

Калугина Екатерина Сергеевна

студентка

Научный руководитель

Терелянская Ирина Васильевна

канд. психол. наук, доцент

Волгоградский институт управления (филиал) ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ»

г. Волгоград, Волгоградская область

СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО ЦВЕТА В РЕЛИГИОЗНОЙ КУЛЬТУРЕ: ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ

Аннотация: в статье рассматривается взаимосвязь между семантическим значением цвета и религиозной идентичностью личности через призму культурологического подхода. Целью исследования является выявление специфики цветовых ассоциаций на примере православных и атеистов. В работе использованы «Шкала религиозной приверженности, RCI-10», авторский «Опросник семантики цвета в религиозном контексте» (ОСЦ-РК) и тест структуры индивидуальной религиозности Ю.В. Щербатых. Результаты подтверждают, что цветовая символика выступает устойчивым маркером культурного кода личности, оказывая влияние на процессы самоидентификации. Полученные данные могут быть использованы в психолого-педагогическом сопровождении для развития межконфессионального диалога в образовательной среде.

Ключевые слова: культурологический подход, религиозная идентичность, психосемантика, семантика цвета, цветовая символика, образовательная среда, религия, атеизм.

Актуальность. Современное российское общество переживает период значительной трансформации ценностных ориентиров, сопровождающийся устойчивым ростом интереса к вопросам религиозной идентичности и духовности. По

данным ВЦИОМ на 9 июня 2025 года, большинство россиян (две трети) – православные верующие. За последние десятилетия число людей, ощущающих положительное влияние религии, увеличилось с 28% в 1993 году до 40% в 2023 году [1]. Это указывает на переосмысление ценностных основ личности и важность изучения факторов формирования религиозной идентичности.

Семантика цвета – система культурно обусловленных значений, связанных с цветами в различных общностях. Религиозная идентичность – компонент социальной идентичности, отражающий принадлежность к религиозной традиции и принятие её норм и символов. Цветовая символика – система ассоциаций, закреплённых за цветами в культуре. Восприятие цвета – психофизиологический процесс, включающий биологические механизмы и когнитивную интерпретацию [3]. Цвет – носитель сложных символических значений, усваиваемых в процессе социализации.

Обзор литературы. Изучение взаимосвязи цветовой символики и религиозной идентичности охватывает психосемантику цвета, религиоведение и культурную антропологию. В развитии психосемантики цвета ключевыми стали работы Берлина и Кея (1969) по цветовой категоризации, а современные когнитивные модели (Гибсон и др., 2017, 2023) демонстрируют единство базовых механизмов восприятия цвета. Концепция «цветового вывода» Шлосс (2024) объясняет, каким образом культурно закреплённые значения цвета становятся частью индивидуальной системы смыслов.

В религиозном контексте семантика цвета исследовалась как отечественными, так и зарубежными учёными. Обзор включает:

- фундаментальные исследования религиозной идентичности (Г. Олпорт);
- методики измерения религиозной идентичности (Д. Ван Камп, адаптация О.Ф. Хухлаева, 2016) [4];
- ассоциативные эксперименты, выявляющие религиозные коннотации цветов (Ю.Н. Караулов) [5];
- этноспецифические исследования цветовосприятия (СВФУ) [6];

– междисциплинарные работы о цвете как символе религиозной самоидентификации в христианстве и исламе [7].

Степень разработанности проблемы. Существующие исследования разрозненны: учёные изучали либо компоненты религиозной идентичности (Олпорт, Ван Камп), либо ассоциативные механизмы цвета (Караулов), но не интегрировали их в эмпирический анализ. Отсутствуют работы по психологическим механизмам цветовой символики в религиях с учётом возрастной динамики. Настоящее исследование заполняет этот пробел, применяя междисциплинарный подход для выявления цветowych ассоциаций у православных и атеистов.

Цель – выявление соотношения показателей ценностно-смысловой сферы и учебной мотивации студентов.

Объект – процесс формирования и функционирования религиозной идентичности в различных религиях.

Эмпирический объект: Выборка из 38 респондентов в возрасте от 16 до 59 лет, включающая православных (22 чел.), атеистов (11 чел.), мусульман (2 чел.) и лиц «в поиске вероисповедания» (3 чел.), проживающих в Волгограде, Волгоградской области, Москве, Обнинске, Новгородской области, Южно-Сахалинске, Аниве и Волжском.

