



O kolorze w nauce Nowe perspektywy badawcze w lingwistyce

Colour in Science. The New Research Perspectives in Linguistics

Abstract: The paper shows the multidisciplinary and global colour aspects in a complex and integrated research environment. Dualistic concept in colour science draw attention to the humanistic and social perspective of the colour sign. The linguistic sign accompanies the rich tradition of linguistics research. The visibility of colour sign opens up transdisciplinary research areas in contemporary linguistics. A new category of research focuses on the paralinguistic colour aspects in the media discourse. The communicative media dimension makes such concepts as *visual content*, *visual language* and *visual identity* the subject of interest. Reconfiguration of research fields means that it is time for a colour turn after the linguistic and iconic/pictorial turns.

Key words: colour, colour turn, media discourse, visual sign

Abstrakt: Artykuł pokazuje multidyscyplinarny oraz globalny aspekt barwy w złożonym i zintegrowanym środowisku badawczym. Dualistyczna koncepcja nauki o kolorze kieruje uwagę na humanistyczną oraz społeczną perspektywę znakowości barwy. Znak językowy towarzyszy bogatej tradycji badań językoznawczych. Znak wizualny koloru otwiera zaś transdyscyplinarne obszary badawcze we współczesnej lingwistyce. Nowa kategoria badań kieruje uwagę na parajęzykowy aspekt barwy w przestrzeni dyskursu medialnego. Komunikacyjny wymiar mediów masowych czyni przedmiotem zainteresowania takie pojęcia jak: *visual content*, *visual language*, *visual identity*. Rekonfiguracja pól badawczych sprawia, że po zwrotach: lingwistycznym oraz ikonycznym/obrazowym czas na zwrot kolorystyczny.

Słowa kluczowe: kolor, zwrot kolorystyczny, dyskurs medialny, znak wizualny

1. Kolor jako przedmiot zainteresowania nauki

Zaprezentowanie w sposób kompleksowy wiedzy o barwie oraz badań nad kolorem we współczesnej nauce jest zadaniem niezwykle trudnym. Niemożliwe wręcz wydaje się uczynienie tego na podstawie przeglądu literatury. Główną przyczynę stanowi multidyscyplinarny zakres tematyki. Nie powstała do tej pory monografia, która w sposób wyczerpujący przedstawiłaby kolor we wszystkich jego aspektach. Tym samym dokładne scharakteryzowanie stanu badań wydaje się mało prawdopodobne. Tematyka barwy rozwija się w wielu zupełnie różnych dziedzinach nauki oraz łączy różnorodnie sprofilowanych badaczy, którzy podejmują zarówno teoretyczne, jak i praktyczne aspekty zjawiska. Chcąc zapoznać się z globalnym wymiarem nauki o kolorze, warto sięgnąć po czasopisma bran-

zowe oraz przyjrzeć się przedmiotom zainteresowań licznych konferencji, a także projektom i inicjatywom naukowym, które wiążą się z promocją oraz popularyzacją badań kolorystów. Podjęte w tym zakresie poszukiwania wyłaniają obraz barwy w złożonym i zintegrowanym środowisku badawczym.

Na wstępie warto doprecyzować, w jakiej relacji występują w języku polskim jednostki *kolor* i *barwa*. Zdaniem Mirosławy Ampel-Rudolf wskazane leksemy nie są synonimiczne ze względu na dostrzegalne różnice semantyczne (AMPEL-RUDOLF, 1987: 622). *Kolor* wyraża konkretną cechę obiektu, natomiast *barwa* ujmuje abstrakcyjnie cechę koloru. Autorka zaznacza jednak, że w zależności od kontekstu możliwe jest wystąpienie relacji równoznaczności. Są to sytuacje, w których „mówimy o barwie (kolorze) całego zbioru, a nie jednostkowego obiektu lub jeżeli mówimy o barwie (kolorze) nietrwałej, zmiennej” (AMPEL-RUDOLF, 1987: 624). Zakresy wspólne oraz rozdzielne zacierają polszczyzna mówiona. Pokazują to słowniki, na przykład *Wielki słownik języka polskiego* pod redakcją Piotra Żmigrodzkiego oraz, najstarszy z tzw. współczesnych, *Słownik języka polskiego* pod redakcją Witolda Doroszewskiego, które w podstawowej definicji haseł wykazują relację synonimiczną wyrazów. Dociekania natury terminologicznej wynikają z potrzeby uporządkowania semantyki również ze względu na podobnie brzmiące *colour* w systemie anglojęzycznym, które wyznacza jeszcze inną zależność. Na problematyczność jednostek *barwa* i *kolor* zwraca uwagę chociażby Jacek Tarasiuk:

W języku polskim natrafiamy na szereg problemów wynikających z potocznej równoważności określeń barwa i kolor. Nawet nauka zajmująca się tym zagadnieniem zamiast zwać się Teorią barwy w języku polskim została nazwana Teorią koloru. W języku angielskim problem ten w ogóle nie występuje. Nasza ‘barwa’ to po prostu ‘color’, a nasz ‘kolor’ (odcień) to ‘hue’.

TARASIUK, online, data dostępu: 22.02.2021

W tym znaczeniu *kolor* stanowi atrybut barwy. W języku polskim pojęcia te często są mieszane, co utrudnia precyzyjną parametryzację barwy. Przyjmując jednak ogólne odniesienie, powszechność użycia oraz kierując się warunkami estetyczno-formalnymi dalszego opisu¹, skłaniam się w niniejszym tekście do pozostania przy przyjętej potocznie relacji synonimii.

Wszechstronne zainteresowanie tematyką bądź zjawiskiem koloru znajduje swoje potwierdzenie w różnych obszarach naukowej aktywności. Na rynku piśmienniczym na uwagę zasługują wydania, których autorzy skupiają się wyłącznie na zagadnieniu barwy. Przykładem jest czasopismo wydawnictwa Wiley – „Color Research and Application”² (Impact factor 1.091), publikowane nieprzerwanie od 1976 roku. Początkowo było ono wydawane jako kwartalnik. Od roku 1987 ukazuje się w sześciu numerach rocznie. Linią przyjętą w periodyku jest wielość dyscyplin nauki oraz szeroki zakres tematyczny podejmowanych badań określony w następujących kategoriach³:

¹ Unikanie powtórzeń.

² „Color Research and Application” [online: <https://onlinelibrary.wiley.com/journal/15206378>; data dostępu: 24.03.2021].

³ Polskiego tłumaczenia tekstów angielskich dokonała autorka.

Industry:

- paint; plastics; paper; textiles; printing.

Scientific Fields:

- chemistry; biology; food science; physics; psychology – particularly perception; vision science; linguistics.

Application Fields:

- industrial design and production of colored products including paints; plastics; textiles; cosmetics; printing; lighting; optics; electronics including TVs, computers, cell phones;
- art; art conservation; design; architecture; urban planning; dentistry; archiving; education; forensics; military camouflage; cartography; deep data including visualization and sorting⁴.

