

**Я. В. Инживоткина**

Гуаякильский ун-т, Эквадор

ORCID ID: 0000-0002-4297-2364  **E-mail:** yana.inzhivotkina@ug.edu.ec; bp.ru@mail.ru.

## Ассоциации с синим и желтым цветом в сознании носителей испанского и английского языков

**АННОТАЦИЯ.** Внимание исследователей неоднократно привлекала семантика цвета в разных культурах. В рамках одной культуры за определенным цветом часто закреплены схожие ассоциации, но у разных народов интерпретация цветовой символики значительно отличается. В коллективном языковом сознании конкретного языкового сообщества за каждым цветом закреплены типичные характеристики. В данной статье были проанализированы два цвета, которые можно назвать культурными маркерами (желтый и синий), имеющие важное культурное значение для многих народов. Цель эксперимента состояла в том, чтобы точно определить, какие образы появляются в сознании испанцев, эквадорцев и американцев, когда им предъявляется стимул в виде цветоименования, а также выявить сходства и различия между этими образами. Образы были идентифицированы с помощью свободного ассоциативного эксперимента и проанализированы по зонам ассоциативного поля. Полученные результаты показывают сходство и различие в количестве ассоциатов и особенностях их распределения по зонам ассоциативного поля, а также указывают на расхождение с традиционной для трех культур цветовой картиной мира (она устанавливалась на основе авторитетных ассоциативных словарей). Для эквадорцев, как и для американцев, желтый цвет прежде всего ассоциативно связан с солнцем, для испанцев это в первую очередь символ света, огня и счастья. Для американцев характерны более конкретные ассоциации: «утка», «пшеница», «подсолнух». Синий цвет у всех групп опрошенных прежде всего соотносится с водой и небом, для эквадорцев это также символический цвет королевской власти, у испанцев он символически связывается с ребенком, членом семьи.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** желтый цвет; синий цвет; языковое сознание; языковая картина мира; национально-специфичные концепты; ассоциативные эксперименты; ассоциативные поля; носители языка; английский язык; испанский язык.

**ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ:** Инживоткина Яна Викторовна, преподаватель английского языка, Гуаякильский университет, факультет журналистики и коммуникации; EC 090111, Гуаякиль, Эквадор, Guayaquil, Ecuador, Cda Quisquis Calle Eugenio Espejo (Hector Toscano y A. Romero Castillo); e-mail: bp.ru@mail.ru, yana.inzhivotkina@ug.edu.ec. EC09011.

**ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:** Инживоткина, Я. В. Ассоциации с синим и желтым цветом в сознании носителей испанского и английского языков / Я. В. Инживоткина // Политическая лингвистика. — 2019. — № 4 (76). — С. 73-82. — DOI 10.26170/pl19-04-09.

### Введение

Учеными давно установлено, что цвет оказывает влияние не только на здоровье человека, но и на его поведение, психику. Особые цветовые стимулы оказывают воздействие на сознание людей, их зрительный опыт и память, физиологические и психологические особенности. Порой цвет даже стимулирует возникновение определенных реакций. Еще Иоганн Вольфганг Гёте писал, что «этот мир доступен для восприятия только в форме цветных плоскостей различной яркости» [Месяц 2012].

Изучение семантики цвета в настоящее время является одним из наиболее перспективных направлений в лингвистике, семантике, медицине, психологии и других науках. Изучением цвета активно занимались Е. И. Горошко, А. Вежбицкая, Р. М. Фрумкина, А. П. Василевич, С. Г. Тер-Минасова, А. Н. Леонтьев и другие, однако подобные

исследования до сих пор относятся к периферии лингвистики.

Л. С. Выготский писал, что человек усваивает значения цвета из родной культуры. При проведении экспериментов с трехмесячными детьми он выяснил, что они хорошо различают цвета и формы геометрических фигур. Однако с течением времени восприятие цвета изменяется по мере взросления и развития мышления, «оно представляет собой скорее динамическое, чем статическое образование» [Выготский 2014: 464].

Будучи ребенком, человек соотносит различные предметы с определенным цветом, например: синий — небо, зеленый — трава, белый — снег, красный — солнце. Некоторые связи настолько прочны, что они составляют ядро семантического поля, а со временем с цветом люди начинают соотносить даже понятия. «Так формируются значения, относимые нами к приядерным образованиям в семантическом поле цвета.

Красный цвет, например, начинает соотноситься с теплом и жарой, зеленый — с отдыхом и расслаблением, покоем и так далее. Вместе с этим усваиваются значения цвета, существующие в культуре, в которой растет ребенок. По мере взросления предпочтение тех или иных цветов изменяется под влиянием культуры и социума, а сами цвета начинают соотноситься с определенными социокультурными явлениями, которые составляют периферию семантического поля цвета» [Hallock 2007]. При этом происходит своеобразная интериоризация значений цвета из культуры, причем «параллельно идет формирование личностных смыслов, которыми наделяется каждый цвет. Немаловажную роль во всем этом играет язык, на котором говорит ребенок. Не только художественная и научная литература, но и сама лексика языка несет в себе информацию о значениях цвета, существующих в культуре, т. е. цвет действительно познается через слово» [Кудрина 2012].

Для реконструкции системы семантических значений цветов нами были использованы методы психолингвистики. В качестве основного метода для изучения индивидуальных систем значений цвета был выбран свободный групповой ассоциативный эксперимент.

В данном исследовании основной целью было решение двух задач:

- 1) рассмотреть два цвета: желтый и синий, — которые обладают важным культурным смыслом у многих народов;
- 2) выяснить, какие именно образы возникают у носителей английского и испанского языков в связи с указанными цветами, их сходство и отличие.

Для различных лингвокультур синий и желтый цвета имеют особое значение, они относятся к первичным, основным цветам.