Предмет – комплекс смысловых ассоциаций восприятия цвета к контексте религиозной идентичности.

Гипотеза: существует статистически значимая связь между семантическим значением основных цветов (красный, жёлтый, зелёный, синий, чёрный, белый) и уровнем религиозной приверженности человека.

Дополнительные гипотезы:

1. Независимо от религиозной принадлежности красный и чёрный имеют негативные коннотации.
2. Православные христиане чаще всего ассоциируют белый и синий цвета с религиозным контекстом.
3. Атеисты не связывают цветовую символику с религиозными/духовными смыслами, однако сохраняют общепсихологические ассоциации.

Методы исследования. Теоретической базой для изучения психофизиологических основ восприятия цвета послужила теория оппонентных цветов Геринга (Hering, 1878), переосмысленная в современных исследованиях. Исследование базируется на междисциплинарном подходе, объединяющем психологию восприятия цвета, культурологию и религиоведение. Теоретической базой для изучения символики цвета послужили труды М. Люшера, И.В. Гёте и А.Н. Овчинникова. Религиозная идентичность рассматривается как психосоциальный феномен.

Эмпирическая выборка: 38 респондентов (16–59 лет). Основные группы для сравнительного анализа – православные ($n = 22$) и атеисты ($n = 11$). Также в выборку вошли мусульмане ($n = 2$) и лица в поиске вероисповедания ($n = 3$), данные которых использованы для качественного анализа, но не включены в статистическое сравнение ввиду малочисленности. Исследование носит пилотный характер. Неравномерность распределения групп нивелирована использованием непараметрических методов (U-критерий Манна-Уитни, коэффициент ранговой корреляции Спирмена).

Был использован следующий методический инструментарий: Опросник «Шкала религиозной приверженности (RCI-10)» Э. Уортингтона и др. (2003) в адаптации А.А. Золотаревой и Ф.М. Шанькова (2023) – для количественного измерения уровня религиозной идентичности и разделения выборки на группы [8]. «Тест на религиозность» Ю. В. Щербатых (1995) – для комплексной оценки структуры религиозности (философско-религиозная, магическая, утешительная, вера в Творца, религиозное самосознание и др.) [9]. Авторская анкета – для сбора социально-демографических данных (пол, возраст, религиозная принадлежность) [11]. А также авторская методика «Опросник семантики цвета в религиозном контексте (ОСЦ-РК)» – для выявления эмоционально-смысловых ассоциаций с шестью базовыми цветами (белый, чёрный, красный, синий, зелёный, жёлтый) и построения их семантических профилей [11].

Эмпирические данные собраны в дистанционном формате с использованием онлайн-платформы «Яндекс Формы» [11]. Выборка формировалась методом

«снежного кома» через социальные сети, студенческие чаты и тематические группы.

К полученным результатам были применены методы математической статистики: описательная статистика (средние, стандартные отклонения), U-критерий Манна – Уитни для сравнения групп, коэффициент ранговой корреляции Спирмена для выявления взаимосвязей между уровнем религиозности и цветовыми предпочтениями, а также качественный анализ открытых ответов. Обработка данных выполнена с помощью пакета программ IBM SPSS Statistics 27.

Анализ результатов. По методике RCI-10 православные респонденты демонстрируют достоверно более высокие показатели религиозной приверженности ($23,9 \pm 7,3$), чем атеисты ($13,5 \pm 5,4$), $p < 0,001$ (табл. 1). Группы мусульман ($n = 2$) и «Лица, находящиеся в поиске вероисповедания» ($n = 3$) не включены в статистическое сравнение ввиду малочисленности.