„Color Research and Application”, online, data dostępu: 24.03.2021

Wśród czasopism wydawnictwa Wiley znajduje się również „Coloration Technology”⁵ (Impact factor 1.500), periodyk o niezwykle wyspecjalizowanym profilu oraz długiej tradycji wydawniczej sięgającej drugiej połowy XIX wieku. Czasopismo promuje tematykę zastosowania koloru oraz, jak podkreśla redakcja, jako jedyne na rynku obejmuje wszystkie aspekty technologii barwienia. Ze względu na ściśle sprofilowaną technicznie tematykę wymienię jej zakres w ogólnym zarysie: barwniki – chemia, synteza i produkcja; środki chemiczne i praktyka stosowania – proces barwienia; fizykochemiczne aspekty kolorów. Najnowszym, bo powstałym w 2018 roku, czasopismem jest międzynarodowe „Colour Turn”⁶. Jako początkująca platforma wydawnicza ma niewielki udział opublikowanych artykułów, natomiast zwraca uwagę swoimi głównymi założeniami oraz interdyscyplinarnym charakterem. Głównym celem twórców czasopisma jest promowanie nowych kierunków badań nad kolorem w zdefiniowanych obszarach badawczych:

⁴ Tłumaczenie:

Przemysł:

- farba; tworzywa sztuczne; papier; tekstylia; druk.

Dziedziny naukowe:

- chemia; biologia; nauka o żywności; fizyka; psychologia – w szczególności percepcja; nauka o wizji; językoznawstwo.

Obszary wdrożeniowe:

- wzornictwo przemysłowe i produkty kolorowe, w tym farby; plastik; tekstylia; kosmetyki; druk; oświetlenie; optyka; elektronika w tym telewizory, komputery, telefony;
- sztuka; konserwacja zabytków; projektowanie; architektura; planowanie przestrzenne; stomatologia; archiwizacja; edukacja; kryminalistyka; kamuflaż wojskowy; kartografia; dane głębokie w tym wizualizacja i segregacja danych.

⁵ „Coloration Technology” [online: <https://onlinelibrary.wiley.com/journal/14784408?tabActivePage=>; data dostępu: 24.03.2021].

⁶ „Colour Turn” [online: <https://colourturn.net/>; data dostępu: 24.03.2021].

Colour in interdisciplinary context; colour and the mind; colour and nature; colour and technology; colour and communication; colour in art and media; colour in culture & society⁷.

„Colour Turn”, online, data dostępu: 24.03.2021

Równie szeroki zakres tematyczny prezentują trzy inne czasopisma. Pierwsze z nich, „Color Culture and Science Journal”⁸, jest obecne na rynku od 2014 roku:

Color and measurement/instrumentation; color and digital; color and lighting; color and physiology; color and psychology; color and production; color and restoration; color and built environment; color and design; color and culture; color and education; color and communication/marketing⁹.

„Color Culture and Science Journal”, online, data dostępu: 24.03.2021

Kolejne, „Progress in Color, Colorants and Coatings”¹⁰, zapoczątkowane w 2008 roku, ma ściśle techniczny profil. Wybrane kategorie czasopisma to: obrazowanie i przetwarzanie obrazu; fizyka koloru; warunki środowiskowe; nauka i technologia druku i tuszu; barwniki organiczne; żywice i dodatki; powłoki nieorganiczne i ich aplikacja. Trzecim i ostatnim periodykiem, który warto wskazać, jest „Journal of the International Colour Association”¹¹, wydawany od 2007 roku i charakteryzowany przez redakcję jako multidyscyplinarny. Wszystkie tytuły łączy międzynarodowy charakter oraz wielodyscyplinarny zakres tematyczny. Wydawcą ostatniego czasopisma jest, jak sama nazwa wskazuje, International Colour Association (w skrócie AIC – Association Internationale de la Couleur)¹². Stowarzyszenie, które zostało powołane w 1967 roku, stanowi obecnie największą międzynarodową organizację kolorystów. AIC zrzesza zarówno osoby indywidualne, jak i lokalne towarzystwa, mające swoje oddziały w 28 krajach (między innymi w Australii, Chile, Japonii, Kanadzie, Niemczech, Stanach Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii). Organizacja koncentruje swoje działania w określonych tematycznie grupach badawczych¹³:

– *Study group on arts and design* – ds. sztuki i projektowania pod kierownictwem¹⁴ Marii João Durão z Portugalii;

⁷ Tłumaczenie: Kolor w kontekście interdyscyplinarnym; kolor i umysł; kolor i natura; kolor i technologia; kolor i komunikacja; kolor w sztuce i mediach; kolor w kulturze i społeczeństwie.

⁸ „Color Culture and Science Journal” [online: <https://jcolore.gruppodelcolore.it/ojs/index.php/CCS>]; data dostępu: 24.03.2021].

⁹ Tłumaczenie: Kolor i pomiary/oprzysądowanie; kolor w środowisku cyfrowym; kolor i oświetlenie; kolor i fizjologia; kolor i psychologia; kolor i produkcja; kolor w procesie odnawiania; kolor i środowisko budowlane; kolor i projektowanie; kolor i kultura; kolor i edukacja; kolor i komunikacja/marketing.

¹⁰ „Progress in Color, Colorants and Coatings” [online: <http://pccc.icrc.ac.ir/>; data dostępu: 24.03.2021].

¹¹ „Journal of the International Colour Association” [online: <https://aic-color.org/journal>; data dostępu: 24.03.2021].

¹² International Colour Association [online: <https://aic-color.org/>; data dostępu: 21.02.2021].

¹³ International Colour Association – Study Groups [online: <https://aic-color.org/study-groups>, data dostępu: 21.02.2021].

¹⁴ Dane na temat kierownictwa w grupach badawczych aktualne na 2021 rok.

- *Study group on color education* – ds. edukacji o kolorze oraz koloru w edukacji pod kierownictwem Roberta Hirschlera, z Brazylii/Węgier oraz Maggie Maggio ze Stanów Zjednoczonych;
- *Study group on color vision and psychophysics* – ds. widzenia barw i psychofizyki pod kierownictwem Katsunori Okajimy z Japonii oraz sekretarza Manuela Melgosa z Hiszpanii;
- *Study group on environmental color design* – ds. koloru w projektowaniu środowiska pod kierownictwem Vereny M. Schindler ze Szwajcarii i Yulii A. Griber z Rosji;
- *Study group on the language of color* – ds. koloru w języku pod kierownictwem Dimitrisa Mylonasa i Galiny Paramei z Wielkiej Brytanii.

Celem powołanych grup badawczych jest wspieranie międzynarodowej współpracy, wymiana doświadczeń, a także promowanie badań oraz istotnych wydarzeń branżowych. Skuteczność organizacyjną jednostek potwierdzają wybrane działania podjęte w ostatnim roku. W 2020 roku grupa badawcza ds. koloru w edukacji podjęła ścisłą współpracę z towarzystwem Inter-Society Color Council (ISCC)¹⁵ ze Stanów Zjednoczonych w ramach czteroletniego projektu „Colour Literacy Project”¹⁶, którego głównym zadaniem jest opracowanie systemu nauki poprzez wykorzystanie wszechstronnej wiedzy o barwie, a także zaprojektowanie interaktywnej platformy do multidyscyplinarnego nauczania poprzez włączenie kolorów w proces edukacji. Celem projektu jest zapewnienie materiałów oraz metod opartych na wielozmysłowym zaangażowaniu percepcji dziecka podczas prowadzonych zajęć praktycznych i eksperymentalnych. Projekt ponadto promuje ideę koloru jako idealnego produktu STEAM¹⁷. Głównymi koordynatorami przedsięwzięcia są architekci, projektanci oraz malarze – naukowcy i kolorysty z Australii, Finlandii, Kanady, Niemiec, Stanów Zjednoczonych, Węgier oraz Wielkiej Brytanii.