В ряде лингвокультур желтый цвет имеет положительные ассоциации, основные ассоциации желтого — это ум, знания, мудрость, самодостаточность, плодородие и зрелость. Этот цвет придает энергии, оптимизма, успокаивает и расслабляет. Именно желтый носит название интеллектуального цвета. Он положительно сказывается на памяти, творческой деятельности, способствует мыслительному процессу.

Для большинства людей желтый ассоциируется с солнцем, пляжем и отдыхом. Это цвет государственного флага и праздника в Испании, цвет такси в Европе и Америке, цвет одного из самых популярных и, пожалуй, самого противоречивого футбольного клуба Эквадора — «Барселона».

Иная ситуация складывается с синим цветом. Он успокаивает, уравнивает,

контролирует. Синий имеет множество оттенков, оказывающих собственные эффекты. Насыщенный синий — это спокойствие, миролюбивость и безмятежность. Темно-синий считается более тревожным и депрессивным цветом. Он может вызывать беспокойство. Синий цвет способен погрузить человека в мир иллюзий, он также является синонимом меланхолии. Атмосфера безмятежности, которую он несет, сходна с консерватизмом.

В испанской лингвокультуре синий — это цвет Девы Марии, символ неба, рая, вечности, духовности, истины и божественной мудрости. В испанском языке также имеется целый ряд лексических единиц, образованных на основе метонимического переноса цветообозначения «синий» или «голубой». Например: *camisa azul* — синий воротничок (рабочий), с синим цветом также ассоциируют зону для парковки машин на определенное время (*zona azul*). *Sangre azul* означает «голубая кровь», высокое социальное происхождение и аристократизм, а выражение *poner a uno de oro y azul* означает «отчитать, разругать, разделить под орех». Согласно данным нашего эксперимента, *синий* в испанском языке имеет нейтральную и положительную оценку. В английском языке синий цвет ассоциируется с королевской властью и благородством происхождения. Например: *blue blood* — представители королевской фамилии, люди очень высокого происхождения; *blue book* — официальный британский правительственный документ на определенную тему; список лиц, занимающих государственные должности в США; *blue ribbon (reband)* — главный приз. В то же время этот цвет может означать что-то оскорбительное, неправильное, грубое: *blue jokes* — сальные шутки, *blue-sky ideas* — голубые мечты. *To feel blue* и *to be blue* в английском языке означают «грустить». Для жителей Латинской Америки синий цвет символизирует в первую очередь небо и море, также синий цвет присутствует почти во всех флагах Южно-Американского континента.

### Эксперимент

Для выявления ассоциативных значений цветов было принято решение использовать метод свободного ассоциативного эксперимента, который, как писал Е. Ф. Тарасов, «отражает закономерность человеческого сознания, заключающуюся в том, что явления реального мира, представляющие человеческому сознанию в определенной временной или пространственной близости, отображаются таким образом, что сознание, помимо образов этих явлений, фиксирует

также и их близость» [Тарасов 1997]. С его помощью можно объективно описать существующие в сознании носителя языка ассоциативные связи слов, придать «зримость» языковому сознанию носителя определенного языка, так как ассоциативные связи зависят не только от индивидуального опыта человека, но и от контекста культуры, в которой живет человек.

Процедура проведения ассоциативного эксперимента была стандартной. Студентам факультета журналистики и связей с общественностью государственного университета г. Гуаякиль (Эквадор) было предложено дать ответ (реакцию) на каждое из слов-стимулов. При предъявлении слова-стимула ставилась задача записать первое пришедшее на ум слово.

В нашем случае опрос был проведен в письменной форме. Студентам был предложен список слов, на которые нужно было написать реакции. В качестве стимула были использованы наименования цветов: желтый и синий. Эти два цвета были взяты для эксперимента, поскольку они в полной мере «отражают культурно-национальный смысл и характер, которые и являются содержанием национально-культурной коннотации», представляющей собой «форму ценностного освоения мира, фактор внутренней детерминации поведения» [Маслова 2001: 54].

Е. И. Горошко в своей работе пишет: «...как правило, под ассоциативной нормой понимается совокупность реакций, собранная примерно от группы информантов размером 1000 человек, но иногда этот объем может быть „сужен“ и до 500—700 человек, а при некоторых исследовательских задачах — допускаются ассоциативные поля объемом и до 100 единиц» [Горошко 2001: 93]. В нашем эксперименте участвовало 302 эквадорца, студентов третьего курса факультета журналистики Университета Гуаякиля, обучающихся на дневном отделении, и 166 американцев, обучающихся в различных вузах Соединенных Штатов. Полученные данные были систематизированы в форме таблиц.

Для сравнения реакций с испанскими испытуемыми был использован опрос, проведенный Ю. А. Карауловым и подробно описанный им и Марией Санчес Пиуг в совместной работе «Ассоциативные нормы испанского и русского языка» [Санчес Пиуг 2001]. Полученные данные сравнивались с указанным словарем [Санчес Пиуг 2001], который был принят за эталон языкового сознания носителей испанской лингвокультуры, и сло-

варем Киша, который отражает языковое сознание носителей американской культуры [Kiss 1973].

Для сбора материала был использован свободный ассоциативный эксперимент с фиксацией первого ответа. Время, данное для ответа на каждое слово-стимул, составляло около 5—6 секунд. Было принято решение озаглавить зоны гештальтов с помощью слов *кто, что, какой, делать, где*. Для анализа полученных данных был использован семантический гештальт, предложенный Ю. Н. Карауловым [Санчес Пиуг 2001].

*Кто* — лицо, ассоциируемое со словом-стимулом (напр., *abuela* (бабушка) — *morena* (мулатка, досл. «цвет кожи как коричневый сахар»), *abuelo* (дедушка));

*Что* — предмет, ассоциируемый со словом-стимулом (напр., *hogar* (дом), *historias* (истории), *tercer edad* (пожилая, дословно «третий возраст»), *tradición* (традиция), *hospital* (больница)).

