca połączenie ideologii komunistycznych i skrajnie prawicowych, reprezentowana swego czasu przez Partię Narodowo-Bolszewicką (ros. Национал-большевистская Партия).

W jak dużym stopniu silne przywiązanie do kolorystyki politycznej tworzy spójny wizerunek ugrupowania politycznego, potwierdzają również powody zmiany tejsze kolorystyki przez partię *Справедливая Россия* (ros. *Справедливая Россия*). Partia ta wykorzystywała kolor czerwony oraz napis swojej nazwy w kolorze żółtym. Ze względu na częste mylenie na wiecach politycznych *Справедливей Rosji* z Komunistyczną Partią Federacji Rosyjskiej postanowiono w 2008 roku zmienić ten kolor. Zgodnie ze statutem partii:

Эмблема Партии представляет собой композицию темно-красного (бордового) цвета из следующих частей: букв СР, набранных прописными буквами, и стилизованной стрелки, переходящей в четырехугольник¹⁵.

Jak można wnioskować, jednym z powodów takiego posunięcia była chęć odciążenia się od historycznie i ideologicznie obciążonego koloru. Niewykluczone, że kolor czerwony w świadomości części społeczeństwa uległ pewnej deprecjacji, a jego odcie-

¹³ ЛДПР не будет менять партийные цвета из-за сходства с украинским флагом, [online], <http://inform-24.com/>, [dostęp: 31.07.2019].

¹⁴ Там же.

¹⁵ Описание эмблем политических партий, [online] http://www.cikrf.ru/banners/duma_2011/polit_part/emblem.html [dostęp: 09.06.2019].

nie wydawały się stanowić dobrą alternatywę dla „zużytej politycznie” czerwieni. Jak czytamy w gazecie „Коммерсантъ”:

Однако, как сообщил «Ъ» источник в партии, «Справедливая Россия» обновит флаг (красную полосу на желтом партийном флаге выкрасят в пурпурный цвет — высший, как говорят в партии, в иерархии цветов), обзаведется собственными гербом и эмблемой (две стилизованные буквы СР)¹⁶.

W ten sposób barwa partyjna staje się elementem wartościowania, może być mniej lub bardziej prestiżowa, zyskując pozytywne wartościowanie. Dzięki tym zabiegom następuje odświeżenie wizerunku i, być może, większa akceptacja i poparcie społeczne. A zatem kolor służy jako narzędzie propagowania wspólnych wartości grup społecznych i budowy wspólnoty. Na płaszczyźnie semiotycznej połączenie ciemnej czerwieni z żółtym nabiera nowego znaczenia, wprowadzając jednocześnie element wyróżniający partię na tle innych. Z tego względu kolor w polityce jest bardzo nośnym narzędziem tożsamości ideologicznej. Utożsamianie barwy z określonymi poglądami politycznymi i ideologicznymi powoduje, że przybiera ona formę jednoznacznej identyfikacji i „etykiety”.

Kolor może być również elementem tożsamości zarówno na poziomie ogólnonarodowym (państwowym), jak i w mniejszym wymiarze – lokalnym. Na poziomie ogólnonarodowym możemy wymienić kolory flag identyfikujących przynależność państwową. Na rosyjskie barwy narodowe składają się trzy kolory, *белый, синий* i *красный*. Za każdym z nich kryje się określona symbolika. *Красный* jednoznacznie kojarzy się z patriotyzmem, męstwem, odwagą, z przelaną krwią za wolność; *белый* symbolizuje doskonałość, wolność, czystość, zaś *синий* – wierność, uczciwość, mądrość¹⁷. Natomiast w wymiarze lokalnym możemy mówić o kolorach flag poszczególnych miast czy na przykład klubów sportowych.