Warto podkreślić również działania grupy badawczej ds. koloru w projektowaniu środowiska, która w 2020 roku była jednym z głównych współorganizatorów drugiej edycji międzynarodowej konferencji „The International Conference of the Color Society of Russia”¹⁸, w skrócie RuColor, która odbyła się drogą online. Zasięg wydarzenia najlepiej wskazują dane liczbowe¹⁹. Przez pięć dni, od 1 do 5 grudnia, studio moderacyjne w Smoleńsku prowadziło i transmitowało na żywo wystąpienia wszystkich prelegentów za pośrednictwem platformy YouTube oraz Zoom. W konferencji wzięło udział 182 badaczy z 27 krajów na całym świecie. Przedstawiono 110 prezentacji, w tym 16 zrealizowanych przez zaproszonych gości. Spośród wszystkich uczestników aż 52 osoby stanowiły reprezentację różnych kolorystycznych stowarzyszeń naukowych. Konferencja została podzielona na panele rosyjsko- i anglojęzyczne w ramach wyróżnionych sekcji, ujętych w określone obszary tematyczne²⁰:

- *Color psychology and color sociology*;
- *Color in communication*;

¹⁵ Inter-Society Color Council (ISCC) [online: <https://iscc.org/>; data dostępu: 24.03.2021].

¹⁶ „Colour Literacy Project” [online: <https://colourliteracy.org/>; data dostępu: 21.02.2021].

¹⁷ Akronim od angielskich słów: *science* – nauka, *technology* – technologia, *engineering* – inżynieria, *art* – sztuka, *math* – matematyka.

¹⁸ RuColor [online: <http://www.rucolor2020.ru/>; data dostępu: 22.02.2021].

¹⁹ Dane zaczerpnięte z prezentacji podsumowującej konferencję podczas ceremonii zamknięcia.

²⁰ RuColor [online: <http://www.rucolor2020.ru/EN/sections/>; data dostępu: 22.02.2021].

- *Color in art and design*;
- *Light*;
- *Architecture and environmental*;
- *Art and culture*;
- *Philosophy, literature, film, photography, visual art*;
- *Color in science and technology*²¹.

Organizowane konferencje wpisują się w podobny schemat jak czasopisma. Realizowane są wydarzenia, które ponad dyscypliną łączy tematyka koloru oraz tradycja spotkań. Poza wspomnianą już inicjatywą RuColor należy wymienić ponownie działalność International Colour Association. Oprócz spotkań konferencyjnych, które odbywają się raz w roku, tradycją stowarzyszenia są organizowane co cztery lata kongresy. Najbliższa, czternasta edycja, odbędzie się w 2021 roku. Warto zauważyć, że tegorocznym organizatorem jest jedno ze stowarzyszeń AIC – Gruppo del Colore²² z Włoch, które jest ponadto wydawcą wspomnianego już czasopisma „Color Culture and Science Journal”. Tematyka kongresu będzie dotyczyła naukowych oraz kulturowych zagadnień obecności koloru w ludzkiej aktywności. W wyróżnionych sesjach specjalnych planowana jest dodatkowo dyskusja w zakresie kosmologii, kinematografii oraz holistycznego podejścia do zdrowia, z uwzględnieniem takich parametrów, jak kolor, światło i dźwięk. W formule corocznych spotkań organizowany jest natomiast Color Impact²³, który specjalizuje tematykę wydarzeń. W 2020 roku motywem przewodnim konferencji był *kolor w edukacji*. Edycja 2021 roku odbędzie się pod hasłem „For the Built Environment”, nakierowanym na takie obszary, jak: urbanistyka, architektura, projektowanie wnętrz oraz oświetlenie i materiałoznawstwo. Jednym z głównych organizatorów wydarzenia jest Inter-Society Color Council, wspomniany już przy okazji „Colour Literacy Project”. Od 2004 roku szerokim zainteresowaniem cieszy się także konferencja Progress in Colour Studies²⁴, która pokazuje nowe kierunki w badaniach nad kolorem, głównie w obszarze nauk humanistycznych, takich jak: językoznawstwo, psycholingwistyka, onomastyka, translatologia, antropologia, literaturoznawstwo, filozofia, psychologia, archeologia. Pierwszą edycję wydarzenia sygnował motyw koloru w języku i kulturze. Ostatnia monografia pokonferencyjna²⁵ z 2018 roku pokazuje natomiast

²¹ Tłumaczenie:

- Psychologia koloru i socjologia koloru;
- Kolor w komunikacji;
- Kolor w sztuce i projektowaniu;
- Aspekt światła;
- Architektura i środowisko;
- Sztuka i kultura;
- Filozofia, literatura, film, fotografia, sztuka wizualna;
- Kolor w naukach ścisłych i technicznych.

²² Gruppo del Colore [online: <https://www.gruppodelcolore.org/?lang=en>; data dostępu: 24.03.2021].

²³ Color Impact [online: <https://colorimpact2021.com/>; data dostępu: 1.03.2021].

²⁴ Progress in Colour Studies [online: https://www.gla.ac.uk/media/Media_236826_smxx.pdf; data dostępu: 24.03.2021].

²⁵ L.W. MACDONALD, C.P. BIGGAM, G.V. PARAMEI, eds., 2018: *Progress in Colour Studies. Cognition, Language and Beyond*. John Benjamin Publishing Company. Amsterdam.

zakres tematyczny ujęty w rozdziałach: *Colour Perception and Cognition; The Language of Colour; The Diversity of Colour*²⁶. Podobnie jak w poprzednich przykładach, również i w tym wypadku można dostrzec aktywnie działające środowisko International Colour Association. Członkowie stowarzyszenia zajmują się współorganizacją konferencji oraz pełnią funkcje w zespole redakcyjnym publikowanych monografii.

Dzięki przyjętym na początku założeniom zaprezentowany w krótkiej formie materiał przeglądowy dostarcza informacji na temat skali zainteresowania zjawiskiem barwy, a także pokazuje relacje i zorganizowanie środowisk wokół tematyki koloru. Potwierdza on również silny komponent udziału dyscyplin z dziedziny nauk humanistycznych (literaturoznawstwo, językoznawstwo, filozofia, archeologia, nauki o kulturze, nauki o sztuce) oraz społecznych (psychologia, nauki o zarządzaniu i jakości, nauki o komunikacji społecznej i mediach) w badaniach poświęconych barwie. Dokonane rozpoznanie, lektura prac dotyczących zjawiska koloru oraz obserwacja wystąpień na konferencji RuColor stały się kanwą sformułowania hipotez badawczych do postępowania metodycznego w nowoczesnym językoznawstwie.