*Какой* — интегральные признаки, рассматриваемые со стороны наблюдателя, и оценочные характеристики (напр., *adorable* (обожаемая), *cariñosa* (любящая), *generosa* (великодушная)).

*Делать* — действие, ассоциируемое со словом-стимулом (напр., *alegría* (радость) — *compartir* (делить)).

*Как* — оценка, обычно выражается наречиями (напр., *alegría* (радость) — *temporal* (временно)).

*Словосочетание / выражение* — словосочетания, устойчивые выражения, фразеологические обороты (напр., *enemigo* (враг) — *of the state* (государства)).

*Прочее* — слова-реакции, которые не поддавались классификации.

### Обсуждение результатов

В целом полученные результаты не всегда совпадали с классической лингвоцветовой картиной, характерной для испанцев, эквадорцев и американцев. Этому видится две возможные причины: специфика эксперимента (анализировались именно первые пришедшие в голову испытуемых ассоциации, а не соотношение частотности положительных и отрицательных значений путем сплошной выборки по имеющейся в языке цветообозначающей лексике) и молодой возраст испытуемых.

Приведем результаты ассоциативного эксперимента для стимула «жёлтый» (см. табл. 1—4).

Таблица 1

Эквадорцы (испанский язык), стимул *amarillo* (жёлтый)

Зоны	Ассоциаты	Всего	
Кто (человек)	chino (китаец) — 2 / 0,66 %	2	0,66 %
Что	sol (солнце) — 104 / 34,44 %; Barcelona («Барселона», местная футбольная команда) — 58 / 19,2 %; pollito (птенчик) — 22 / 7,3 %; guineo (гинео, вид бананов) — 14 / 4,64 %; jirafa (жираф) — 14 / 4,64 %; oro (золото) — 12 / 3,97 %; ratito (хвостик) — 10 / 3,31 %; maiz (кукуруза) — 7 / 2,32 %; color (цвет) — 6 / 1,98 %; alegria (радость) — 5 / 1,66 %; pajarito (птичка) — 5 / 1,66 %; banana (банан) — 4 / 1,32 %; lapiz (карандаш) — 4 / 1,32 %; mango (манго) — 4 / 1,32 %; papaya (папайя) — 4 / 1,32 %; taxi (такси) — 4 / 1,32 %; pantalones (брюки) — 2 / 0,66 %; el idolo (идол) — 2 / 0,66 %; esperanza (надежда) — 2 / 0,66 %; flor (цветок) — 2 / 0,66 %; futbol (футбол) — 2 / 0,66 %; luz (свет) — 2 / 0,66 %; pais (государство) — 2 / 0,66 %; piña (ананас) — 2 / 0,66 %; pollo (курица) — 2 / 0,66 %; semaforo (светофор) — 2 / 0,66 %; dudas (сомнения) — 1 / 0,33 %	298	98,68 %
Какой	—	—	—
Делать	—	—	—
Как	bello (красиво) — 2 / 0,66 %	2	0,66 %
Словосочетание	—	—	—
Прочее	—	—	—
Всего		302	100 %

Таблица 2

Американцы (английский язык), стимул *yellow* (жёлтый)

Зоны	Ассоциаты	Всего	
Кто (человек)	—	—	—
Что	sun (солнце) — 61 / 36,7 %; duck (утка) — 15 / 9,03 %; wheat (пшеница) — 14 / 8,43 %; sunflower (подсолнух) — 12 / 7,23 %; banana (банан) — 8 / 4,8 %; corn (кукуруза) — 6 / 3,6 %; pineapple (ананас) — 6 / 3,0 %; pencil (карандаш) — 5 / 3,01 %; cheese (сыр) — 4 / 2,4 %; The Simpsons (Симпсоны) — 4 / 2,4 %; cab (такси) — 3 / 1,8 %; colour (цвет) — 3 / 1,8 %; ring (звонок) — 3 / 1,8 %; submarine (подводная лодка) — 3 / 1,8 %; gold (золото) — 2 / 1,2 %; cream (крем) — 2 / 1,2 %; a flower (цветок) — 2 / 1,2 %; mango (манго) — 2 / 1,2 %; orange (апельсин) — 2 / 1,2 %; sunset (закат) — 2 / 1,2 %; flag (флаг) — 1 / 0,6 %; fruits (фрукты) — 1 / 0,6 %; home (дом) — 1 / 0,6 %; shirt (рубашка) — 1 / 0,6 %; stoplight (светофор) — 1 / 0,6 %; taxi (такси) — 1 / 0,6 %; whisky (виски) — 1 / 0,6 %	166	100 %
Какой	—	—	—
Делать	—	—	—
Как	—	—	—
Словосочетание	—	—	—
Прочее	—	—	—
Всего		166	100 %

Таблица 3

Испанцы (испанский язык), стимул *amarillo* (жёлтый)

Зоны	Ассоциаты	Всего	
Кто (человек)	—	—	—
Что	luz (свет) — 7 / 11,67 %; fuego (огонь) — 4 / 6,67 %; día (день) — 3 / 5 %; felicidad (счастье) — 3 / 5 %; alegría (радость) — 2 / 3,33 %; camino (путь) — 1 / 1,66 %; dinero (деньги) — 1 / 1,66 %; tierra (земля) — 1 / 1,66 %; naranjo (апельсин) — 1 / 1,66 %	23	38,3 %
Какой	verde (зеленый) — 9 / 15 %; rojo (красный) — 8 / 13,3 %; alegre (веселый) — 5; pequeño (маленький) — 3 / 5 %; rico (богатые) — 3 / 5 %; oscuro (темный) — 2 / 3,33 %; dorado (золотой) — 1 / 1,66 %	31	51,7 %
Делать	atardecer (поздно вечером) — 1 / 1,66 %; mentir (лгать) — 1 / 1,66 %; quemar (жечь) — 1 / 1,66 %	3	5 %
Как	el bien (хорошо) — 3 / 5 %	3	5 %
Словосочетание	—	—	—
Прочее	—	—	—
Всего		60	100 %