Таблица 1

Дескриптивная статистика по шкале RCI-10

Группа	N	Общий балл RCI-10 (ср. $\pm$ ст.откл.)	Интраперсональная (ср. $\pm$ ст.откл.)	Интерперсональная (ср. $\pm$ ст.откл.)
Все респонденты	38	$20,6 \pm 9,8$	$13,8 \pm 6,7$	$6,8 \pm 3,6$
Православные	22	$23,9 \pm 7,3$	$15,6 \pm 5,1$	$8,3 \pm 2,9$
Атеисты	11	$13,5 \pm 5,4$	$8,9 \pm 3,8$	$4,6 \pm 2,5$
Ислам	2	$30,5 \pm 10,6$	$20,0 \pm 4,2$	$10,5 \pm 6,4$
Лица, находящиеся в поиске вероисповедания	3	$16,3 \pm 3,8$	$9,0 \pm 0,0$	$7,3 \pm 1,2$

По тесту Щербатых (табл. 2) православные имеют положительные значения по всем субшкалам; наибольший разрыв с атеистами – по шкалам «Вера в Творца» (разница 1,34) и «Религиозное самосознание» (1,33), что указывает на внутреннюю регулятивную функцию религии.

Таблица 2

Средние баллы по шкалам теста Ю. В. Щербатых

Субшкала	Православные (n=22)	Атеисты (n=11)	Разница
1. Философско-религиозная	2,38	(-)1,27	1,11
2. Магическая	2,21	(-)1,45	0,76
3. Утешительная	2,68	(-)1,59	1,09
4. Внешние признаки религиозности	2,29	(-)1,09	1,2
5. Интерес к псевдонауке	1,98	(-)1,5	0,48
6. Вера в Творца	2,52	(-)1,18	1,34
7. Религиозное самосознание	2,47	(-)1,14	1,33
8. Религия как образец морали	2,27	(-)1,64	0,63

1. критерий Манна-Уитни (табл. 3) подтверждает «семантический разрыв»: белый и синий цвета воспринимаются православными значимо позитивнее, чем атеистами ($p < 0,05$), что позволяет интерпретировать их как «сакральные маркеры».

Таблица 3

Сравнение семантики цветов у православных и атеистов

Цвет	Средний ранг (правосл., n=22)	Средний ранг (атеисты, n=11)	U	p
Белый	19,2	10,8	64	0,023
Синий	18,9	11,3	71,5	0,036
Чёрный	15,1	18,9	112	0,092
Зелёный	17,8	14	96	0,164

Корреляционный анализ Спирмена (табл. 4) выявил умеренную положительную связь уровня религиозности с позитивной семантикой белого ($p = 0,65$) и синего ($p = 0,58$), $p < 0,001$. Зелёный цвет показывает слабую связь ($p = 0,41$, $p = 0,018$).

Анализ валентности (рис. 1): белый, синий и зелёный имеют положительный вектор; чёрный – единственный с устойчиво отрицательным индексом (-1,57), что отражает общепсихологические ассоциации с трауром и тьмой. У православных белый и синий выступают «эмоциональными якорями» религиозных переживаний.

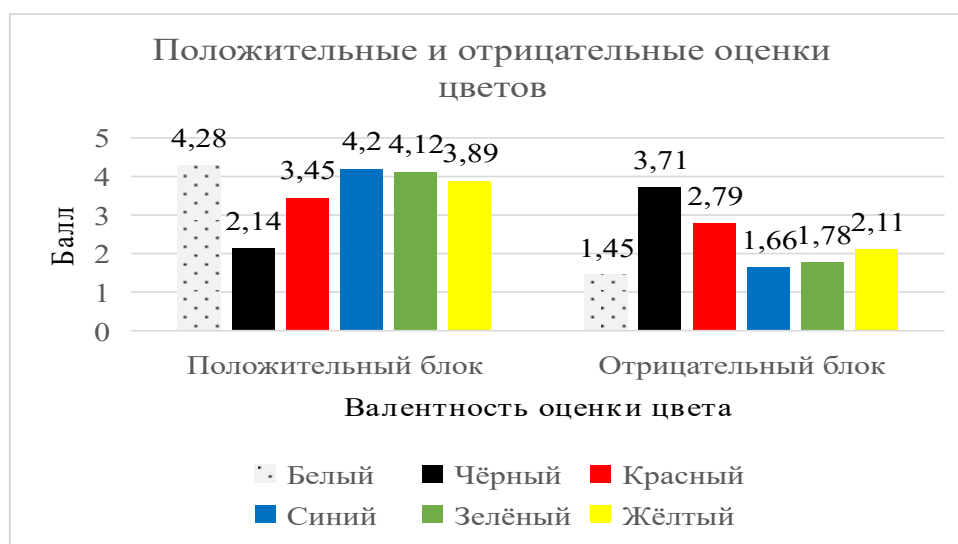


Рис. 1. Положительные и отрицательные оценки цветов (средние индексы)

Корреляционный анализ проведён на всей выборке (ρ Спирмена, $N=38$), включая все конфессиональные группы, что позволило оценить общую тенденцию связи между уровнем религиозной приверженности и цветовыми предпочтениями.

