

ПРОГНОСТИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ АНАЛИЗА СУГГЕСТИВНОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕКСТА

Т.М. Рогожникова

*Доктор филологических наук, профессор,
зав. кафедрой языковой коммуникации и психолингвистики
e-mail: burzian@yandex.ru*

Уфимский государственный авиационный технический университет

В статье анализируется потенциал ассоциативной цветности текста, который рассматривается автором как один из психолингвистических прогностических инструментов, позволяющих судить о возможных эмоциональных состояниях индивида. Прогностический потенциал раскрывается через использование двух разработанных подходов к анализу ассоциативной цветности и описывается с помощью процесса визуализации обобщенного цветового облика различных текстов. Автор раскрывает разницу в подходах, первый из которых опирается на сравнение цветовых моделей языка, полученных разными способами (с учетом долевого участия звукобукв или с учетом показателя частотности их использования в дискурсе). Второй подход основывается на анализе ассоциативной цветности текста через логарифм соотношения. Ассоциативная цветность вербальных моделей устанавливалась экспериментальным путем на материале пяти языков (русского, английского, немецкого, башкирского и татарского), для каждого из которых создавалась цветовая матрица языка и моделировался ассоциативный цветовой фон языка. Материал иллюстрируется примерами визуализации ассоциативных цветовых обликов текстов. Прикладной потенциал полученных результатов становится консолидирующим началом, выходя далеко за рамки узких лингвистических задач и захватывая медицинские, юридические, психологические, религиозные, политические, социальные области деятельности человека.

Ключевые слова: *ассоциативная цветность, визуализация, эмоциональное состояние, доминантный цвет, цветовой облик текста, логарифм соотношения, суггестивный потенциал.*

Введение

В статье рассматривается один из авторских прогностических инструментов для изучения суггестивных ресурсов разных языков. Инструменты создавались группой исследователей на протяжении десяти лет и в своем завершённом виде представляют собой компьютерные программы, выполняющие различные функции. Прикладной потенциал создаваемых продуктов и их возможности визуализации языковых феноменов позволяют работать на макро- и микроуровнях: от расшифровки этнокультурных кодов ментальности разных народов до прогнозирования эмоционального состояния отдельного человека.

При создании инструментария значимыми оказались и промежуточные результаты, которые выражались в виде отдельных алгоритмов анализа, статистических данных, количественных и качественных показателей, прямо или косвенно свидетельствующих о воздействующей «силе» вербального продукта. Получаемые данные выходят за рамки узких лингвистических задач, захватывая медицинские, юридические, психологические, религиозные, политические, социальные области деятельности человека.

Психолингвистическая диагностика и аналитические рекомендации, связанные с экспертной оценкой качества и силы воздействия продуктов речевой деятельности, помогут юристам, адвокатам, врачам, психологам, педагогам, деловым людям, политическим, общественным и религиозным деятелям, журналистам, специалистам в области рекламы. Любая вербальная модель на любом языке поддается процедурам кодирования и декодирования по целому ряду параметров, относящихся к скрытым ресурсам языка. Из этого следует, что специалист умеет создавать тексты с заранее заданными характеристиками для конкретных целей, может расшифровать уже готовый вербальный продукт другого автора. Получаемые результаты декодирования помогают определить авторство текста (если оно неизвестно), оценить эмоциональное состояние человека, его намерения и скрытые мотивы, установить информационную избыточность, ассоциативную цветность модели, её доминантные характеризующие признаки, что также является расшифровкой латентных языковых резервов и дополнительным информационным источником, свидетельствующим о замыслах создателя текста.

Скрытые суггестивные ресурсы языкового знака позволяют с глубинных позиций анализировать систему знаний и представлений о мире, эксплицируя с помощью компьютерных технологий латентную воздействующую силу, информативность и экспрессивность вербальных моделей. Получаемые результаты оказались сегодня востребованными. Дефицит данных о воздействующих ресурсах информативности текста особенно ощущается в судебной экспертизе в условиях, когда языковые манифестации скрытых внутренних форм минимальны, когда они не поддаются анализу посредством лингвистических традиционных методов. Проявления латентных форм в процессе их дешифровки обнаруживают ценностные, ментальные, когнитивные, эмоциональные доминанты этноса и вооружают исследователя коммуникативными технологиями, которые позволяют работать над улучшением экологии коммуникации через создание продуктов речевой деятельности с заранее известными «комфортными» показателями.