Таблица 4

Соотношение семантических зон ассоциатов на стимул жёлтый (*amarillo, yellow*), %

Зоны	1. Эквадорцы (испанский язык)	2. Американцы (английский язык)	3. Испанцы (испанский язык)
Кто (человек)	0,66	0,00	0,00
Что	98,68	100,00	38,30
Какой	0,00	0,00	51,70
Делать	0,00	0,00	5,00
Как	0,66	0,00	5,00
Словосочетание	0,00	0,00	0,00
Прочее	0,00	0,00	0,00

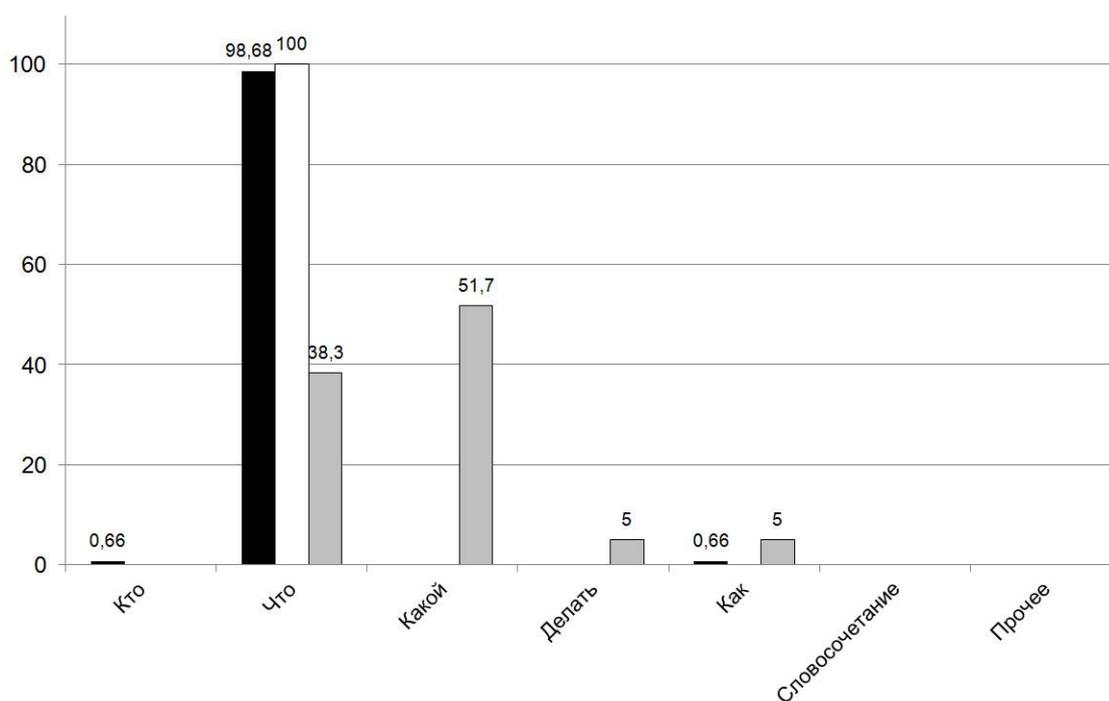


Рис. 1. Соотношение семантических зон ассоциатов на стимул жёлтый (*amarillo, yellow*), %  
Прим. ■ — эквадорцы (испанский яз.), □ — американцы (английский яз.), ■ — испанцы (испанский яз.)

У эквадорцев (см. табл. 1) большинство ассоциаций сосредоточено вокруг положительных абстрактных понятий, связанных с мирной жизнью, таких как радость, надежда. В эту же группу включаются такие понятия, как солнце, птенчик и жираф как символ желтого цвета. Остальные ассоциации в основном предметны и лишены положительных или отрицательных коннотаций.

В отличие от эквадорцев, у американцев большинство ассоциаций — предметные без коннотаций и с положительными коннотациями; абстрактные понятия тоже присутствуют, но их совсем немного (см. табл. 2).

Для испанцев желтый цвет ассоциируется с абстрактными понятиями, такими как счастье, радость и веселье (см. табл. 3).

Результаты сопоставления приведены в таблице 4 и на рисунке 1.

Рисунок 1 показывает, что, помимо уже упомянутых, имеются и сходства, и различия в структуре ассоциативного поля стимула *белый* (*amarillo, yellow*) у эквадорцев, испанцев и американцев. В зоне *кто* присутствует единичная ассоциация только у эквадорцев, желтый цвет для них ассоциируется с китайцами. В зоне *что* ассоциации у всех трех групп частично схожи. Для эквадорцев, как и для американцев, желтым является в первую очередь *sol* и *sun* — «солнце» (34,44 % —

эквадорцы, 36,7 % — американцы). Для испанцев желтый — это также символ света, огня и счастья. Самой частотной ассоциацией у испанцев является *luz* (*свет*; 7 — 11,67 %) и  *fuego* (*огонь*; 4 — 6,67 %). В отличие от эквадорцев и испанцев, у американцев ассоциации более конкретные: *duck* (*утка*; 15 — 9,03 %); *wheat* (*пшеница*; 14 — 8,43 %); *sunflower* (*подсолнух*; 12 — 7,23 %). Следует также отметить, что из трех групп для группы испанцев ассоциаты желтого цвета зафиксированы в наибольшем количестве зон, а у американцев — в наименьшем. В зоне *какой* у эквадорцев и американцев реакций не последовало. Испанцы же при ответе на вопрос «какой?» и предъявлении слова-стимула «желтый» данный цвет вообще проигнорировали и отметили совершенно другие цвета, поэтому у испанцев в зону *какой* вошли разные цвета: *verde* (*зеленый*; 9 — 15 %) и *rojo* (*красный*; 8 — 13,3 %).