Przywiązanie do konkretnych barw odgrywa istotną rolę w kreowaniu tożsamości grup społecznych, zwłaszcza o charakterze lokalnym, a związanych na przykład z klubami sportowymi, w których kibice manifestują swoje przywiązanie do pewnej społeczności, identyfikując się z barwami klubowymi przez noszenie koszulek, szalików, czapek, flag itd. w określonych kolorach. W ten sposób realizowana jest funkcja konsolidacyjna koloru. Znajduje to odzwierciedlenie również w języku w postaci pojawiania się neologizmów. Na przykład od niebiesko-białego koloru flagi klubu piłkarskiego Dynamo Moskwa pojawiła się nazwa określająca piłkarzy i kibiców – *бело-голубые*; klub z Kubania (ФК Кубань) ma barwy żółto-zielone, co było bazą do pojawienia się w języku substantywu *жёлто-зелёные*, a nawet kolokwializmu – *канарейки*¹⁸. Ostatnie określenie w istotny sposób nawiązuje do koloru upierzenia

¹⁶ ИВАНОВ М., ТИРМАСТЭ М.-Л., „Справедливая Россия” пойдет в Госдуму с тигром, [online], <https://www.kommersant.ru/doc/1569258>, [dostęp: 23.06.2019].

¹⁷ Флаг российской федерации (флаг России), [online], <https://geraldika.ru/symbols/1>, [dostęp: 01.07.2019].

¹⁸ Прозвища клубов Российской футбольной Премьер-лиги (РФПЛ) и ФНЛ, [online], <https://spor->

kanarka, por. znaczenie przymiotnika *канареечный* 'ярко-желтый, цвета оперения канарейки'¹⁹.

Пłaszczyzna religijna. Ważny obszar funkcjonowania koloru stanowi niniejsza płaszczyzna. Prawosławie kojarzone jest głównie z takimi kolorami jak *белый, голубой* i *золотой*. Te trzy barwy łączą w sobie ukrytą metaforę odnoszącą się do idei czystości, światła bożego (*белый*), Matki Boskiej, symbolizacji nieba (*голубой*) oraz sławy i wielkości boskiej (*золотой*)²⁰. Zresztą podobną symbolikę odnajdujemy w religii katolickiej, por. kolory flagi papieskiej (*biały, żółty*) czy flagi maryjnej (*biały, błękitny*). Odrębne zagadnienie stanowią kolory szat kapłanów noszone podczas różnych świąt w roku liturgicznym. Na przykład w Prawosławiu w okresie Wielkiego Postu króluje czarny kolor szat liturgicznych. W okresie powielkanocnym, a także podczas nabożeństw ku czci męczenników przyodziewa się szaty koloru czerwonego itd.

Ostatnimi laty, wraz ze wzrostem w Rosji znaczenia religii w życiu społeczeństwa, obserwujemy pojawianie się nowych znaczeń, nie notowanych do tej pory przez słowniki. Na przykład w Rosji i na obszarze państw byłego Związku Radzieckiego w związku ze wzrostem znaczenia religii islamskiej coraz częściej przymiotnik *зелёный* kojarzony jest właśnie z tą religią. Dlatego w prasie ów przymiotnik występuje również w znaczeniu 'связанный с исламской религией'. Świadczą o tym liczne nagłówki prasowe z utartymi kolokacjami, por.:

«Зеленая революция» превратит Узбекистан в исламское государство?

В Иране начинается «зеленая революция»?

Для меня ислам – это зеленый фашизм, зеленая чума, нетерпимая агрессивная идеология, тоталитарная секта, которая должна быть запрещена и уничтожена во всем мире.

ИГИЛ. Политический ислам. Зеленый интернационал. Битва проектов и борьба мировоззрений. Концептуальные основы.

