

ЦВЕТОК КАК «ЦВЕТОВОЙ ТЕКСТ»: К ВОПРОСУ О НАЦИОНАЛЬНОЙ И РЕГИОНАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКЕ ВОСПРИЯТИЯ ИМЕНИ И ОБРАЗА

К.А. Голиков (Москва, Россия)

*В статье рассматривается проявление невербальной (прежде всего – визуальной) межкультурной коммуникации на социальном уровне в сочетании субъективно-индивидуального и субъективно-социального аспектов на материале сравнительного анализа результатов ежегодных опросов среди членов Российского общества ирисоводов и American Iris Society по определению популярности сортов ирисов (*Iris hybrida*) на протяжении 16-ти лет (1994–2009). Показано, что восприятие окраски цветков сортовых ирисов как в России, так и в Северной Америке происходит в основном на низших когнитивных уровнях. Выявлены различия национальных менталитетов в восприятии продуктов селекции декоративных культур. В США устойчивое предпочтение, которое отдаётся преимущественно одноцветным сортам в холодных тонах, может быть объяснено не только физиологией восприятия, но и на высших когнитивных уровнях: как знак-номинатор (восприятие названий сортов), а также – как знак-сигнификатор, к которому редуцируется символ.*

Ключевые слова: *визуальная информация; невербальная межкультурная коммуникация; «цветовой текст»; когнитивный уровень; восприятие имени и образа; регион; национальная специфика; Россия; США; ирис*

A FLOWER AS A “COLOR TEXT”: TO THE QUESTION OF NATIONAL AND REGIONAL SPECIFICITIES OF PERCEPTION OF NAME AND IMAGE

K. Golikov (Moscow, Russia)

*The article discusses the manifestation of nonverbal (especially visual) intercultural communication at the social level, combined subjective-individual and subjective-social aspects on the material of the comparative analysis for the results of the annual surveys among members of the Russian Iris Society and American Iris Society, by definition the popularity of the varieties of irises (*Iris hybrida*) for 16 years (1994–2009). It is shown that the perception of the color of flowers of variety of irises in Russia, and in North America occurs primarily at lower cognitive levels. The differences in national mentalities manifested in the perception of the products of breeding ornamental crops. In the US sustainable preference for single-color varieties of cool colors can be explained not only by natural causes – physiology of perception, but also on higher cognitive levels: as the sign-nominator (the perception of the names of varieties), as well as the sign-significator, to which the symbol is reduced.*

Keywords: *visual information; non-verbal intercultural communication; “color text”; cognitive level; perception of name and image; region; national identity; Russia; USA; iris*

Как известно, наибольший объём информации передаётся и воспринимается людьми в невербальной форме, прежде всего – визуально. Одним из основных параметров визуальной информации наряду с пространственными характеристиками – формой, размером – является цвет. Принято считать, что в системе визуальной информации цвет выполняет не только коммуникативную, но также познавательную и выразительную функции, причём как последовательно, так и одновременно [Молчанова, 2014: 175]. Роль смысловой нагрузки цвета как коммуникативного кода изучается в рамках хроматики как одной из теорий невербальных знаковых систем [см.: Крейдлин, 2002].

Своеобразие визуально-пространственного канала передачи информации обусловлено как свойствами пространственных структур, так и особенностями их восприятия. В трёхмерном пространстве формируется единый зрительный образ как уникальная модальность восприятия, в которой множество частей интегрируется в целостную картину, в совокупности формируя «цветовой текст» [Чертов, 2014: 190–193]. При этом в визуальном воспринимаемом образе целостное впечатление от комплекса пространственных отношений предшествует вычленению отдельных частей [Арнхейм, 1974: 89–90].

Возможности визуально-пространственных кодов связаны с особенностями видения и осмысления пространственных носителей значения (визуальной информации) на разных когнитивных уровнях. Как отмечает Б.Г. Ананьев [Ананьев, 1977: 75], «зрительная система... работает на трёх уровнях: сенсорном (ощущения); перцептивном (восприятия); апперцептивном (представления)». На первом уровне фиксируются смыслоразличительные элементы; на втором – узнаются знаки; на третьем происходит осмысление знаков.

В зависимости от уровня осмысления цвет может выполнять различные семантические функции. На низших когнитивных уровнях: ощущений – сигнальную функцию (реакции на актуальную ситуацию); на уровне восприятия – функцию индекса (указания на наличие свойств окрашенных объектов). На высших когнитивных уровнях он может выступать в качестве условного знака при интерпретации цвета репрезентируемого объекта, играя роль знака-номинатора или знака-сигнификатора (к которому редуцируется цветовой символ) – на уровне представлений или понятий соответственно.

В настоящем исследовании в качестве объекта невербальной (прежде всего – визуальной) межкультурной коммуникации на социальном уровне в сочетании субъективно-индивидуального и субъективно-социального аспектов рассматривается культура садового ириса (*Iris hybrida hort.*). Актуальные тенденции в мировой селекции *Iris hybrida* ранее были рассмотрены на основе серии интервью с селекционерами, представляющими разные регионы мира [Голиков, 2016]. При отборе культиваров декоративно-цветущих растений селекционеры учитывают общественное восприятие и общественные предпочтения.