В таблицах 5—7 приведены результаты ассоциативного эксперимента для стимула «синий». Среди первичных ассоциаций у всех групп испытуемых синий сопоставляется с водой: *океан, море, река* — и это совпадает с классической картиной, выявленной посредством анализа в цветообозначающей лексике соответствующих языков.

Таблица 5

Эквадорцы (испанский язык), стимул *azul* (*синий*)

Зоны	Ассоциаты	Всего	
Кто (человек)	príncipe (принц) — 2 / 0,66 %;	2	0,66 %
Что	mar (море) — 110 / 36,42 %; cielo (небо) — 72 / 23,84 %; Emelec («Эмелек», местная футбольная команда) — 33 / 10,9 %; oceano (океан) — 21 / 6,95 %; Facebook («Фейсбук») — 10 / 3,31 %; agua (вода) — 8 / 2,65 %; ojos (глаза) — 6 / 1,99 %; pajarito (птичка) — 6 / 1,99 %; playa (пляж) — 6 / 1,99 %; auto (авто) — 3 / 0,99 %; esfera (сфера) — 2 / 0,66 %; futbol (футбол) — 2 / 0,66 %; jean (джинсы) — 2 / 0,66 %; mes (месяц) — 2 / 0,66 %; pajarito (птица) — 2 / 0,66 %; pantalon (брюки) — 2 / 0,66 %; piscina (бассейн) — 2 / 0,66 %; pluma (перо) — 2 / 0,66 %; romantica (романтика) — 2 / 0,66 %; vestido (платье) — 2 / 0,66 %; zafiro (сапфир) — 2 / 0,66 %; mi color favorito (мой любимый цвет) — 1 / 0,33 %; reloj (часы) — 1 / 0,33 %	299	99 %
Какой	—	—	—
Делать	—	—	—
Как	—	—	—
Словосочетание	—	—	—
Прочее	no me gusta azul (мне нравится синий) — 1 / 0,33 %	1	0,33 %
Всего		302	100 %

Таблица 6

Американцы (английский язык), стимул blue (синий)

Зоны	Ассоциаты (американцы)	Всего	
Кто (человек)	—	—	—
Что (предмет)	sea (море) — 51 / 12,66 %; ocean (океан) — 41 / 24,7 %; sky (небо) — 16 / 9,64 %; pool (бассейн) — 14 / 8,43 %; jeans (джинсы) — 9 / 5,42 %; water (вода) — 8 / 4,8 %; eyes (глаза) — 5 / 3 %; car (машина, автомобиль) — 3 / 1,8 %; pen (ручка) — 3 / 1,8 %; river (река) — 3 / 1,8 %; shoes (туфли) — 3 / 1,8 %; beach (пляж) — 2 / 1,2 %; whale (кит) — 2 / 1,2 %; facebook («Фейсбук») — 1 / 0,6 %; freedom (свобода) — 1 / 0,6 %; pencil (карандаш) — 1 / 0,6 %; power (сила) — 1 / 0,6 %; shorts (шорты) — 1 / 0,6 %	165	99,4 %
Какой	—	—	—
Делать	—	—	—
Как	forever (навсегда) — 1 / 0,6 %	1	0,6 %
Словосочетание	—	—	—
Прочее	—	—	—
Всего		166	100 %

Таблица 7

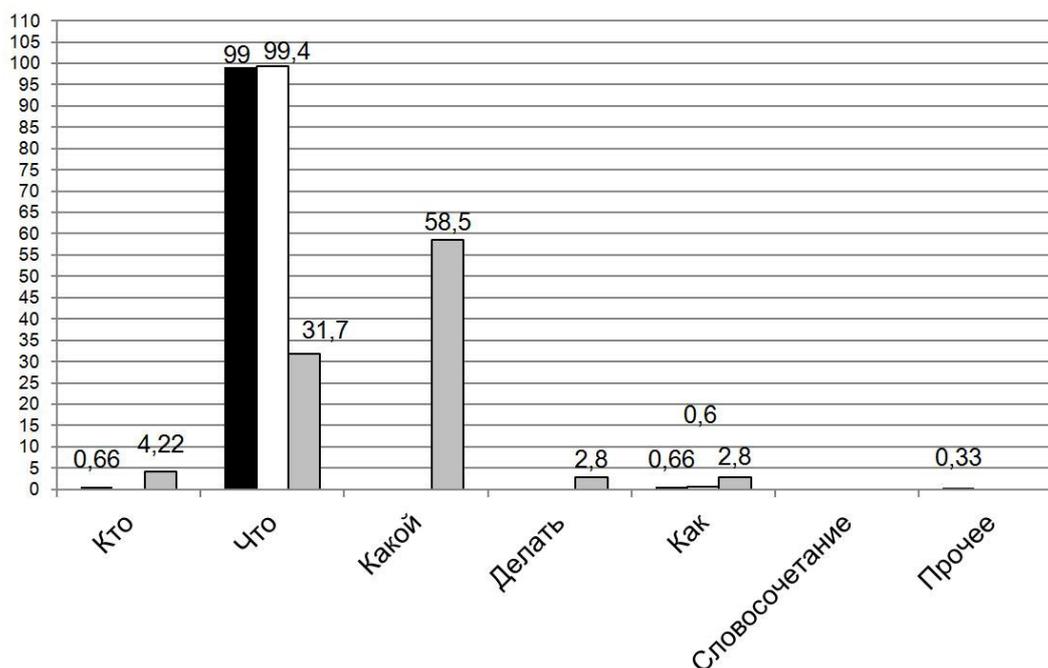
Испанцы (испанский язык), стимул azul (синий)