Z powyższych rozważań wynika, że każdy kolor kryje w sobie potencjalną i wieloznaczną płaszczyznę znaczeniową. Niemniej sieć skojarzeniowa koloru może różnić się w zależności od konkretnego człowieka. Jak twierdzi Maks Luscher, postrzeganie koloru jest obiektywne i uniwersalne dla wszystkich. Jednak każdy z nas ma swoje subiektywne preferencje kolorystyczne. Na podstawie opracowanego przez M. Luschera testu można określić diagnostykę stanu człowieka, tj. jego stan psychofizjologiczny, aktywność, zdolności komunikacyjne, podatność na stres²¹. Wszystko to pomaga w wykorzystaniu koloru w medycynie, leczeniu, w terapii kolorami, tzw. chromoterapii.

txbet.ru/articles/1469660602-prozvischa-futbolnyh-klubov-rfpl.html, [dostęp: 01.07.2019].

¹⁹ ЕВГЕНЬЕВА А.П. (red.), *Словарь русского языка в четырех томах*, Москва, Изд-во Русский язык, 1984, т. 2, s. 25.

²⁰ *Все цвета православия*, [online], <http://alnevhran.ru/hram/pravoslavnyiy-kaleydoskop/vse-tsveta-pravoslaviya/>, [dostęp: 09.01.2019].

²¹ SCOTT I. (red.), *The Lüscher Color Test*, New York, Washington Square Press, 1971.

pii. Dlatego istotną stroną funkcjonowania koloru we współczesnym świecie wydaje się być obszar emocji człowieka prezentowany poniżej.

Плосzczызна эмоцонална. Na przykład w Rosji praktycznie od zawsze ulubionym kolorem był *красный*, kojarzony z tym, co pozytywne, pożądane, dobre, piękne. Jak pisze A.P. Wasilewicz, «вся жизнь слова, включая его коннотации, сочетаемость с определенными предметами и т.д., оказывается теснейшим образом связанной с культурно-историческими традициями соответствующего народа»²². Czerwień była zarezerwowana dla wyższych warstw społeczeństwa, dlatego jej konotacje obejmują pojęcia bogactwa, wysokiej pozycji społecznej, zamożności. Ów kolor jest uznawany za piękny i odświętny, por.: *красная девка, красная изба*. To, co cenne, wartościowe, drogie również uznawane jest za czerwone, por.: *красная дичь* ‘лучшая болотная дичь’, *красный зверь* ‘наиболее ценимые охотниками звери’, *красная рыба* ‘бескостные рыбы, являющиеся высшим сортом съедобных рыб’, *красная цена* ‘хорошая, достаточно высокая цена’. To również kolor miłości, wyrażany niekiedy *implicite*, por.: *красная девица, жар любви, лицо зарделось румянцем*. Ostatni przykład pokazuje, że interakcje człowieka z innymi ludźmi często prowadzą do zmiany zabarwienia skóry. Emocje towarzyszące człowiekowi od zarania dziejów odbijają się na jego twarzy. Kolor skóry mówi o uczuciach, zarówno negatywnych, takich jak strach, przerażenie, zawstydzenie, jak i pozytywnych – uczuciu miłości. W języku rosyjskim odnajdujemy wiele stałych kolokacji bezpośrednio świadczących o wzajemnych związkach sfery uczuciowej i kolorystycznej, por.: *красный от злости, побуреть от злости*. Takie wyrazy, jak *зардеться* ‘stać rdzanym, ярко-красным’, *покраснеть* ‘stać czerwonym’, *багрянец* ‘багровый цвет’ (багрянец на щеках), opisują właśnie stany emocjonalne człowieka przez pryzmat koloru. Por.:

Зарделась она от девичьего стыда и глазами, полными любви, взглянула на художника.

И тут же почувствовала, как предательский багрянец заливает лицо.

Ната покраснела, уловив в его словах какой-то скрытый постыдный намек.

Nawet semantyka takiego przymiotnika, jak *бурый* znajduje swoje odbicie w rosyjskiej lingwokulturze. Mimo iż *бурый* nie zajmuje tak ważnego miejsca w kolorystycznym obrazie świata Rosjan, to wykorzystywany jest jako narzędzie przekazu znaczenia różnych emocji, do których możemy zaliczyć najczęściej takie negatywne uczucia, jak: złość, oburzenie, nienawiść, obraza itd. Por.:

Губаревым внезапно овладело какое-то тяжелое, почти злобное волнение; он даже побурел в лице и усиленно дышал [...] (И.С. Тургенев, Дым).