Рассмотрим один из прогностических инструментов.

Ассоциативная цветность вербальной модели как психолингвистический инструмент представляет собой один из самых

информативных источников сведений о языковом наномире. Единицей анализа стала ассоциативная цветность звукобукв, установленная нами экспериментальным путем сегодня для пяти языков (русского, башкирского, татарского, английского, немецкого). Мы можем говорить о создании принципиально нового инструмента, который опирается на два разработанных автором и его коллегами подхода. Результаты, получаемые в ходе формализации процессов кодирования и декодирования звукоцветового потенциала, делают реальной обработку большого объема языковых продуктов, обеспечивая достоверность авторских выводов.

Первый подход к анализу ассоциативной цветности служит для установления ассоциативного фона языков. В рамках данного подхода была разработана «эталонная» модель ассоциативной цветности языка. Модель была создана с помощью компьютерной программы СЧЕТОВОД, 2014 (авторы Т.М. Рогожникова, Д.Д. Кудашов). Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2014618598 СЧЕТОВОД (Автоматизированный анализ текстов).

«Эталонную» ассоциативную цветность можно рассматривать как характеристику качества воздействия на человека определенной вербальной модели, поскольку значительные цветовые «отклонения» от эталона являются свидетельством разных свойств воздействия. Но при данном подходе о качестве воздействия мы можем судить лишь сквозь призму количественных показателей, хотя этот весьма ценный результат позволяет нам судить о степени отклонений от эталонной модели, о неосознаваемых фоносемантических цветовых склонностях автора, о результатах сравнительного анализа цветовых предпочтений разных авторов.

«Нормальные» показатели доминантных цветов в эталонной модели русского языка: *синий* (18,15%), *красный* (15,67%), *белый* (14,07%). Если в авторском тексте мы наблюдаем значительные расхождения между показателями доминантных цветов, то мы можем предполагать, что автор текста либо пребывает в особом эмоциональном состоянии, либо умышленно создает текст с определенными цветовыми характеристиками для заранее заданных целей. Следует отметить, что «главный» ассоциативный цвет, характеризующий русский язык, – *синий* – может быть представлен несколькими оттенками, что усложняет задачи исследователей. *Ярко-синий оттенок* (0070c0) составляет 18,15%, *темно-синий цвет (кобальт)* – 7,14% (0007c0), что в сумме составляет 25,29%. В исследовательских целях мы можем именно этот показатель трактовать как ассоциативную цветовую норму для русского языка.

Если русский язык по своей ассоциативной цветности похож на васильковое поле, то английский изобилует оранжевыми, желтыми вкраплениями, создающими яркий фон календулового луга. Психологическая цветность звукобукв башкирского языка сравнима с

фисташковым цветом, а цветность звуков татарского языка – с изумрудным. Ассоциативная цветовая матрица немецкого языка похожа на фиалковое поле. Эти ассоциативные картины дополняют понятие эмерджентности как формы проявления принципа трансформации количественных изменений в качественные. Каждая звукобуква определенного психологического цвета, присутствуя на полотне рядом с другими, помогает создать общий цветовой фон языка. И этот общий фон не может быть объяснен через цветность отдельных звукобукв, поскольку в каждом языке есть полный ассоциативный набор «основных цветов». Более того, психолингвистический подход к анализу цветности не допускает использование приема механического перемешивания цветов, который любят художники, не предполагает физику цвета (анализ цветового спектра в физике). Эта некая неосознаваемая внутренняя форма существования конкретного языка в цвете может быть представлена в виде осознаваемой экспериментально полученной внешней формы.

Эталонные (нормативные) модели ассоциативной цветности языков возможно сравнивать с моделями, получаемыми для текстов разных жанров и для текстов, которые обладают особыми воздействующими ресурсами. Анализировались молитвенные тексты на разных языках, рекламные тексты, речи политических деятелей, художественные произведения одного и различных авторов.