2. Barwna siła znaku – perspektywy badawcze we współczesnej lingwistyce

Tematyka koloru wpisuje się w wielowiekowy rozwój myśli humanistycznej, której początków należy upatrywać w filozofii antycznej. To właśnie starożytni Grecy starali się odnaleźć odpowiedź na pytanie, „czy kolor jest obiektywną właściwością ciała, czy też tylko wrażeniem” (RZEPIŃSKA, 2009: 8). Problematyka barwy znajduje swoje odzwierciedlenie w intelektualnej refleksji na temat dwoistości zawartej w sposobie postrzegania „świata zewnętrznego – traktowanego przez wielu myślicieli jako fakt obiektywny i świata wewnętrznego – psychicznego, traktowanego jako fakt subiektywny lub zjawisko subiektywne” (POPEK, 2001: 11). W myśl dualistycznej koncepcji kartezjańskiej²⁷, przełożonej na grunt badań nad kolorem, należy uznać dualizm za jedną z cech identyfikujących i konstytuujących barwę jako zjawisko. Pogląd ten zyskuje swoje umotywowanie na kilku płaszczyznach. Przede wszystkim barwę można rozpatrywać ze względu na jej właściwości obiektywne oparte na podstawach materialnych świata wrażeń, zawartych w sferze zjawisk fizycznych, oraz subiektywne, czyli doznania zmysłowe (ZAUSZNICA, 2012: 19). Interesującą perspektywą dla humanistycznej metodologii badawczej jest jednak kolor, który przejawia swoją dualistyczną postać w formie znaku językowego oraz znaku wizualnego. Refleksja nad znakowym charakterem koloru pozwala dostrzegać w nim reguły semiozy. Integralność koloru z procesem użycia i tworzenia znaczeń wskazuje na kolejną niezbywalną i stanowiącą o kolorze cechę. Wartość badań semiotycznych w nauce o barwie podkreśla José Luis Caivano:

²⁶ Tłumaczenie: *Percepcja Koloru i Aspekty Poznawcze; Język Koloru; Różnorodność Koloru*.

²⁷ Kartezjusz (XVII w.) w nauce o człowieku wyznawał dualizm umysłu i ciała. „Przyjmował on, że byt ludzki jest złożony z dwóch odrębnych »substancji«: myślącej (*res cogitans*) i rozciągłej (*res extensa*), czyli z duszy i ciała” (KIEREKO, 2005: 98).

What can semiotics offer to the science of color in relation to the physical, physiological, and psychological perspectives? The thesis is that semiotics, as a discipline that is at the basis of all biological cognitive systems – human and nonhuman – encompasses and provides the adequate epistemological framework for all the other perspectives. If we consider color as a sign, we are including all the aspects, because a sign is not a previously defined thing, but a consequence of various factors and of the context in which it is taken as such. Color may function as a sign for a physical phenomenon, for a physiological mechanism, or for a psychological association²⁸.

CAIVANO, 1998: 390

Ostatnie zdanie wskazanej wypowiedzi zdaje się korespondować z opinią Marii Rzepińskiej, która określa barwę jako zjawisko fizyczne, fizykochemiczne oraz fizjologiczno-psychologiczne (RZEPIŃSKA, 2009: 8). W myśleniu o kolorze jako o znaku warto wziąć pod uwagę jeszcze jedną perspektywę, której głęboka kontekstowość wpływa na jakość i wartość poznawczą zjawiska. Mowa tutaj o aspekcie kulturowym, który silnie oddziałuje w analizach kolorystów i otwiera miejsce dyskusji lingwistycy kulturowej.

Zarówno język, jak i kolor charakteryzowane są w literaturze jako *fakt społeczny* lub *fakt kulturowy* (ANUSIEWICZ, 1994: 44; GAGE, 2008: 79; PASTOUREAU, 2013: 7). Jest to istotna cecha, która łączy obydwie systemy utrzymane w nurcie lingwistyki kulturowej. Kolor i język pozostają w ścisłej relacji ze względu na wartość doświadczenia i stwarzania danej kultury. Mają także funkcję sprawczą w kreowaniu symboli, która w opinii Johna Gage'a jest właściwością w dużej mierze lingwistyczną. Pozwala ona na przykład wybrzmieć *językowi symboli kolorystycznych* (GAGE, 2008: 79). Co ważne, lingwistyka kulturowa umożliwia przełamanie schematu autonomii językowej w badaniach językoznawczych. Pozwala postrzegać język jako twór wieloaspektowy, wielofunkcyjny i wielopłaszczyznowy oraz wskazuje jego relacje w kontekstach, które wzajemnie na siebie oddziałują i tym samym wpływają na kształtowanie kultury. Przy czym:

W lingwistyce kulturowej traktuje się język jako najważniejszy fakt w obrębie kultury, zasadniczy jej składnik, implikator, a zarazem warunek jej istnienia. Język przechowuje treści, wzorce i formy kultury, przy czym w świecie wzorców kulturowych pełni niejako podwójną rolę – jedno wzorce wytwarza, wyraża, przechowuje i przekazuje, a w stosunku do innych wzorców (pozajęzykowych) jest narzędziem ich interpretacji.

ANUSIEWICZ, 1994: 51

²⁸ Tłumaczenie: „Co semiotyka może zaoferować nauce o kolorze w odniesieniu do perspektywy fizycznej, fizjologicznej i psychologicznej? Teza jest taka, że semiotyka, jako dyscyplina będąca podstawą wszystkich biologicznych systemów poznawczych – ludzkich i nieludzkich – obejmuje i zapewnia odpowiednie ramy epistemologiczne dla wszystkich innych perspektyw. Jeśli uważamy kolor za znak, uwzględniamy wszystkie aspekty, ponieważ znak nie jest rzeczą wcześniej zdefiniowaną, ale konsekwencją różnych czynników i kontekstu, w jakim jest traktowany jako taki. Kolor może służyć jako znak zjawiska fizycznego, mechanizmu fizjologicznego lub skojarzenia psychologicznego”.

Zasada nadrzędności języka ustala triadę, na której lingwistyka kulturowa buduje swoje założenia. W odpowiednio zachowanej kolejności są to: *język – kultura – człowiek* (CZACHUR, 2017: 13). Lingwistyka kulturowa wpisuje się tym samym w XX-wieczną ewolucję filozofii języka, której przejawem jest zjawisko *linguistic turn* (tzw. zwrotu językowego) w naukach humanistycznych. Język stanowi punkt wyjścia do pełnego poznania i zrozumienia *kultury rzeczywistości i kultury wartości* (ANUSIEWICZ, 1994: 45), czyli pewnych praktyk społecznych, norm postępowania, doświadczenia oraz systemu aksjologicznego, które zakodowane są w środkach wyrazu i językowym sposobie przekazu informacji danej społeczności. Na tej podstawie współcześni lingwiści starają się również opisać charakteryzujące język funkcje kulturowe. Natomiast jednym z kluczowych pojęć paradygmatu badawczego jest kategoria *językowego obrazu świata*, która poprzez semantyczne, gramatyczne, syntaktyczne i pragmatyczne kategorie określonego języka naturalnego pokazuje sposób pojmowania świata wybranej grupy etnicznej. W kontekście językoznawczych badań nad kolorem za szczególnie istotną uważam jednak kategorię *kulturowego obrazu świata*, systemu organizującego wszystkie konstrukty systemów znakowych, które razem z językiem kształtują wspólnotę komunikatywną. Lingwistyka kulturowa wykracza poza ścisły obszar dyscypliny. Wykorzystuje oraz łączy w metodach i analizach wiedzę z nauk pokrewnych, takich jak socjologia, psychologia, filozofia, historia, etnologia czy kulturoznawstwo. Wskazuje na to również Waldemar Czachur, podkreślając najistotniejsze dla ewolucji tego nurtu zagadnienia:

Kluczowa dla dalszego rozwoju lingwistyki kulturowej jest pogłębiona dyskusja, integrująca różne kulturoznawczo nakierowane subdyscypliny nad takimi pojęciami, jak znakowość, znaczenie, medialność, dialogowość, kulturowość, emergencja, wzorcowość działań i praktyk komunikacyjnych, wiedza i dyskurs. W tych kategoriach ogniskuje się istota kulturowości języka i językowość kultury.