Кругленькое лицо приказчика буреет от зависти и восторга [...] (М. Горький, В людях).

²² ВАСИЛЕВИЧ А.П., *Этимология цветообозначений как зеркало национально-культурного сознания* [W:] Василевич А.П. (red.) *Наименования цвета в индоевропейских языках. Системный и исторический анализ*, Москва, Издательство КомКнига, 2011, s. 11.

Старик горячился, бурые пятна выступили на его щеках (Ю.П. Герман. Россия молодая. Часть вторая).

Мышлаевский побурел от незаслуженной обиды [...] (М.А. Булгаков, Белая гвардия).

Kolor twarzy człowieka staje się informacją nie tylko o stanie emocjonalnym, ale i o kondycji zdrowotnej, co pozwala nam na wyszczególnienie kolejnej płaszczyzny.

Płaszczyzna zdrowotna. W języku rosyjskim do opisu chorób i wyglądu skóry wykorzystuje się różne kolory: *красный, синий, сизый, жёлтый, зелёный, белый, бледный, серый*, co pozwala nam na wyróżnienie płaszczyzny zdrowotnej. Ten obszar jest ściśle powiązany z przejawianiem się związków przyczynowo-skutkowych, gdzie proces chorobowy występuje jako przyczyna, a zmiana zabarwienia skóry stanowi jeden ze skutków. Język rosyjski przekazuje to słowami motywowanymi nazwami barw, por.: *краснуха, синяк, желтуха*. Odbicie stanu chorobowego przez pryzmat słownictwa barw wydaje się mieć uniwersalny (interkulturowy) charakter, co potwierdzają przykłady z innych języków, np.: ukraińskiego: *краснуха*, angielskiego: *rubella*, hiszpańskiego: *rubeola*. Oprócz modelowania sfery złego stanu zdrowia, niektóre określenia kolorystyczne konceptualizują – przeciwnie – dobry stan zdrowia. Na przykład *красные щеки* są świadectwem dobrego zdrowia. Podobne konotacje niesie ze sobą przymiotnik *румяный* w połączeniach wyrazowych *румяный ребёнок, румяные щеки, румяное лицо*.

Płaszczyzna płciowa i seksualna. Kolejny obszar funkcjonowania koloru w społeczeństwie odnosi się do identyfikacji płciowej i seksualnej. Zarówno w europejskim, jak i rosyjskim kręgu kulturowym dychotomia płciowa wyrażana jest z reguły za pomocą dwóch barw: niebieskiej i różowej. Do barwy niebieskiej przyłgął pierwiastek męski, a do różowej – żeński²³. Znaczny udział w utrwalaniu takiego podziału ma współczesna moda, zwłaszcza dziecięca. W pracach z zakresu psychologii uznaje się kolor różowy za dziewczęcy²⁴. Podział ten wszedł na stałe do kultury europejskiej w latach 50. minionego wieku i jest wynikiem oddziaływania mody narzuconej przez projektantów. Najczęściej w kulturze europejskiej wizerunek małego dziecka ubranego w różowe kolory jednoznacznie wskazuje na płęć żeńską. Płęć męska natomiast wyrażana jest przez kolory stłumione i ciemne, w tym różne odcienie niebieskiego. Kontynuację tego podziału obserwujemy również częściowo w późniejszym okresie życia. Obecnie zauważa się też pewne próby przełamania semantyki płciowej tych barw, zwłaszcza przejmowania koloru różowego przez pierwiastek męski. W sferze

²³ NARLOCH A., *Życie człowieka w semiotyce koloru na przykładzie języka polskiego i rosyjskiego (część I)*, „Acta Polono-Ruthenica”, 2018, nr XXIII/3, s. 93.