Пионерскими стали исследования Г.Р. Кочетовой, которая изучала ассоциативную цветность звукобукв башкирского и татарского языков. Автор, рассматривая проблему взаимосвязи звука и цвета как синестетическое свойство сознания, проявления которого реализуются на уровне слова и текста, предположила, что природа ассоциативной цветности универсальна и проявляется на любом языке, независимо от его структуры. Данное предположение на материале названных языков проверялось впервые. Психологическая (ассоциативная) цветность вербальной модели рассматривалась Г.Р. Кочетовой как эксплицированное экспериментальным путем проявление многоаспектной внутренней формы [Кочетова 2014]. Экспериментальные исследования проводились в городской и сельской среде на территории Республики Башкортостан (города Кумертау, Мелеуз, Салават, населенные пункты Куюргазинского района (село Ермолаево; деревня Мурапталово, Бахмут, Ямансарово, Ямангулово, Таймасово), Кугарчинского района (село Мраково; деревня Альмясово, Ибрай, Тавакан). Автор привлекла к эксперименту 400 испытуемых, из них 200 башкир и 200 татар. На основе количественного анализа и качественной интерпретации ассоциативного окружения исходного стимульного ряда впервые были созданы цветовые матрицы башкирского и татарского языков, в основе которых лежит установленная экспериментальным путем ассоциативная цветность звукобукв двух тюркских языков.

Для дальнейшей работы с вербальными моделями на этих языках была написана универсальная компьютерная программа «БАТЫР», которая позволяет устанавливать цветовое наполнение текстов (Авторы и правообладатели программы: Т.М. Рогожникова, Д.Д. Кудашов, Г.Р. Кочетова, Н.В. Ефименко. Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2014613238 «БАТЫР». Автоматизированный анализ слова и текста).

Г.Р. Кочетова сконцентрировалась на изучении ассоциативной цветности молитвенных текстов, которые могут рассматриваться как наиболее сильно воздействующие на человека тексты. Избыточные скопления звукобукв определенной ассоциативной цветности придают суггестивному тексту определенный доминантный цветовой оттенок. Проанализировав 123 молитвы на башкирском и 90 молитв на татарском языках, автор пришла к выводу, что молитвенный текст на башкирском языке изобилует ассоциативным белым и зеленым цветами. Молитвенный текст на татарском ассоциативно наполнен желтым, белым, черным и зеленым цветами.

Для более тонкого и дифференцированного анализа ассоциативной цветности, который учитывал бы не только количественные показатели, но и позволял бы качественно интерпретировать данные, получаемые с помощью этого инструмента, был необходим еще один подход. Рассматривая любой язык как «живое» знание, динамичное и саморазвивающееся [Залевская 2005], сегодня мы приходим к необходимости проводить верифицирующие эксперименты для постоянного уточнения цветовых матриц языков. Создавая свои первые компьютерные программы, мы ориентировались на базисные цвета, поскольку успех работы на тех этапах зависел от конечного количества параметров и аналитических единиц, положенных в основу автоматической обработки. Во многом это удалось сделать благодаря экспериментальным попыткам достичь монохромности звукобуквы. Но результаты дальнейшей работы показывают, что редкие оттенки ассоциативной цветности, хранящиеся в глубинах ассоциативного мышления и влияющие на наше эмоциональное состояние, должны быть учтены, если мы хотим получить более дифференцированные данные, связанные с эмоциональным откликом индивида на вербальную модель.

В разработке второго подхода приняли участие Т.М. Рогожникова, Н.Н. Воронов, Д.Д. Кудашов, Р.Р. Мустаев. Напомним, что в рамках первого подхода цветность анализируется через сравнение цветовых моделей языка, полученных разными способами: по принципу учета равного долевого участия каждой звукобуквы или по показателю частотности использования звукобуквы в дискурсе. Были созданы два типа моделей ассоциативной цветности. Один тип моделей представляет собой закодированные в равных долях ассоциативные цвета всех

звукобукв русского, английского, немецкого, татарского и башкирского языков. Второй тип опирается на показатели частотности звукобукв каждого языка через анализ большого массива текстов разных жанров и сравнения отдельной жанровой разновидности текста со средними эталонными показателями. Модель, построенная по принципу равного долевого «цветового» участия звука языка без опоры на показатель частотности, оказалась *идентичной* модели, опирающейся на частотность, что позволяет рассматривать результаты как достоверные.