CZACHUR, 2017: 21

Słowa Czachura utwierdzają mnie w przekonaniu, aby traktować lingwistykę kulturową jako swego rodzaju rdzeń dla dwóch głównych nurtów badawczych, które kształtują moje spojrzenie na językoznawczą perspektywę badań nad kolorem we współczesnej lingwistyce. Są to programy, które opierają się na transdyscyplinarnych założeniach oraz złożonych praktykach komunikacyjnych i społecznych. Mowa o lingwistyce dyskursu (CZACHUR, 2020) oraz lingwistyce mediów (czy też: mediolingwistyce (SKOWRONEK, 2013)). Co więcej, pozwalają one na jeszcze szersze włączenie aspektów kulturowych do badań językoznawczych, a w tych przede wszystkim odnajduję kolor.

Doświadczenie udziału w konferencji RuColor stało się dla mnie punktem wyjścia do obserwacji naukowego świata kolorystów i wpłynęło na zmianę sposobu postrzegania barwy oraz jej zakresu jako przedmiotu badań. Wystąpienia, których miałam przyjemność wysłuchać, pokazały tematykę koloru w perspektywie przekraczania granic. W badaniach humanistycznych można je przyporządkować kilku kategoriom. Pierwszą z nich jest kategoria *przestrzeni* określająca globalny wymiar zainteresowania barwą, zaprezentowany w pierwszej części artykułu. Kategoria *czasu* odnosi się do ponadpokowej tradycji badań nad kolorem, począwszy od starożytnej myśli filozoficznej. Kategoria *transdyscyplinarności* podkreśla spojrzenie holistyczne, konieczne w nauce o kolorze, wykraczające poza ramy

jednego pola badawczego. Barwę, podobnie jak wiele innych przedmiotów badań, charakteryzuje przekraczanie granic ścisłego paradygmatu, utrwalonego w dyscyplinie sposobu postępowania badawczego. Kategoria *kultury* czyni kolor zjawiskiem między-, a nawet polikulturowym, będącym częścią kulturowego obrazu świata danej społeczności komunikatywnej.

Podsumowując, wskazane w drugiej części artykułu odniesienie do barwy jako znaku kieruje moją uwagę na aspekt wizualności koloru, natomiast wymienione perspektywy badawcze pozwalają dostrzec potencjał interdyscyplinarnego podejścia w obszarze chromatologii w postaci badań semiotyczno-lingwistycznych, w środowisku dyskursu medialnego. Obserwowany mechanizm przekraczania granic w nauce o barwie, a także złożoność perspektywy badawczej formują podstawy podejścia transdyscyplinarnego we skazanych metodologiach. Ideę transdyscyplinarności rozumiem podobnie jak Aleksandra Kalisz, która ujęła zjawisko w następujących słowach:

Ta stosunkowo nowa forma prowadzenia badań zakłada bowiem przygodny kontakt poszczególnych dziedzin naukowych na obrzeżach ich zainteresowań, co daje możliwość tworzenia zupełnie nowych pól badawczych, przy jednoczesnym zachowaniu przez badaczy poszczególnych dyscyplin tożsamości własnych zainteresowań naukowych (s. 20–25). Jednocześnie idea transdyscyplinarna zwalnia integrujące się wokół konkretnego zagadnienia dziedziny od zobowiązującej fuzji, jaką zdaje się narzucać podejście interdyscyplinarne.

KALISZ, 2014: 197

Zakres badawczy, koncentrujący się wokół przekazów wielomodalnych oraz kategorii obrazowości, sięga w tym wypadku po pozasystemowe, transdyscyplinarne obszary. Przykładowo można wymienić wiedzę o komunikowaniu społecznym i masowym, wiedzę o kulturze czy też psychologię zachowań i emocji. „[...] obrazy materialne (tzn. wizualne), obrazy językowe, tzn. wyrażenia ilustrujące, obrazowe, obrazujące (metafory) i obrazy mentalne (wyobrażenia) są ze sobą nierozzerwalnie połączone i jako takie muszą być rozpatrywane” (KLEMM, STÖCKL, 2015: 47). Zbieżny z tym wydaje się zamysł metodyczny analizy dyskursu medialnego, w myśl którego barwa stanowi niezbywalną cechę multimodalności mediów masowych. Obserwacja podjętych założeń formuje pierwsze zobowiązanie badawcze mówiące o tym, że badania nad kolorem oraz wnioskowanie nie mogą wynikać z izolowanej obserwacji systemu barwnego.

3. Język koloru i lingwistyka koloru – hipotezy badawcze

Nigdy jeszcze chyba rola barwy w życiu człowieka i społeczności nie była tak oficjalnie uznana i nie budziła takiego zainteresowania jak obecnie. Rola ta wydaje nam się teraz oczywista, ale pamiętajmy, że bynajmniej nie we wszystkich okresach historii ludzkości podzielano to przekonanie. Nawet w niektórych dawnych teoriach sztuki barwa uznana była „filozoficznie” za czynnik bynajmniej nie nieodzowny, a w każdym razie drugorzędny.

RZEPIŃSKA, 2009: 17

Nie sposób zaprzeczyć opinii Rzepińskiej. Niewątpliwie, zainteresowanie kolorem wzmacniane jest rosnącą pozycją mediów ekranowych. Interaktywna telewizja, internet, media społecznościowe oraz aplikacyjność smartfonów zmieniają znane i ukonstytuowane w epoce druku relacje zachodzące pomiędzy słowem i obrazem. Nowoczesne formy komunikacji oraz nowe reguły tekstowości wprowadzają silny akcent obrazu w tekstach, przez co rozumem grafizację oraz ikonizację treści. Można tu również zaaplikować spostrzeżenie, że żyjemy w epoce filtrów oraz retuszu, które sterują uwagą odbiorcy, wpływają na poziom zainteresowania komunikatem, a także koncentrują uwagę na takich komponentach obrazu, jak jasność, nasycenie, kontrast czy ostrość, czyli parametrach ściśle skorelowanych z barwą. Kolor zatem jest czynnikiem wywierania wpływu społecznego, a jego konsekwentna obecność – koniecznym warunkiem marketingowych i promocyjnych działań w mediach. W profesjolekcie reklamowym znany jest *visual content marketing*²⁹ (marketing treści wizualnych) jako czynnik zwiększający konkurencyjność oraz zaangażowanie odbiorcy. Pojęcie wprowadza nowy model komunikacji w internecie oparty na zasadach szybkiego dostępu, skróconego czasu przetwarzania i interpretowania treści oraz łatwego zapamiętywania. Najczęstszymi formami jego realizacji są infografiki, wideo, wirale, zdjęcia, GIF-y, memy, wizualizacje, pokazy slajdów, interaktywne obrazy, animacje. W najnowszych badaniach nad kolorem³⁰ kontekst wizualności występuje również w pojęciach *visual language* (język wizualny) oraz *visual identity* (identyfikacja wizualna). Pokazują one zróżnicowane perspektywy badawcze barwy, także w nieoczywistych kontekstach, na przykład jako komunikatora i narzędzia do wyrażania złożonych stanów emocjonalnych u osób chorujących na depresję³¹ lub sposobu komunikowania treści poprzez animację filmową³².