Г. Гессе в сказке «Ирис» [Гессе, 1984] так описывает «...его большие странные цветы... Внутри стояли долгие ряды жёлтых столбиков, вырвавшихся из бледно-голубой почвы, между ними убегала светлая дорога – далеко вниз, в глубину и синеву тайных цветка».

Как замечает французский селекционер ирисов Р. Кайо, следуя классическим традициям в селекции, нужно следить и за современными тенденциями, иногда – даже абстрагируясь от собственного видения. Например, сорт “Ciel Gris sur Poilly”, который он интродуцировал, поддавшись настойчивым уговорам посетителей питомника (неспециалистов), вскоре оказался бестселлером [Голиков, 2012].

В селекции декоративных культур находит отражение и различие национальных менталитетов. Как отмечает Р. Кайо, отличие его «фирменного стиля» от американских гибридизаторов – чистые тона окраски цветка, причём в разных гаммах.

Сравнительный анализ результатов ежегодных опросов среди членов Российского общества ирисоводов (РОИ) и American Iris Society (AIS) по определению популярности сортов высоких бородатых ирисов был проведён на протяжении 16-ти лет (1994–2009 гг.) [Голиков, 2010]. Для этого были отобраны сорта, входившие в число 25-ти наиболее популярных в РОИ и в AIS не менее трех лет подряд. По совокупности количества голосов, поданных в том или ином году за каждый сорт, и занятого им места в рейтинге рассчитано взвешенное среднее значение, на основании которого каждому сорту был присвоен соответствующий ранг.

Доля общих для обеих организаций сортов за исследуемый период составила около 20%. Отчасти это объясняется возросшей популярностью в России (особенно – в южных регионах) сортов австралийской селекции, которые по условиям проведения опросов AIS не могли принимать в них участия. Анализ проводился по двум колористическим параметрам: цветовой гамме и типу окраски цветка.

Как известно, любой хроматический цвет характеризуется тремя величинами: цветовым тоном, светлотой и насыщенностью. Эти количественные показатели цвета – цветовой тон, светлота и насыщенность – определяют многообразие цветовых сочетаний и влияют на впечатление не меньше, чем качественные различия колеров. Каждый цвет создает определенное настроение, обладает разной эмоциональной выразительностью и сочетается с той или иной геометрической формой. Известный швейцарский художник и теоретик искусства И. Иттен, разработавший в 20-е годы XX века учение о восприятии цвета, предложил методику его анализа [Иттен, 2001], выделив семь типов контрастов: цветовой; светлого и темного; холодного и теплого; дополнительных цветов; симультанный (при отсутствии рядом соответствующего дополнительного цвета); по насыщенности; по площади цветового пятна.

Известно, что различные цвета и их сочетания по-разному воздействуют на психику человека. Так, оранжевый – цвет радости; жёлтый цвет (“That’s all Falks”) создает хорошее настроение, придает ощущение бодрости. Сочетание жёлтого с оранжево-красным (“Supreme Sultan”) оказывает активное, жизнерадостное воздействие, а сочетание жёлтого с пурпурным (“Decadence”) считается парадным. В то же время голубой цвет (“Silverado”) успокаивает, но при его длительном созерцании появляется усталость и чувство угнетённости. Фиолетовый цвет (“Dusky Challenger”, “Titan’s Glory”) вызывает печаль, меланхолию, депрессию, тогда как сочетание фиолетового с зелёным создаёт ощущение нереальности (“Thornbird”).

Распределение наиболее популярных сортов по цветовым гаммам свидетельствует о различии в пристрастиях членов РОИ и AIS. В спектре колористических предпочтений членов обоих обществ преобладают сорта с голубыми, синими и фиолетовыми цветками. В то же время в РОИ доля сортов с цветками, окрашенными в теплые тона (37,5%) более чем вдвое превышает их долю в AIS (16,7%). Ещё рельефнее эти различия выглядят при сопоставлении первой десятки самых популярных сортов в обоих обществах.

Так, в России половина из первых десяти сортов относится к тёплой части спектра (“Copatonic”, “Santa”, “Decadence”, “Beverly Sills” и “Supreme Sultan”). При этом среди десяти первых сортов нет ни одного с фиолетовыми или голубыми цветками, тогда как в первой десятке AIS таких сортов половина (причём 40% – в фиолетовой гамме). Более того, четыре из них входят в первую пятёрку (“Dusky Challenger”, “Silverado”, “Jesse’s Song” и “Titan’s Glory”). Окраску в теплых тонах имеют лишь два сорта с розовыми цветками (“Beverly Sills” и “Vanity”).

Распределение первых десяти сортов по типам окраски показывает, что в AIS преобладают одноцветные сорта – 50%, причём в первой пятёрке их четыре (“Dusky Challenger”, “Silverado”, “Beverly Sills” и

“Titan’s Glory”); 30% занимают пликаты – тип окраски с узором в холодных тонах по светлому фону (“Jesse’s Song”, “Stepping Out”) и окаймленные (“Conjuration”), и только 20% – двухцветные. С другой стороны, в РОИ двухцветные и двухцветные-окаймленные сорта составляют половину (а в первой пятёрке – даже 60%, причём два из них – “Copatonic” и “Decadence” – с каймой), тогда как одноцветные – 30%, а пликаты в первой десятке нет.