Зоны	Ассоциаты	Всего	
Кто (человек)	niño (ребенок) — 2 / 1,4 %; familiar (член семьи) — 1 / 0,7 %; hombre (человек) — 1 / 0,7 %; niña (маленькая девочка) — 1 / 0,7 %; tío (дядя) — 1 / 0,7 %	6	4,22 %
Что	ojos (глаза) — 14 / 9,9 %; noche (ночь) — 6 / 4,2 %; río (река) — 5 / 3,52 %; día (день) — 4 / 2,8 %; la mañana (утро) — 3 / 2,11 %; bosque (лес) — 2 / 1,4 %; esperanza (надежда) — 2 / 1,4 %; felicidad (счастье) — 2 / 1,4 %; boca (рот) — 1 / 0,7 %; casa (дом) — 1 / 0,7 %; Dios (Бог) — 1 / 0,7 %; fuerza (сила) — 1 / 0,7 %; luz (свет) — 1 / 0,7 %; palabra (слово) — 1 / 0,7 %; vida (жизнь) — 1 / 0,7 %	45	31,7 %
Какой	rojo (красный) — 29 / 20,42 %; verde (зеленый) — 22 / 15,5 %; agua (вода) — 15 / 10,56 %; negro (черный) — 5 / 3,52 %; blanco (белый) — 4 / 2,8 %; limpio (чистый) — 3 / 2,11 %; grande (большой) — 1 / 0,7 %; hermoso (красивый) — 1 / 0,7 %; inteligente (умный) — 1 / 0,7 %; libre (свободный) — 2 / 1,4 %	83	58,5 %
Делать	prometer (обещать) — 2 / 1,4 %; tener (иметь) — 2 / 1,4 %	4	2,8 %
Как	bien (хорошо) — 3 / 2,11 %; el bien (хорошо) — 1 / 0,7 %	4	2,8 %
Словосочетание	—	—	—
Прочее	—	—	—
Всего		142	100 %

Таблица 8

Соотношение семантических зон ассоциатов на стимул *синий/azul/blue*, %

Зоны	1. Эквадорцы (испанский язык)	2. Американцы (английский язык)	3. Испанцы (испанский язык)
Кто (человек)	0,66	0,00	4,22
Что	99,00	99,40	31,70
Какой	0,00	0,00	58,50
Делать	0,00	0,00	2,80
Как	0,66	0,60	2,80
Словосочетание	0,00	0,00	0,00
Прочее	0,33	0,00	0,00

Рис. 2. Соотношение семантических зон ассоциатов на стимул *синий/azul/blue*

Прим. ■ — эквадорцы (испанский яз.), □ — американцы (английский яз.), ■ — испанцы (испанский яз.)

Результаты сопоставления приведены в таблице 8 и на графике на рисунке 2.

Таблица и график показывают, что в структуре ассоциативного поля стимула *синий (azul, blue)* у эквадорцев, испанцев и американцев имеются сходства и различия. Как и в случае с желтым, из трех групп для группы испанцев зафиксировано для ассоциатов желтого цвета наибольшее количество зон, а у американцев — наименьшее. Однако в целом по сравнению с желтым для синего задействовано больше зон.

В зоне *кто* ассоциаты присутствуют только у испанцев и эквадорцев. У эквадорцев синий вызывает ассоциацию *príncipe* (*принц*; 2 — 0,66 %), что неудивительно, потому что синий — это символический цвет королевской власти. У испанцев же синий ассоциируется с ребенком и членом семьи: *niño* (*ребенок*; 2 — 1,4 %), *familiar* (*член семьи*; 1 — 0,7 %).

Самое большое количество ассоциаций находится в зоне *что*. При этом эквадорцы и американцы продемонстрировали схожие

реакции — 1) эквадорцы: *mar* (*море*; 110 — 36,42 %); *cielo* (*небо*; 72 — 23,84); 2) американцы: *sea* (*море*; 51 — 12,66 %); *ocean* (*океан*; 41 — 24,7 %); *sky* (*небо*; 16 — 9,64 %). Для испанцев же синий цвет ассоциируется с глазами и ночью: *ojos* (*глаза*; 14 — 9,9 %); *noche* (*ночь*; 6 — 4,2 %). Здесь можно увидеть, что синий не только цвет неба, но и цвет ночи, может ассоциироваться с магией, непонятными вещами, колдовством, угнетением и фанатизмом.

В зоне *какой* ассоциации присутствуют только у испанцев, и в эту зону вошли разные цвета: *rojo* (*красный*; 29 — 20,42 %), *verde* (*зеленый*; 22 — 15,5 %), *negro* (*черный*; 5 — 3,52 %) и даже *blanco* (*белый*; 4 — 2,8 %), но не синий. Объяснение этому факту еще предстоит найти.

### Заключение

Сравнение типов ассоциаций по признакам «абстрактные / предметные» и «положи-

тельные / отрицательные / нейтральные» показало, что восприятие желтого цвета испанцами незначительно совпадает с восприятием данного цвета эквадорцами и американцами, для этой группы характерна высокая частотность положительных абстрактных понятий. Что касается спектра и количества предметных значений, то у испанцев они шире, чем у эквадорцев и американцев. У американцев преобладают предметные нейтральные значения. В восприятии синего цвета самые частотные ассоциации оказались схожими для всех групп: они связывали синий цвет с водой и небом (океан, море, река, небо). Это объясняется тем, что синий является символом неба и воды во многих культурах.

Анализ структуры ассоциативного поля по зонам *кто, что, как, какой, действие* и некоторым другим позволил определить соотношение семантических зон и средние проценты по каждой зоне, а также количественный «вес» различных зон. Наибольшей по весу зоной у всех групп испытуемых оказалась зона *что*.