²⁴ Tradycja kolorystycznego podziału płciowego nawiązuje do stosowania kolorowych tasiemek przez dzieci członków rodziny carskiej w XVIII wieku. Zarządzenie cara Pawła I powodowało, że dzieci carskie stawały się kawalerami najwyższych odznaczeń rosyjskich: dziewczynki – św. Katarzyny Aleksandryjskiej, chłopcy – św. Andrzeja Pierwszego Powołania. Ordery noszone były na szarfach odpowiednio różowego i błękitnego koloru. Tradycja ta rozpowszechniła się na arystokrację i kuziectwo i trwa do dzisiaj.

mody coraz częściej na półkach pojawiają się koszule i krawaty różowego koloru dla mężczyzn. Warto również odnotować, że nie od zawsze kolor różowy był przypisywany pierwiastkowi żeńskiemu. Początkowo w tradycji chrześcijańskiej kolor czerwony (a zatem i jego rozbielony wariant – różowy) uważany był za męski. Było to związane ze znaczeniem tego koloru jako symbolu witalności, aktywności, seksualności. Czerwień, jak uważa psycholog Olga Stadnickaja, «цвет огня, войны и победы, мужских стихий. Его разбелённый, т.е. розовый вариант смягчает эти качества, но сути их не меняет»²⁵.

Kończąc powyższe rozważania, wskaźmy przypadek spójnego funkcjonowania w przestrzeni społecznej kilku kolorów równocześnie. Odpowiednie rozmieszczenie kolejności poszczególnych kolorów również tworzy czytelną informację. W europejskim kręgu kulturowym funkcjonuje określenie tęczęj flagi – ros. *радужный флаг*. Kolory tęczy w swojej istocie przekazują symbolikę różnorodności społeczeństwa, w tym pod względem rasowym, światopoglądowym czy orientacji seksualnej. Na zakończenie naszych rozważań nie sposób nie wymienić również przymiotnika *голубой* ‘homoseksualный’, który określa w języku rosyjskim mężczyznę o orientacji homoseksualnej.

Podsumowując, należy stwierdzić, że funkcjonowanie kolorów w rosyjskiej przestrzeni lingwokulturowej przejawia się na wielu płaszczyznach. Obecnie wiele systemów znaków bazujących na kolorze nabiera uniwersalnego charakteru, co prowadzi do unifikacji koloru na europejskim obszarze kulturowym. Z drugiej strony, w kulturze rosyjskiej odbijają się specyficzne tylko dla niej „kolorystyczne” kody kulturowe, co świadczy o jej specyficznym charakterze. A zatem kolor stanowi integrujący czynnik rozwoju kultury i społeczeństwa.

BIBLIOGRAFIA

- ВАСИЛЕВИЧ А.П., КУЗНЕЦОВА С.Н., МИЩЕНКО С.С., *Цвет и названия цвета в русском языке*, Москва, Изд-во КомКнига, 2005.
- ВАСИЛЕВИЧ А.П., *Этимология цветообозначений как зеркало национально-культурного сознания* [W:] Василевич А.П. (red.) *Наименования цвета в индоевропейских языках. Системный и исторический анализ*, Москва, Издательство КомКнига, 2011, s. 9–28.
- Все цвета православия*, [online], <http://alnevhran.ru/hram/pravoslavnyiy-kaleydoskop/vse-tsveta-pravoslaviya/>, [dostęp: 09.01.2019].
- ГРОМОВА А. В., *Языковые средства манипуляции сознанием в ходе «оранжевой» революции на Украине*, „Вестник ТГУ”, 2008, Выпуск 12 (68), s. 201–203.
- ЕВГЕНЬЕВА А.П. (red.), *Словарь русского языка в четырех томах*, Москва, Изд-во Русский язык, 1984, т. 2.
- ЕМЕЛЬЯНОВА Н., *Теперь брнетка: Алена Шишкова похвасталась новым цветом волос*, [online], https://news.rambler.ru/diy/42130747/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink, [dostęp: 24.05.2019].