Сравнительный анализ предпочтений российских и североамериканских любителей ирисов показал, что отечественных ирисоводов привлекают сорта нарядные, броских расцветок, контрастные, в том числе – двухцветные, с яркой окраской преимущественно в тёплых тонах, зачастую с контрастной оранжевой бородкой и кружевными краями долей околоцветника. При этом у российских цветоводов популярностью не пользуются ирисы «постмодерн» – вычурных расцветок и форм, в частности, «сломанный» цвет («broken color») [Голиков, 2017], к которым равнодушны американцы. Последние в целом гораздо более консервативны, тяготеют к проще окрашенным сортам, в основном – в холодных тонах. Всё это свидетельствует о существенно большем разнообразии вкусов отечественных любителей ирисов по сравнению с американскими.

Быстрая смена поколений сортов декоративных культур во многом объясняется не биологическими причинами, а социальными, связанными со сменой предпочтений людей [Родионенко, 1988: 132]. Мода как реакция на социальный запрос, которая, в свою очередь, его формирует, изменяется, а с ней – и представления людей о прекрасном, в том числе – в восприятии цвета.

Проведенный анализ показал, что восприятие окраски цветков сортовых ирисов как в России, так и в Северной Америке происходит в основном на низших когнитивных уровнях. В США устойчивое предпочтение, которое отдаётся преимущественно одноцветным сортам в холодных тонах, может быть объяснено не только естественными причинами – физиологией восприятия, но и на высших когнитивных уровнях: как знак-номинатор (“Dusky Challenger”, “Sea Power”), а также – как знак-сигнификатор, к которому редуцируется символ. Так, цветок сорта “Dusky Challenger” – бессменного лидера опросов AIS на протяжении последних двух десятилетий [http://www.irises.org/About_Iris/Awards_Surveys/TB_Symposium.html#tallbeardedsymposiumballot] – на символическом уровне репрезентирует воспоминание о национальной трагедии США – катастрофе космического корабля «Challenger» (в 1986 г.), тогда как название сорта “Sea Power” может рассматриваться как аллюзия на концепцию «морской силы» американского геополитика А. Мэхэна [Мэхэн, 2002].

Как замечает Г. Гессе в сказке «Ирис», «всякое явление на Земле есть символ, и всякий символ есть открытые врата... Но немногие входят в эти врата и отказываются от красивой видимости ради прозреваемой действительности...» [Гессе, 1984].

Список литературы

- [1] *Ананьев Б.Г.* Сенсорно-перцептивная организация человека // Ананьев Б.Г. О проблемах современного человекознания. – М.: Наука, 1977. – С. 49–148.
- [2] *Арнхейм Р.* Искусство и визуальное восприятие. – М.: Прогресс, 1974.
- [3] *Гессе Г.* Паломничество в страну Востока. Игра в бисер. Рассказы. М.: «Радуга», 1984. (Серия: Мастер современной прозы).
- [4] *Голиков К.А.* Самые популярные ирисы в России и Северной Америке // Цветоводство, 2010. №3. – С. 26–29.
- [5] *Голиков К.А.* «Французский шик...». Интервью с селекционером ирисов Р. Кайо // Цветоводство, 2012. №3. – С. 27–29.
- [6] *Голиков К.А.* Актуальные тенденции в мировой селекции *Iris hybrida hort.* // Цветоводство: история, теория, практика = Floriculture: history, theory, practice: Материалы VII Международной научной конференции (24–26 мая 2016, Минск, Беларусь) / редкол.: В.В. Титок [и др.]. – Минск: Конфидо, 2016. – С. 256–259.
- [7] *Голиков К.А.* Ирисы постмодерн // Цветы, 2017. №7. – С. 94–97.
- [8] *Иттен И.* Искусство цвета. – М.: Д. Аронов, 2001.
- [9] *Крейдлин Г.Е.* Невербальная семиотика. Язык тела и естественный язык. – М.: Новое литературное обозрение, 2002.
- [10] *Молчанова Г.Г.* Когнитивная поликодовость межкультурной коммуникации: вербалика и невербалика. Учебное пособие. – М.: ОЛМА Медиа Групп, 2014. – С. 175.
- [11] *Мэхэн А.Т.* Влияние морской силы на историю 1660–1783. – СПб.: Terra Fantastica, 2002.
- [12] *Родионенко Г.И.* Ирисы. – Л.: Агропромиздат. Ленингр. отд-ние, 1988. – 159 с., ил.
- [13] *Чертов Л.Ф.* О цветовой семиологии / Знаковая призма: статьи по общей и пространственной семиотике. – М.: Языки славянской культуры, 2014. – С. 187–195.
- [14] URL: http://www.irises.org/About_Iris/Awards_Surveys/TB_Symposium.html#tallbeardedsymposiumballot.