Zagadnienie barwy pojawia się również w kontekście kształtowania identyfikacji wizualnej marki oraz analizy dominującego koloru w odniesieniu do percepcji odbiorcy³³. W kategorii pojęć na uwagę zasługuje jeszcze jedna charakterystyka, ujęta w sformułowaniu *visual archetypal blueprint*³⁴ (wizualny archetyp osobowości), promująca ideę indywidualnego wzorca osobowości w myśl koncepcji Carla Gustava Junga, zapisanej w kolorystycznej wizualizacji daty urodzin oraz imienia. W szerszej zatem kategorii wizualności realizuje się wskazywana już wcześniej idea transdyscyplinarnej perspektywy badawczej koloru. W promowanym tu podejściu kategoria *obrazowości* jest jednym z podstawowych wyznaczników treści, realizowanych głównie przez kolor. Wraz z rozwojem nowoczesnych

²⁹ Visual Content Marketing [online: <https://sprawnymarketing.pl/blog/visual-content-marketing/>; data dostępu: 1.03.2021].

³⁰ Badania prezentowane podczas konferencji RuColor (1–5.12.2020).

³¹ Puja Kumar, *Depression to Expression: Color as Visual Language to Communicate Complex Emotions* (Depresja do wyrażenia: Kolor jako język wizualny do komunikowania złożonych emocji).

³² Elizaveta Kushnirenko, *Color as a Visual Language: Exploring the Chromatic Palette in Suzan Pitt's Animation* (Kolor jako język wizualny: Odkrywanie barwnej palety kolorów w animacjach Suzan Pitt).

³³ Carlos Esteban Prause, *The Color as a Distinctive Quality in Visual Identity: Analysis of Dominant Color in Brand Identity in Relation to the Perception of the Recipient* (Kolor jako wyróżniająca cecha identyfikacji wizualnej: Analiza dominującego koloru w tożsamości marki w odniesieniu do percepcji odbiorcy).

³⁴ Mark Wentworth, *Colour Profiling: A Visual Archetypal Blueprint for the Process of Jungian Individuation*. (Profelowanie kolorem: Wizualny archetyp osobowości dla procesu indywidualizacji jungowskiej).

form komunikacji w przestrzeni medialnej rola barwy zyskuje na znaczeniu i otwiera nowe przestrzenie badawcze. W XXI wieku intensyfikuje się tematyka koloru zarówno w badaniach, jak i aspekcie społecznym. Czynniki, które na to wpływają, związane są między innymi z sytuacją ekonomiczną oraz technologią. Wynikają one z obniżenia kosztów produkcji w warunkach jednoczesnego wzrostu jakości druku. Rozwój grafiki, a także dostępność szerokopasmowego internetu przekierowują uwagę odbiorcy na media audiowizualne, czyniąc współczesność czasem ekranów, cywilizacji wizualnej oraz zanurzenia w obrazie. W założeniach metodologiczno-teoretycznych nauk humanistycznych kontekst ten został wyeksponowany w badaniach poświęconych zjawisku *iconic turn* (zwrotu ikonicznego) lub *pictorial turn* (zwrotu obrazowego). Związany z kulturą audiowizualną proces ikonizacji skłania lingwistów do pytań o funkcje obrazu w przekazywaniu informacji i porozumiewaniu się ludzi za pośrednictwem mediów (KAWKA, 2015: 19). Zwroty „rekonfigurują pola badawcze, implikują nieoczekiwane zerwania i nowe sojusze, skłaniają do reinterpretacji tradycji myślowych. Dzieje się tak przynajmniej od czasu zwrotu lingwistycznego” (ZEIDLER-JANISZEWSKA, online: 151). Zacytowane słowa oraz dotychczasowa obserwacja w obszarze kulturowo-społecznym popychają narrację o krok dalej i skłaniają mnie do sformułowania hipotezy o nienazwanym i niescharakteryzowanym do tej pory zjawisku *colour turn* – zwrocie kolorystycznym w kulturze i społeczeństwie XXI wieku. Wartość barwy i zasadność mówienia o kolejnym zwrocie potwierdzają między innymi dwa zaawansowane procesy społeczne: specjalizacji oraz fragmentaryzacji rzeczywistości.

Czy przedstawiciele lingwistyki są uprawnieni do tego, by badać wizualne aspekty barwy? Zdecydowanie tak i już w poprzednich akapitach wskazałam ku temu konkretne argumenty. Kolor jest nieodłącznym elementem funkcjonowania wpisanym niejako w naturę i kulturę człowieka, począwszy od biologicznych predyspozycji – fizjologia umożliwia ludziom percypowanie oraz rozróżnianie barw. W tym przypadku kolor występuje jednak jako zjawisko nieintencjonalne. Lingwistów interesuje natomiast barwa intencjonalna, dlatego punktem wyjścia do językoznawczych badań nad kolorem staje się teoria znaków. Należy tu przyjąć koncepcję na wzór Charlesa S. Peirce’a, że „znak to każda rzecz lub zjawisko, które w czyimś umyśle mogą zastępować coś innego, niosąc znaczenie; każdy układ rzeczy lub zjawisk spowodowany przez kogoś, aby przekazać znaczenie” (LISOWSKA-MAGDZIARZ, 2019: 89). W semiotyce Peirce’a proponuje się relację triadyczną znaku, wyszczególniając: *representamen* – środek przekazu, forma znaku, *interpretant* – znaczenie, treść oraz *przedmiot* – przedmiot oznaczany. Wskazane założenie stanowi punkt wyjścia do połączenia barwy jako przedmiotu badań z tradycją językoznawstwa. Znakowość koloru implikuje postrzeganie go jako fenomenu kulturowego. Obserwacja dotychczasowej metodologii badań językoznawczych wskazuje, że badaniu poddawano jednostki leksykalne nazywające kolory w swych denotacyjnych, a wtórnie konotacyjnych cechach, także w aspektach porównawczych jako przedmiot zainteresowania przedstawicieli semantyki leksykalnej, słowotwórstwa i pól leksykalnych. Natomiast kulturowa znakowość barwy wpisuje kolor również w parajęzykową komunikację międzyludzką, odbywającą się na poziomie środków pozawerbalnych. Barwa należy do środków komunikowania, podobnie jak gest i mimika (lub bardziej złożone relacje, będące obiektem badań chronemiki, proksemiki lub haptyki), oddziałując na psychikę człowieka, jego zachowanie oraz wywołując zróżnicowane reakcje emocjonalne.