Если мы хотим получить более глубокую дифференциацию, в которой задействованы редкие оттенки ассоциативной цветности, влияющие на наше эмоциональное состояние, то необходимо найти способ, позволяющий учитывать разницу в показателях периферийной цветности. Любой текст, написанный на русском языке, консолидирует внутри себя определенные этнокультурные коды, присущие носителям именно этого языка. Эти коды будут проявляться в частности в доминировании ассоциативной цветности, которая уходит своими корнями в лингвосоциальные архетипы и ментальность русскоязычного этноса. И в этом случае возникает естественная схожесть ассоциативной цветности любой вербальной модели на русском языке с цветностью эталонной модели русского языка. Эта схожесть в основном затрагивает область доминантных цветов, среди которых в русском языке *синий, красный, белый*. «Синяя» универсальность русского языка низводит все различия до уровня количественных показателей, что послужило поводом для поиска еще одного подхода к анализу ассоциативной цветности.

Рабочей гипотезой стало предположение, что наиболее сильное воздействие, влияющее на эмоциональное состояние человека, может оказывать увеличение частоты употребления редких звукобукв в определенных текстах. Изменение частотности редких букв влечет за собой усиление ассоциативной цветности, присущей этим звукобуквам, которое влияет на восприятие текста. Именно эта цветовая «ненормальность», то есть отклонение от «нормативности», считается индивидом на уровне подсознания и приводит к определенной эмоциональной оценке информации. На формулирование данного предположения и на наши дальнейшие исследования оказала влияние математическая теория информации американского инженера Клода Шеннона, которая, являясь разделом прикладной математики и информатики, позволяет измерить количество информации в любой вербальной модели на любом языке. Для нашей работы важным представляется тезис о том, что разные буквы языка содержат разное количество информации [Рогожникова, Воронов 2016]. Количество информации в букве связано с частотностью употребления этой буквы в языке. Самые частотные буквы несут меньше информации, чем редкие буквы [Шеннон 1963: 250].

Количество информации в букве можно вычислить по формуле:

$$H_0 = \log_2 34 \approx 5 \text{ бит},$$

где 34 – количество букв в русском алфавите с учетом пробелов между словами (нулевая буква).

Но эта формула справедлива только в том случае, если все буквы *равновероятны*. Как отмечают А.М. Яглом и И.М. Яглом, появление в русском сообщении различных букв не одинаково вероятно. В любом тексте буквы *О* и *Е* будут встречаться гораздо чаще, чем буквы *Ф* или *Щ*. При этом средняя длина слова в русском языке меньше 31 буквы, и вероятность появления «нулевой буквы» или пробела значительно превосходит значение $1/32$, которое было бы при равновероятности всех 32 букв. Авторы ориентированы на 32 буквы русского алфавита с учетом «нулевой буквы», но не различая *e* и *ё*, а также знаки *ь* и *ъ*. Отсюда следует, что информация, которая содержится в одной букве любого текста на русском языке, всегда меньше, чем $\log_2 32 = 5$ бит [Яглом А., Яглом И. 2007: 237].

Логично предположить, что количество информации в звукобукве связано с показателем частотности, вероятности ее появления в вербальной модели и, возможно, с принадлежностью к категории «гласные/согласные». Сегодня есть данные о том, что согласные и гласные обрабатываются различными нейронными механизмами и имеют независимый статус в языковой продукции [Caramazza et al. 2000].