Различие ассоциаций испанцев, эквадорцев и американцев на один и тот же стимул, выявленное в ходе эксперимента, подтверждает тот факт, что история, философия и культура разных народов оказывают влияние на формирование их языкового сознания и языковой картины мира, отражающей своеобразие их взглядов на мир. Между тем другие факторы, например возраст, могут вносить существенные коррективы в классическую лингвоцветовую картину. В этой связи в перспективе исследования было бы интересно сравнить результаты, полученные от молодых испытуемых, с результатами по испытуемым старшего возраста.

Y. V. Inzhivotkina

Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador  
ORCID ID: 0000-0002-4297-2364

✉ *E-mail:* yana.inzhivotkina@ug.edu.ec; bp.ru@mail.ru.

## Blue and Yellow Color Associations in the Consciousness of Native Speakers of English and Spanish

**ABSTRACT.** *Semantic color associations in different cultures have attracted the attention of researchers not once. Within the framework of a culture, a certain color has similar associations, though color associations of different peoples are usually not the same. Each color has its own typical characteristics in the collective linguistic consciousness of a concrete linguistic community. The given article analyzes two colors which can be interpreted as cultural markers (yellow and blue) with a certain cultural significance for many peoples. The purpose of the experiment consisted in the attempt to find out what images emerged in the minds of Spaniards, Ecuadorians and Americans when they were offered a stimulus in the form of the name of a color and to identify the similarities and differences between these images. The images were identified via a free associative experiment and analyzed according to the associative field zones. The results obtained show the similarity and difference in the number of associates and the peculiarities of their distribution across the associative field zones, as well as indicate the divergence from the color-related worldview traditional for the three cultures (which was determined on the basis of reliable associative dictionaries). The Ecuadorians, as well as the Americans, associated the yellow color primarily with the sun; for the Spaniards it was predominantly the symbol of light, fire and happiness. The Americans had more con-*

### ЛИТЕРАТУРА

1. Астахова Я. А. Цветообозначения в русской языковой картине мира : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Астахова Яна Алексеевна. — М., 2014. 234 с.
2. Вежбицка А. Обозначения цвета и универсалии зрительного восприятия // Язык. Культура. Познание / А. Вежбицка. — М. : Русские словари, 1996. С. 231—290.
3. Выготский Л. С. Мышление и речь. — М. : Директ-Медиа, 2014. 570 с.
4. Горошко Е. И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. — Харьков ; Москва : РА — Каравелла, 2001. 320 с.
5. Кудрина А. В. Реконструкция семантических пространств основных цветов на примере трех культур (англоязычной, русскоязычной и немецкоязычной) // Культурно-историческая психология. 2011. № 2. С. 114—124.
6. Маслова В. А. Лингвокультурология. — М. : Академия, 2001. 208 с.
7. Мед Н. Г. Ассоциативные стандарты в испанской и русской оценочной картине мира (на материале лексики и фразеологии) // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. 9. 2008. Вып. 3. Ч. 2. С. 201—203.
8. Месяц С. В. Иоган Вольфганг Гёте и его учение о цвете. Ч. 1. М. : Кругъ, 2012. 464 с.
9. Русский ассоциативный словарь. В 2 т. Т. 1. От стимула к реакции / Ю. Н. Караулов, Г. А. Черкасова, Н. В. Уфимцева, Е. Ф. Тарасов, Ю. А. Сорокин. — М. : АСТ : Астрель, 2002. 784 с.
10. Русский ассоциативный словарь. В 2 т. Т. 2. От реакции к стимулу / Ю. Н. Караулов, Г. А. Черкасова, Н. В. Уфимцева, Е. Ф. Тарасов, Ю. А. Сорокин. — М. : АСТ-Астрель, 2002. — 992 с.
11. Санчес Пуиг М., Караулов Ю. Н., Черкасова Г. А. Ассоциативные нормы испанского и русского языка. — М. ; Мадрид : Азбуковник, 2001. 496 с.
12. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. — М., 1993. 270 с.
13. Тарасов Е. Ф., Тарасова М. Е. Исследование ассоциативных полей представителей разных культур // Ментальность россиян (специфика сознания больших групп населения России) / под общ. ред. И. Г. Дубова. — М. : Имидж-контакт, 1997. С. 253—257.
14. Электронный ассоциативный словарь английского языка [Электронный ресурс]. URL: [http://it-claim.ru/Anna/public/Public\\_Statya/EIAssotsSlovarAngl/EIAssotSlovarAngl.htm](http://it-claim.ru/Anna/public/Public_Statya/EIAssotsSlovarAngl/EIAssotSlovarAngl.htm) (дата обращения: 14.02.2019).
15. Hallock J. Colour Assignment [Electronic Resource]. 2007. URL: <http://www.joehallock.com/edu/COM498/preferences.html>.

crete associations: “duck”, “wheat”, and “sunflower”. The blue color was associated by all groups of those interviewed first of all with water and the sky; for Ecuadorians it was also a symbol of the Royal power; for Spaniards it was symbolically associated with the child or member of the family.

**KEYWORDS:** yellow color; blue color; linguistic consciousness; linguistic worldview; nationally specific concepts; associative experiments; associative fields; native speakers; English; Spanish.

**AUTHOR'S INFORMATION:** Inzhivotkina Yana Viktorovna, English Teacher, Faculty of Social Communication, University of Guayaquil (Universidad de Guayaquil), Guayaquil, Ecuador.

**FOR CITATION:** Inzhivotkina, Y. V. Blue and Yellow Color Associations in the Consciousness of Native Speakers of English and Spanish / Y. V. Inzhivotkina // Political Linguistics. — 2019. — No 4 (76). — P. 73-82. — DOI 10.26170/pl19-04-09.