Podstawą w przyjętych założeniach badawczych jest kolor, który traktuję jako inny niż werbalny (logos) środek tworzenia znaczeń. Towarzyszy temu przekonanie o aspekcie pragmatycznym barwy w tekście medialnym. Pytania, które klarują perspektywę badań, dotyczą przede wszystkim rodzaju i stopnia zależności barwy od innych znaków semiotycznych³⁵, roli koloru we wzajemnych relacjach media – kultura – język środowiska medialnego³⁶ oraz funkcji koloru w *medium*, *mediotekście* (LOEWE, 2015) lub *interfejsie medium* (JOHNSON, 1999). Kolor tworzy niewerbalne systemy komunikowania w przekazach statycznych oraz dynamicznych. Współtworzy przekazy multisensoryczne, których mechanizmy i wartość znaczeniowa zakorzenione są w kulturze i tradycji. Jest również komponentem przekazów hipertekstowych, będących udziałem mediów cyfrowych. Interesująca w tym obszarze wydaje się myśl Hartmuta Stöckla, który pisze o dwóch kluczowych ideach kształtującej się lingwistyki mediów (STÖCKL, 2015: 24): *intermedialności*, czyli transponowania treści z jednych form na drugie, oraz *transkryptywności*, czyli przekodowywania tekstów z jednej postaci medialnej w inną.

Za wartościowe uznaję również założenie interpretacji i wnioskowania oparte na trzech wzajemnie warunkujących się poziomach: złożonych systemów semiotycznych, treści oraz praktyk komunikacyjnych (LISOWSKA-MAGDZIARZ, 2018: 156). Obserwacja wskazanych mechanizmów pozwoli odpowiedzieć na pytanie: Czy w wyniku zmienności procesów społeczno-kulturowych kolor może przejmować znaczenie poszczególnych znaków lub systemów semiotycznych w dyskursie medialnym? Zbadanie wzajemności wszystkich modalności, określenie roli i funkcji koloru oraz zdefiniowanie stopnia niezależności barwy w dyskursie pozwoli zweryfikować przyjęte tezy oraz odpowiedzieć na sformułowane pytania badawcze.

Obecność koloru w kulturowym obrazie świata przejawia się w ekspozycji obrazu i natężeniu ekranów, w których barwa nadana przez operatora, twórcę, realizuje określoną intencję w konkretnym kontekście. Aspekty *intencji* oraz *kontekstu* otwierają kolejne pole badawcze dla analiz nad sposobem komunikowania koloru masowemu odbiorcy. Próba zrozumienia języka koloru w epoce ekranów sytuuje barwę w multimodalnych przekazach medialnych i czyni ją narzędziem w praktykach dyskursu medialnego. W tym kontekście formułuję trzy hipotezy badawcze, które dopełniają perspektywę założeń podjętego problemu badawczego: 1) medialny obraz świata jest konstrukcją multimodalną, maksymalizującą udział wszystkich możliwości komunikacyjnych w wytwarzaniu przekonań i postaw masowego odbiorcy, dlatego koniecznością jest podjęcie rozważań o kolorze oraz jego udziale w mediotekście, interfejsie lub medium; 2) kolor jest wpisany w kulturę i osadzony w niej; ma pola mocnych konotacji, a te przekładają się na komunikatywność barw; założenie drugie niesie przekonanie o wpływie barwy na komunikat; w analizie zachowań komunikacyjnych należy wziąć pod uwagę utrwalone konotacje kulturowe; z tym aspektem związane jest założenie: 3) obecność zjawisk transkulturowych, ma swoje odzwierciedlenie również w kolorze. Pytanie badawcze, które wynika z ostatniej przyjętej hipotezy dotyczy potrzeby rozpoznania, czy kolor wpisuje się w międzykulturowe budowanie znaczeń.

³⁵ Określając ich właściwości syntaktyczne.

³⁶ Rodzaj relacji semantycznej.

Od 2009 roku w wielu krajach na całym świecie 21 marca obchodzony jest Międzynarodowy Dzień Koloru. To inicjatywa zapoczątkowana przez organizację AIC³⁷, która każdego roku przyczynia się do promocji badań oraz działań związanych z popularyzacją nauki o barwie. Już od ponad dwudziestu lat wpływ na rozwój produktów, ich opakowania i projekty graficzne oraz na decyzje zakupowe w wielu branżach, między innymi w modzie, urządzaniu wnętrz, wzornictwie przemysłowym, ma właśnie kolor. Dzieje się tak za przyczyną opiniotwórczej marki Pantone³⁸, która każdego roku ustanawia dominujący *kolor roku*. Decyzje podjęte w Pantone Color Institute wskazują trendy kolorystyczne, będące motywem przewodnim następných dwunastu miesięcy. W 2020 roku był to *Pantone Classic Blue 19-4052*. Natomiast rok 2021 wyznaczają, pierwszy raz w historii firmy, dwie barwy: *Pantone Ultimate Gray 17-5104* oraz *Pantone Illuminating 13-0647*. Wybory mają swoje uzasadnienie w przeprowadzanych badaniach. Wytypowane kolory są silnie motywowane filozofią przekazu, emocjami oraz symboliką:

Practical and rock solid but at the same time warming and optimistic, the union of PANTONE 17-5104 Ultimate Gray + PANTONE 13-0647 Illuminating is one of strength and positivity. It is a story of color that encapsulates deeper feelings of thoughtfulness with the promise of something sunny and friendly.

A message of happiness supported by fortitude, the combination of PANTONE 17-5104 Ultimate Gray + PANTONE 13-0647 Illuminating is aspirational and gives us hope. We need to feel that everything is going to get brighter – this is essential to the human spirit³⁹.

Pantone, online, data dostępu: 1.03.2021

Wspomniana wcześniej intensyfikacja badań przekłada się na ważne wydarzenia w kolorystycznym świecie nauki. Rok 2021 zapowiada dwie międzynarodowe konferencje. Pierwszą z nich jest Color Impact 2021⁴⁰ zaplanowany na czerwiec oraz AIC 2021 14th Congress⁴¹, który odbędzie się na przełomie sierpnia i września. Doskonałym przykładem jest również ostatnie wydarzenie naukowe RuColor 2020.

Postrzeganie barwy jest naturalną umiejętnością, a jej doświadczanie – jedną z podstawowych potrzeb. Być może dlatego tak często rola i wpływ koloru nie są uświadamiane, a kolorystyczne decyzje, których wiele w życiu, są podejmowane intuicyjnie. Kolorystyci jednak zmieniają tę perspektywę, czyniąc barwę źródłem wielu świadomych, naukowych dociekań. Barwa natomiast zmienia perspektywę komunikacji, stawiając nowe wyzwania lingwistycy.

³⁷ International Colour Day [online: <https://aic-color.org/icd-2020>; data dostępu: 1.03.2021].

³⁸ Pantone [online: <https://www.pantone.com/eu/en/>; data dostępu: 1.03.2021].

³⁹ Tłumaczenie: „Praktyczne i solidne jak skała, ale jednocześnie rozgrzewające i optymistyczne, połączenie PANTONE 17-5104 Ultimate Grey + PANTONE 13-0647 Illuminating to siła i pozytywne podejście. To historia koloru, która zawiera w sobie głębsze poczucie zadumy, obiecując coś słonecznego i przyjaznego. Przekaz szczęścia wsparty hartem ducha, połączenie PANTONE 17-5104 Ultimate Grey + PANTONE 13-0647 Illuminating jest angażujące i daje nam nadzieję. Musimy poczuć, że wszystko się rozjaśni – to jest niezbędne dla ludzkiego ducha”.