Второй подход к анализу ассоциативной цветности, позволяющий эксплицировать более глубокую дифференциацию в доминировании редкой цветовой гаммы, отклоняющейся от нормы и затрагивающей эмоциональные слои оценки человеком текста, опирается на логарифм соотношения. Реализовать данный подход помог программист Н.Н. Воронов. В работе [Рогожникова 2018] приводится частичное описание данного подхода. Остановимся на его рассмотрении более подробно. Помимо исходных (абсолютных) показателей мы можем обратиться к относительным, которые представляют собой отношение числового значения параметра, рассчитанного для конкретного анализируемого текста, к числовому значению, рассчитанному для языка в целом. Например, в определенном тексте количество звукобукв с *белой* ассоциативной цветностью составляет 12,92% от общей доли звукобукв в тексте. В языке в целом их количество равно 14,07%. Относительный

$$\frac{14,07\%}{12,92\%} = 1,089$$

показатель параметра составит . В качестве параметра мы анализируем количество ассоциативного цвета. Математически отношение записывается в виде дроби (текст/язык). При равенстве показателей отношение равняется 1. Однако сам по себе данный показатель крайне неинформативен из-за несоразмерности значения отношения в зависимости от того, какой параметр является

доминирующим: если показатель для текста превосходит показатель для языка в 4 раза, соотношение будет равняться 4, а если наоборот – $\frac{1}{4}$. При росте числителя (при неизменном знаменателе) отношение стремится к бесконечности, а при росте знаменателя (при неизменном числителе) – к нулю. Таким образом, когда числитель больше знаменателя, отношение принимает значения от 1 до бесконечности, а когда знаменатель больше числителя – от 0 до 1. Данные значения несоразмерны, что затрудняет анализ сразу нескольких соотношений. Решением данной проблемы является нормализация соотношения за счет перехода к логарифмической шкале. В этом случае при равенстве показателей для текста и для языка значение соотношения равняется нулю, а значения соотношения больше и меньше нуля имеют одинаковую размерность и лежат от нуля до бесконечности и от нуля до минус бесконечности соответственно. Для простоты анализа в своих исследованиях мы используем логарифм по основанию 2, при котором соотношение 2/1 дает значение 1 ($\log_2 \frac{2}{1} = 1$), а $\frac{1}{2}$ – значение -1 ($\log_2 \frac{1}{2} = -1$). Доминантным ассоциативным цветом при таком подходе принимается такой ассоциативный цвет, логарифм соотношения текст/язык которого является максимальным для данного текста. Впервые ассоциативная цветность текста на русском языке была проанализирована не через отношение доминантного цвета текста к доминантному цвету языка, а через логарифм соотношения.

В рамках второго подхода к изучению ассоциативной цветности были проанализированы свыше 1000 православных молитв, из которых отобраны 100 идеальных текстов, которые характеризуются положительными показателями ритмов мозга, эмоционально-оценочными признаками, гармоничной ритмической структурой. Их психологическая цветность рассматривалась через логарифм соотношения. Анализ проводился с помощью компьютерной программы «UNIVERSAL», которая в настоящее время готовится к государственной регистрации. Было установлено, что в православных молитвах доминируют *сиреневый, малиновый* и в меньшей степени – *коричневый* цвета. Анализ доминирующих эмоционально-оценочных признаков показал, что рассматриваемые молитвы *светлые* (44%), *яркие* (21%), *медленные* (18%), *сильные* (6%), *нежные* (5%), *прекрасные* (2%), *устрашающие* (1%), *тихие* (1%), *темные* (1%), *минорные* (1%).

Проиллюстрируем разницу в ассоциативной окраске различных по суггестивным ресурсам текстов. В рамках второго подхода были проанализированы 143 фрагмента, на которые был разделен роман Татьяны Толстой «Кысь». Объем фрагментов текста варьировался от 1500 до 3500 знаков. В проанализированных текстах доминируют *болотно-коричневый цвет* (95,80%), *сине-зеленый* (63,64%) и *черный* (54,55%).