Таблица 4

Корреляции RCI-10 с интегральными индексами цветов

Цвет	ρ Спирмена	р-уровень	Интерпретация
Белый	+0,65	<0,001	значимая прямая умеренная связь
Синий	+0,58	<0,001	значимая прямая умеренная связь
Зелёный	+0,41	0,018	значимая прямая слабая связь
Жёлтый	+0,34	0,052	тенденция (р на границе)
Красный	+0,23	0,198	незначима
Чёрный	-0,28	0,115	незначима

Углублённый анализ (табл. 5) показывает наиболее сильную связь белого цвета с «Религиозным самосознанием» ($\rho = 0,72$, $p < 0,001$), что соответствует христианской символике духовного очищения.

Таблица 5

Корреляции субшкал Щербатых с восприятием белого цвета

Субшкала	ρ Спирмена	р
Религиозное самосознание	+0,72	<0,001
Вера в Творца	+0,63	<0,001
Утешительная	+0,57	0,001
Внешние признаки	+0,48	0,004

Философско-религиозная	+0,52	0,002
Магическая	+0,29	0,100
Псевдонаука	+0,18	0,315
Религия как образец морали	+0,31	0,082

Проверка гипотез:

Гипотеза 1 (православные позитивнее воспринимают белый и синий) – подтверждена (U-критерий, $p < 0,05$).

Гипотеза 2 (связь религиозности с позитивной семантикой белого и синего) – подтверждена (ρ Спирмена, $p < 0,001$).

Гипотеза 3 (атеисты не связывают цвет с сакральными смыслами) – подтверждена отсутствием значимых корреляций с религиозными субшкалами (табл. 5), их оценки цветов нейтральны (рис. 1).

Религиозная идентичность выступает предиктором цветовых предпочтений, формируя «психологический фильтр» интерпретации действительности.

Вывод. Исследование показало, что цветовая символика – значимый маркер религиозной идентичности на примере православных и атеистов. Данные согласуются с культурологическим подходом. Качественные наблюдения по исламской традиции (упоминание зелёного цвета) требуют дальнейшей верификации. Полученные результаты могут быть использованы в образовательной практике для учёта культурно-религиозных особенностей обучающихся.

Список литературы

1. ВЦИОМ. Динамика религиозности в России: 1993–2023 гг. – URL: <https://wciom.ru> (дата обращения: 10.05.2026).
2. ВЦИОМ. Религиозная идентичность россиян: статистические данные (1993–2025). – URL: <https://wciom.ru> (дата обращения: 10.05.2026).
3. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. – СПб.: Питер, 2020. – 720 с.
4. Шкала религиозной приверженности RCI-10: адаптация русскоязычной версии / А.М. Двойнин, А.А. Золотарева, Ф.М. Шаньков [и др.] // Вопросы психологии. – 2023. – № 4. – С. 45–56. EDN LELNAX

5. Щербатых Ю.В. Тест для определения структуры индивидуальной религиозности / Ю.В. Щербатых. – URL: <http://no-stress.ru> (дата обращения: 10.05.2026).
6. Умарова Г.А. Символика цвета и цветовые предпочтения в костюме мусульман / Г.А. Умарова. – URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 10.05.2026).
7. Калугина Е.С. Авторская анкета и Опросник семантики цвета в религиозном контексте (ОСЦ-РК) / Е.С. Калугина, И.В. Терелянская. – Волгоград, 2026.
8. Яндекс Форма для сбора эмпирических данных. – URL: <https://forms.yandex.ru/u/69e8f57c1f1eb594ca1ea39f> (дата обращения: 10.05.2026).
9. Berlin B. Basic Color Terms: Their Universality and Evolution / B. Berlin, P. Kay. – Berkeley: University of California Press, 1969. – 200 p.