²⁵ СТАДНИЦКАЯ О., *Лучшие друзья девушек — парни в розовых поло? Отнюдь*, [online], <http://estemine.com/psycho-mody/otnosheniya/psycholog-muzhskie-rozovye-polo/>, [dostęp: 11.12.2017].

- Флаг российской федерации (флаг России), [online], <https://geraldika.ru/symbols/1>, [dostęp: 01.07.2019].
- ИВАНОВ М., ТИРМАСТЭ М.-Л., «Справедливая Россия» пойдет в Госдуму с тигром, [online] <https://www.kommersant.ru/doc/1569258> [dostęp: 23.06.2019].
- Классификация воротничков, [online], <https://kommersantguild.wordpress.com>, [dostęp: 01.07.2019].
- ЛДПР не будет менять партийные цвета из-за сходства с украинским флагом, [online], <http://inform-24.com/>, [dostęp: 31.07.2019].
- Описание эмблем политических партий, [online], http://www.cikrf.ru/banners/duma_2011/polit_part/emblem.html, [dostęp: 09.06.2019].
- Прозвища клубов Российской футбольной Премьер-лиги (РФПЛ) и ФНЛ, [online], <https://sportxbet.ru/articles/1469660602-prozviszcha-futbolnyh-klubov-rfpl.html>, [dostęp: 01.07.2019].
- СТАДНИЦКАЯ О., Лучшие друзья девушек — парни в розовых поло? Отнюдь, [online], <http://estemine.com/psycho-mody/otnosheniya/psycholog-muzhskie-rozovye-polo/>, [dostęp: 11.12.2017].
- ШУВАНОВ В.И., Психология цвета в рекламе, [online], <https://psyfactor.org/lib/color9.htm>, [dostęp: 14.01.2019].
- ***
- JUREK K., *Kolor jako element kształtowania tożsamości jednostkowej i zbiorowej*, „Zeszyty Naukowe KUL”, 2014, nr 4 (228), s. 55–66.
- JUREK K., *Znaczenie symboliczne i funkcje koloru w kulturze*, „Kultura – Media – Teologia”, 2011, nr 6, s. 68–80.
- KUSTOVA G., RACHILINA E., *O nazwach barw зелёный i жёлтый в языке росыjskim* [W:] Grzegorzycykowa R., Waszakowa K. (red.), *Studia z semantyki porównawczej. nazwy barw, nazwy wymiarów, predykaty mentalne*, cz. 2, Warszawa, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2003, s. 23–36.
- LIBERA Z., *Semiotyka barw w polskiej kulturze ludowej i w innych kulturach słowiańskich*, „Etnografia Polska”, [online], 1987, t. XXXI, z. 1, s. 115–138, http://cyfrowaetnografia.pl/Content/1175/Strony%20od%20EP_XXXI_z1-7_Libera.pdf, [dostęp: 20.07.2019].
- SCOTT I. (red.), *The Lüscher Color Test*, New York, Washington Square Press, 1971.
- NARLOCH A., *Strategia kreowania wartości na podstawie określeń kolorystycznych w języku polskim i rosyjskim*, „Przegląd Rusycystyczny”, 2019, nr 1 (165), s. 129–140.
- NARLOCH A., *Życie człowieka w semiotyce koloru na przykładzie języka polskiego i rosyjskiego (część I)*, „Acta Polono-Ruthenica”, 2018, nr XXIII/3, s. 89–98.

Functioning of color in the Russian linguoculture space

Abstract: The color in the culture of many nations plays an important role and is an important component of human functioning. In the names of colors reflected is the conceptualization of the world of colors seen through the prism of culture. This article analyzes the color lexis and its place in the Russian linguo-cultural area. The subject of the research is color semiotics on

various levels of human activity. Moreover, the analysis has shown that the names of colors are not only a semiotic carrier of a specific color spectrum, but also a sign determining human preferences, their worldview, religion or social attitude.

Keywords: semiotics, color, system relations, linguoculture, metaphor, advertisement