⁴⁰ Color Impact [online: <https://colorimpact2021.com/>; data dostępu: 1.03.2021].

⁴¹ AIC Congress 2021 [online: <https://www.aic2021.org/>; data dostępu: 1.03.2021].

Bibliografia

Źródła

- AIC Congress 2021 [online: <https://www.aic2021.org/>; data dostępu: 1.03.2021].
- „Color Culture and Science Journal” [online: <https://jcolore.gruppodelcolore.it/ojs/index.php/CCSJ>; data dostępu: 24.03.2021].
- Color Impact [online: <https://colorimpact2021.com/>; data dostępu: 1.03.2021].
- „Colour Literacy Project” [online: <https://colourliteracy.org/>; data dostępu: 21.02.2021].
- Colour of the Year* [online: <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2021>; data dostępu: 1.03.2021].
- „Color Research and Application” [online: <https://onlinelibrary.wiley.com/journal/15206378>; data dostępu: 24.03.2021].
- „Colour Turn” [online: <https://colourturn.net/>; data dostępu: 24.03.2021].
- „Coloration Technology” [online: <https://onlinelibrary.wiley.com/journal/14784408?tabActivePane=>; data dostępu: 24.03.2021].
- Gruppo del Colore [online: <https://www.gruppodelcolore.org/?lang=en>; data dostępu: 24.03.2021].
- International Colour Association [online: <https://aic-color.org/>; data dostępu: 21.02.2021].
- International Colour Association – Study Groups [online: <https://aic-color.org/study-groups>, data dostępu: 21.02.2021].
- International Colour Day [online: <https://aic-color.org/icd-2020>; data dostępu: 1.03.2021].
- Inter-Society Color Council (ISCC) [online: <https://iscc.org/>; data dostępu: 24.03.2021].
- „Journal of the International Colour Association” [online: <https://aic-color.org/journal>; data dostępu: 24.03.2021].
- MACDONALD L.W., BIGGAM C.P., PARAMEI G.V., eds., 2018, *Progress in Colour Studies. Cognition, Language and Beyond*. John Benjamin Publishing Company. Amsterdam.
- Pantone [online: <https://www.pantone.com/eu/en/>; data dostępu: 1.03.2021].
- „Progress in Color, Colorants and Coatings” [online: <http://pccc.icrc.ac.ir/>; data dostępu: 24.03.2021].
- „Progress in Colour Studies” [online: https://www.gla.ac.uk/media/Media_236826_smxx.pdf; data dostępu: 24.03.2021].
- RuColor [online: <http://www.rucolor2020.ru/>; data dostępu: 22.02.2021].
- Visual Content Marketing* [online: <https://sprawnymarketing.pl/blog/visual-content-marketing/>; data dostępu: 1.03.2021].

Słowniki

- SJP – DOROSZEWSKI W., red., *Słownik języka polskiego* [online: <https://sjp.pwn.pl/doroszewski/lista>; data dostępu: 22.03.2021].
- WSJP PAN – ŻMIGRODZKI P., red., 2020, *Wielki słownik języka polskiego PAN* [online: <https://www.wsjp.pl/>; data dostępu: 22.03.2021].

Literatura

- AMPEL-RUDOLF M., 1987: *Barwa a kolor*. „Poradnik Językowy”, z. 8, s. 621–625.
- ANUSIEWICZ J., 1994: *Lingwistyka Kulturowa. Zarys problematyki*. Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego. Wrocław.

- CAIVANO J.L., 1998: *Color and Semiotics: A Two-way Street*. „Color Research and Application”, XXIII, nr 6, s. 390–401.
- CZACHUR W., 2017: *Lingwistyka kulturowa i międzykulturowa. Pytania badawcze, zadania i perspektywy*. W: CZACHUR W., red.: *Lingwistyka kulturowa i międzykulturowa. Antologia*. Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego. Warszawa, s. 7–38.
- CZACHUR W., 2020: *Lingwistyka dyskursu jako integrujący program badawczy*. ATUT. Wrocław.
- GAGE J., 2008: *Kolor i Kultura: teoria i znaczenie koloru od antyku do abstrakcji*. TAIWPN Universitas. Kraków.
- JOHNSON S., 1999: *Interface Culture, How New Technology Transforms the Way We Create and Communicate*. Harper Edge. San Francisco.
- KALISZ A., 2014: *Inter- a transdyscyplinarność w badaniach nad mediami*. „Postscriptum Polonistyczne”, nr 1 (13), s. 197–204.
- KAWKA M., 2015: *Komunikowanie wizualne a nauka o mediach – współczesność i perspektywy*. „Media i Społeczeństwo”, nr 5, s. 13–21.
- KIEREPKO M., 2005: *Historia filozofii w pigułce*. Wydawnictwo Astrum. Wrocław.
- KLEMM M., STÖCKL H., 2015: *Lingwistyka obrazu – umiejscowienie dyscypliny, przegląd, dezyderaty badawcze*. W: JAROSZ J., OPIŁOWSKI R., STANIEWSKI P., red.: *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*. ATUT. Wrocław, s. 45–56.
- LISOWSKA-MAGDZIARZ M., 2018: *Badanie wielomodalnych przekazów medialnych w mediach masowych*. W: SZYMAŃSKA A., LISOWSKA-MAGDZIARZ M., HESS A., red.: *Metody badań medioznawczych i ich zastosowanie*. Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ. Kraków, s. 143–165.
- LISOWSKA-MAGDZIARZ M., 2019: *Znaki na uwieży. Od semiologii do semiotyki mediów*. Księgarnia Akademicka. Kraków.
- LOEWE I., 2015: *Mediotekst w naukach humanistycznych*. „Tekst i Dyskurs – Text und Diskurs”, z. 8, s. 253–255.
- PASTOUREAU M., 2013: *Niebieski. Historia koloru*. Oficyna Naukowa. Warszawa.
- POPEK S., 2001: *Barwy i psychika: percepcja, ekspresja, projekcja*. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. Lublin.
- RZEPIŃSKA M., 2009: *Historia koloru w dziejach malarstwa europejskiego*. Wydawnictwo Arkady. Warszawa.
- SKOWRONEK B., 2013: *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*. Wydawnictwo Naukowe UP. Kraków.
- STÖCKL H., 2015: *Lingwistyka mediów. O statusie i metodach (wciąż) konstytuującej się dyscypliny badawczej*. W: JAROSZ J., OPIŁOWSKI R., STANIEWSKI P., red.: *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*. ATUT. Wrocław, s. 23–44.
- TARASIUK J. [online]: *Problem barwy i koloru*. [online: <http://home.agh.edu.pl/~tarasiuk/dydaktyka/index.php/wyklady>; data dostępu: 22.02.2021].
- ZAUSZNICA A., 2012: *Nauka o barwie*. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa.
- ZEIDLER-JANISZEWSKA A. [online]: *O tzw. zwrocie ikonicznym we współczesnej humanistyce. Kilka uwag wstępnych*. [online: <https://www.asp.wroc.pl/dyskurs/Dyskurs4/AnnaZeidlerJaniszewska.pdf>; data dostępu: 22.02.2021].