Напомним, что роман Т. Толстой – своеобразный сатирический сказ о жизни на Руси после большого Взрыва в XX веке. Взрыв причинил огромный урон цивилизации и стал причиной мутации русского языка, что для нас особенно интересно. Вопросы, на которые мы попытались ответить, были следующими. Сможем ли мы увидеть разницу в ассоциативной цветности пространства разных текстов? И способен ли автор удержаться на протяжении всего романа в рамках заданного сюжетом алгоритма создания языка-мутанта, языка-пародии? Действия в романе начинаются в столице в XXII веке. Москвы больше нет, вместо нее новая столица, переименованная в Федор-Кузьмичск в честь главного начальника, который взял на себя большой труд выдавать все достижения прошлого за свои: он изобрел колесо, выдумал все буквы (все главы романа названы буквами старорусского алфавита), научил голубчиков (так называют простых людей) ловить мышей. У всех голубчиков в романе после большого Взрыва имеются изъяны «тулова»: кто-то стал иметь полтора лица, у кого-то выросли петушиные гребешки или уши растут по всему телу.

Визуализация обобщенного цветового образа текста

Т.М. Рогожниковой была предложена идея визуализации *обобщенного* цветового образа разных текстов. В данном конкретном случае – всех проанализированных молитв (одна обобщенная визуализация) и романа Т. Толстой на основе показателей анализа всей выборки (другая обобщенная визуализация). Техническая сторона этой задачи выполнялась Д.Д. Кудашовым, который разработал общий алгоритм визуализации текста. В первую очередь устанавливалось цветовое наполнение текста, которое для каждой молитвы и фрагмента романа представляет собой конечный набор ассоциативных цветов с разными количественными показателями каждого цвета. Далее анализировался состав звукобукв исходного текста: определялось общее количество появлений каждой звукобуквы в тексте и формировалась частота появления каждой звукобуквы в тексте (иначе – отношение количества появления звукобуквы в тексте к длине текста). Устанавливалось цветовое наполнение текста как совокупность частот появления звукобукв с одинаковой цветностью. Если звукобуквы [к] и [р] ассоциативно связываются с красным цветом и частота их появления в конкретном тексте 7% и 12% соответственно, то это означает, что красный цвет представлен 19% звукобукв конкретного текста. В процессе определения цветового наполнения формируется информация об относительном количестве цветов в тексте (пропорции), где каждый цвет занимает определённую долю в текстовом пространстве.

Каждый текст будет иметь уникальную визуализацию из-за неодинакового объема присутствия в тексте того или иного цвета, но мы должны учитывать факт доминантных цветов, повторяющихся во многих

текстах, что делает ассоциативные портреты схожими. Для формирования обобщенного образа мы использовали цветовые наполнения всех текстов каждой разновидности (молитвенных текстов и фрагментов произведения одного автора). На основании информации о цветовом наполнении выполнялась визуализация, которая представляет собой цветное изображение. Подробно об этом [Рогожникова, Кудашов, Мустаев 2019].

По данным сводных таблиц и по определенному алгоритму изображение разделяется на пиксели, количество которых соответствует площади изображения. Каждый пиксель принимает цвет из числа ассоциативной палитры выборки фрагментов. Случайным образом выбираются местоположения «ядра цвета» – зоны, в которой с наибольшей вероятностью будут попадаться пиксели с цветом, соответствующим одному из цветов палитры. Они помещаются в «ядро цвета». Затем окрашивается каждый пиксель изображения. В зависимости от расстояния до «ядра» и относительного количества цвета, который приводится в сводных таблицах, определяется, какой именно цвет примет каждый конкретный пиксель. В результате количество пикселей одного цвета будет строго соответствовать относительному количеству цвета, что позволяет сформировать наиболее точную визуализацию по цветовому наполнению обобщенного образа дискурса. Прямоугольное изображение разделяется на пиксели, количество которых соответствует площади изображения.

Создав визуализацию текста, мы получили реальный инструмент, позволяющий отвечать на конкретные исследовательские вопросы. Мы можем говорить об экспериментально доказанном факте оздоровительного воздействия на человека текста православной молитвы, который характеризуется определенной (*сиреновой*) ассоциативной цветностью, набором эмоционально положительных признаков, а также «полезными» рисунками ритмической активности мозга. Татьяна Толстая «удержала» весь роман в рамках задуманной концепции не только на внешнем уровне, но и на глубинном уровне ассоциативной цветности. Перед нами *грязно-болотный, черный, сине-зеленый* текст, безусловно оказывающий воздействие на читателя. После анализа паттернов мозговой активности, рассмотрения характеризующих признаков фрагментов романа, их ритмической организации мы сможем ответить на вопрос о качестве этого воздействия.