#### REFERENCES

1. Astakhova Ya. A. Color Designations in the Russian Linguistic Picture of the World : thesis. ... of Cand. of Philol. Sciences : 10.02.01 / Astakhova Yana Alekseevna. — Moscow, 2014. 234 s. [Tsvetooboznacheniya v russkoy yazykovoy kartine mira : dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.01 / Astakhova Yana Alekseevna. — M., 2014. 234 s.]. — (In Rus.)
2. Vezhbitska A. Designations of Color and the Universal of Visual Perception // Language. The culture. Cognition / A. Vezhbitsky. — Moscow : Russian dictionaries, 1996. P. 231—290. [Oboznacheniya tsveta i universalii zritel'nogo vospriyatiya // Yazyk. Kul'tura. Poznanie / A. Vezhbitska. — M. : Russkie slovari, 1996. S. 231—290]. — (In Rus.)
3. Vygotskiy L. S. Thinking and Speech. — Moscow : Direkt Media, 2014. 570 p. [Myshlenie i rech']. — M. : Direkt-Media, 2014. 570 s.]. — (In Rus.)
4. Goroshko E. I. Integrative Model of a Free Associative Experiment. — Kharkov ; Moscow : RA — Caravel, 2001. 320 p. [Integrativnaya model' svobodnogo assotsiativnogo eksperimenta. — Khar'kov ; Moskva : RA — Karavella, 2001. 320 s.]. — (In Rus.)
5. Kudrina A. V. Reconstruction of Semantic Spaces of Primary Colors by the Example of Three Cultures (English, Russian and German) // Cultural-historical Psychology. 2011. No. 2. P. 114—124. [Rekonstruktsiya semanticheskikh prostranstv osnovnykh tsvetov na primere trekh kul'tur (angloyazychnoy, russkoyazychnoy i nemetskoyazychnoy) // Kul'turno-istoricheskaya psikhologiya. 2011. № 2. S. 114—124]. — (In Rus.)
6. Maslova V. A. Linguoculturology. — Moscow : Academy, 2001. 208 p. [Lingvokul'turologiya. — M. : Akademiya, 2001. 208 s.]. — (In Rus.)
7. Med N. G. Associative Standards in the Spanish and Russian Appraisal Picture of the World (on the material of vocabulary and phraseology) // Heraldo of the St. Petersburg Univ. Ser. 9. 2008. Vol. 3. Part 2. P. 201—203. [Assotsiativnye standarty v ispanskoj i russkoy otsenочноj kartine mira (na materiale leksiki i frazeologii) // Vestn. S.-Peterb. un-ta. Ser. 9. 2008. Vyp. 3. Ch. 2. S. 201—203]. — (In Rus.)
8. Mesyats S. V. Johann Wolfgang Goethe and His Doctrine of Color. Part 1. — Moscow : Krug, 2012. 446 s. [Logan Vol'fgang Gete i ego uchenie o tsvete. Ch. 1. M. : Krug", 2012. 464 s.]. — (In Rus.)
9. Russian Associative Dictionary. In 2 volumes. Vol. 1. From the stimulus to the reaction / Yu. N. Karaulov, G. A. Cherkasova, N. V. Ufimtseva, E. F. Tarasov, Yu. A. Sorokin. — Moscow : AST: Astrel, 2002. 784 p. [Russkiy assotsiativnyy slovar'. V 2 t. T. I. Ot stimula do reaktsii / Yu. N. Karaulov, G. A. Cherkasova, N. V. Ufimtseva, E. F. Tarasov, Yu. A. Sorokin. — M. : AST : Astrel', 2002. 784 s.]. — (In Rus.)
10. Russian Associative Dictionary : [2 vols.]. Vol. 2: From the reaction to the stimulus / Yu. N. Karaulov, G. A. Cherkasova, N. V. Ufimtseva, E. F. Tarasov, Yu. A. Sorokin. — Moscow : AST-Astrel, 2002. 992 p. [Russkiy assotsiativnyy slovar': [V 2 t.]. — T. II : Ot stimula do reaktsii [Tekst] / Yu. N. Karaulov, G. A. Cherkasova, N. V. Ufimtseva, E. F. Tarasov, Yu. A. Sorokin. — M. : AST-Astrel', 2002. — 992 s.]. — (In Rus.)
11. Sanches Puig M., Karaulov Yu. N., Cherkasova G. A. Associative Norms of Spanish and Russian. — Moscow ; Madrid : ABC Book, 2001. 496 p. [Assotsiativnye normy ispanskogo i russkogo yazyka. — M. ; Madrid : Azbukovnik, 2001. 496 s.]. — (In Rus.)
12. Sapir E. Selected Works on Linguistics and Cultural Studies. — Moscow, 1993. 270 p. [Izbrannye trudy po yazykoznaniiyu i kul'turologii. — M., 1993. 270 s.]. — (In Rus.)
13. Tarasov E. F., Tarasova M. E. Study of Associative Fields of Representatives of Different Cultures // Mentality of Russians (specificity of consciousness of large groups of the population of Russia) / under the general. ed. of I. G. Dubova. — Moscow : Image Contact, 1997. P. 253—257. [Issledovanie assotsiativnykh polej predstaviteley raznykh kul'tur // Mental'nost' rossiyan (spetsifika soznaniya bol'shikh grupp naseleniya Rossii) / pod obshch. red. I. G. Dubova. — M. : Imidzh-kontakt, 1997. S. 253—257]. — (In Rus.)
14. Electronic Associative Dictionary of the English Language [Electronic resource]. [Elektronnyy assotsiativnyy slovar' angliyskogo yazyka]. URL: [http://it-claim.ru/Anna/public/Public\\_Statya/ElAssotsSlovarAngl/ElAssotSlovarAngl.htm](http://it-claim.ru/Anna/public/Public_Statya/ElAssotsSlovarAngl/ElAssotSlovarAngl.htm) (date of access: 14.02.2019).
15. Hallock J. Colour Assignment [Electronic Resource]. 2007. URL: <http://www.joehallock.com/edu/COM498/preferences.html>.