Выводы

В ходе исследования были разработаны два подхода к анализу ассоциативной цветности вербальных моделей. Когда мы говорим об ассоциативной цветности текста, то говорим о том, что текст наделяется дополнительными качествами, которые можно назвать виртуальными, поскольку органы чувств, отвечающие за появление цвета или запаха

текста, не принимают прямого участия в синестетическом восприятии. Такие перемешанные чувства могут возникать в нескольких вариантах. «Настоящий» синестетик интенсивно «видит» или «чувствует» цвет текста, слова, запах буквы и другие характеристики предметов, параллельные привычным ощущениям. Таких людей немного, в отличие от «ассоциативных» синестетиков, которыми являются практически все. На определенный стимул у человека возникают стойкие ассоциации, которые нельзя назвать реальными физическими ощущениями, но их отличает *фиксированность*. Так, если мы будем задавать вопрос о том, какого цвета звук «А», то большинство носителей русского языка окрасит его в *красный* цвет. За этой психологической (ассоциативной) цветностью у разных людей лежит совершенно различный опыт. Истоки этой цветности могут стать отдельной исследовательской работой, которая, вероятно, позволит обнаружить интересные закономерности в подобном ассоциативном процессе. Пока не найден механизм установления однозначных соотношений ассоциативной цветности и эмоционального состояния человека. Необходимы консолидированные усилия специалистов разных областей знаний. Имеются отдельные психологические исследования, в которых предпринимаются попытки прямого соотнесения цветового оттенка и определенного состояния человека. В этих рассуждениях много метафоричности и гораздо меньше экспериментальных данных. Но нас обнадежили результаты, полученные при анализе различных видов текста. Выделив на основе экспериментального и формализованного подходов *сиреневый* цвет как доминантный цвет православных молитв, мы сопоставили паттерны ритмической активности при восприятии молитв, а также характеризующие признаки данных суггестивных текстов. Согласованность всех доступных нам сегодня показателей свидетельствует о том, что молитвенный текст оказывает благотворное воздействие на эмоциональное состояние человека. Эти тексты изменяют стрессовые ритмы мозга, выводят человека из состояния «выживания и борьбы» и дарят человеку состояние релаксации и спокойствия. Создав визуализацию текста, мы можем говорить об экспериментально доказанном факте оздоровительного воздействия на человека суггестивного текста православной молитвы, характеризующегося определенной (*сиреновой*) ассоциативной цветностью, набором эмоционально положительных признаков, а также «полезными» рисунками ритмической активности мозга.

Библиографический список

Залевская А.А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст: Избранные труды. М.: Гнозис, 2005. 543 с.

Кочетова Г.Р. Ассоциативная цветность как проявление внутренней формы вербальной модели: дис. ...канд. филол. наук. Уфа, 2014. 184 с.

Рогожникова Т.М. Суггестивные ресурсы вербальных моделей // Вопросы психолингвистики. 2018. №4 (38). С. 163–177.

Рогожникова Т.М., Воронов Н.Н. Построение математической модели для оценки информационной избыточности текста // Теория и практика языковой коммуникации: Материалы VIII Международ. научно-методической конференции. Уфа: РИК УГАТУ, 2016. С. 216–232.

Рогожникова Т.М., Кудашов Д.Д., Мустаев Р.Р. Ассоциативная цветность текста как этнокультурный код ментальности и как прогностический показатель состояния // Теория и практика языковой коммуникации: Материалы XI Международной научно-методической конференции. Уфа: УГАТУ, 2019. С. 217–237.

Яглом А.М., Яглом И.М. Вероятность и информация. Изд. 5-е, стереотипное. М.: КомКнига, 2007. 512 с.

Шеннон К. Работы по теории информации и кибернетике. М.: Изд-во иностранной литературы, 1963. 830 с.

Caramazza A., Chialant D., Capasso R., Miceli G. Separable processing of consonants and vowels // Nature. 2000. № 403(6768). Pp. 428–430.