

## Цвета эмоций: экспериментальное исследование ассоциативных связей в современном русском языке

**Грибер Юлия Александровна**

доктор культурологии

профессор, Смоленский государственный университет

214000, Россия, Смоленская область, г. Смоленск, ул. Пржевальского, 4

✉ [y.griber@gmail.com](mailto:y.griber@gmail.com)



**Йонаускайте Домцелле**

PhD, научный сотрудник Института психологии Лозаннского университета

CH-1015, Швейцария, г. Lausanne, ул. Géopolis, 4129

✉ [domicelle.jonauskaite@unil.ch](mailto:domicelle.jonauskaite@unil.ch)



**Мор Кристин**

PhD, профессор Института психологии Лозаннского университета

CH-1015, Швейцария, г. Lausanne, ул. Géopolis, 4117

✉ [christine.mohr@unil.ch](mailto:christine.mohr@unil.ch)



[Статья из рубрики "Язык"](#)

### Аннотация.

Предметом исследования является анализ ассоциативных связей между 20 эмоциональными концептами (заинтересованность, веселость, гордость, радость, удовольствие, удовлетворенность, восхищение, любовь, облегчение, сострадание, грусть, чувство вины, сожаление, стыд, разочарование, страх, отвращение, презрение, ненависть, гнев) и 12 основными цветонаименованиями русского языка (красный, оранжевый, желтый, зеленый, голубой, синий, фиолетовый, коричневый, розовый, серый, черный и белый). Исследование направлено на то, чтобы (1) установить хроматическое и ахроматическое значение эмоций; (2) определить синтагматические и парадигматические отношения между цветовыми ассоциациями; (3) провести лингвокультурологическую экспертизу национальной специфики выявленных ассоциативных связей. Представленные в статье данные собирались в ходе он-лайн эксперимента, в котором приняли участие 103 носителя русского языка (63 женщины и 40 мужчин; средний возраст участников – 36,5 лет, min – 19, max – 78, sd=16,7). Для анализа эмоций в исследовании использовалось «Женевское колесо эмоций» («Geneva Emotion Wheel», GEW, версия 3.0) – инструмент для самооценки эмоциональных переживаний, связанных с определенными событиями. Эксперимент подтвердил существование в русской культуре корреляции между светлотой цвета и валентностью эмоций: положительные эмоции, участники эксперимента, как правило, окрашивали в светлые цвета, а для отрицательных выбирали темные. Наиболее близкими оказались эмоциональные значения желтого и оранжевого, голубого и зеленого, красного и розового, черного и серого цветов. Эти же пары наиболее часто встречались вместе в

составе цветковых образов.

**Ключевые слова:** цвет, цветонаименование, эмоция, русский язык, ассоциативная связь, эксперимент, Женевское колесо эмоций, кросс-культурное исследование, эмоциональное значение, основные цветонаименования

**DOI:**

10.25136/2409-8698.2019.1.28892

**Дата направления в редакцию:**

06-02-2019

**Дата рецензирования:**

06-02-2019

**Дата публикации:**

08-02-2019

*Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФФИ научного проекта № 17-29-09145 «Картография цвета: диагностика развития цветонаименований русского языка с использованием естественно-научных, историографических, социологических и психологических методов». Исследование Домицеле Йонаускайте поддержано грантом фонда Swiss National Science Foundation (POLAP1\_175055)*

Многочисленные исследования показывают наличие связи между цветообозначениями и эмоциональными концептами. В частности, установлены достаточно устойчивые ассоциации светлых цветов (напр., белого, розового) с положительными эмоциями (напр., такими, как счастье или радость), а темных (напр., черного, коричневого) – с отрицательными (напр., такими, как страх или грусть) (см. напр.: [20; 22; 24; 30]). В различных культурах выявлены заметные ассоциации красного цвета с гневом, черного – со страхом [23], синего – с печалью, желтого – со счастьем [21].

В то же время, большинство проведенных исследований подчеркивают гетерогенный характер уже установленных ассоциативных связей (см., напр.: [14]). Одна и та же эмоция часто приобретает принципиально различные цветовые ассоциации в различных культурах (напр., зависть у американцев, как правило, ассоциируется с зеленым, у немцев – с желтым, а у поляков – с фиолетовым цветом [23]). Наоборот, один и тот же цвет даже в одной культуре может иметь аффективные коннотации с противоположными валентностями (напр., негативная валентность красного цвета включает ассоциации с опасностью, гневом, агрессией [19], а существующая одновременно с ней позитивная – ассоциации с радостью [18] и любовью [17]).

Продолжая традицию изучения гетерогенной связи между цветами и эмоциями в различных культурах, настоящее исследование направлено на то, чтобы провести оценку ассоциативных связей между эмоциональными концептами и основными цветонаименованиями русского языка и (1) установить хроматическое и ахроматическое

значение эмоций; (2) определить синтагматические и парадигматические отношения между цветовыми ассоциациями; (3) провести лингвокультурологическую экспертизу национальной специфики выявленных ассоциативных связей.

Представленные в статье данные собирались в ходе он-лайн эксперимента (см. подр.: [\[25\]](#)), размещенного на сайте Института психологии Лозаннского университета [\[7\]](#).

Для анализа эмоций в исследовании использовалось «Женевское колесо эмоций» («Geneva Emotion Wheel», GEW, версия 3.0) (рис. 1) – инструмент для самооценки эмоциональных переживаний, связанных с определенными событиями [\[28; 29\]](#).

Английская версия колеса эмоций была предоставлена Женевским центром психологических исследований [\[31\]](#). Для эксперимента с русскоязычными участниками все названия эмоций и инструкции были переведены на русский язык. Для проверки точности передачи значений на другом языке использовался метод обратного перевода. Сначала один переводчик (билингв, владеющий русским и английским языками) переводил названия эмоций на русский язык. Переведенный список передавался второму переводчику (билингву, владеющему русским и английским языками), который переводил названия эмоций, наоборот, с английского языка на русский. Затем два варианта перевода (исходный и обратный) сравнивались друг с другом. Расхождения обсуждались и дорабатывались дополнительно.

В дизайне инструментария использовался метафорический образ колеса, отраженный и в названии метода. По кругу, образуя обруч колеса, располагались 20 эмоций: заинтересованность, веселость, гордость, радость, удовольствие, удовлетворенность, восхищение, любовь, облегчение, сострадание, грусть, чувство вины, сожаление, стыд, разочарование, страх, отвращение, презрение, ненависть, гнев (рис. 1). В центр колеса от каждой эмоции вели «спицы», образованные пятью уменьшающимися в размерах окружностями. Каждая «спица» колеса обозначала не только указанную эмоцию, например, «Гнев», но также родственные ей эмоции (например, сильное раздражение, вариант гнева). Размер окружностей позволял передавать интенсивность выбранных эмоций. Маленькие круги обозначали более слабые эмоции, большие – более сильные.

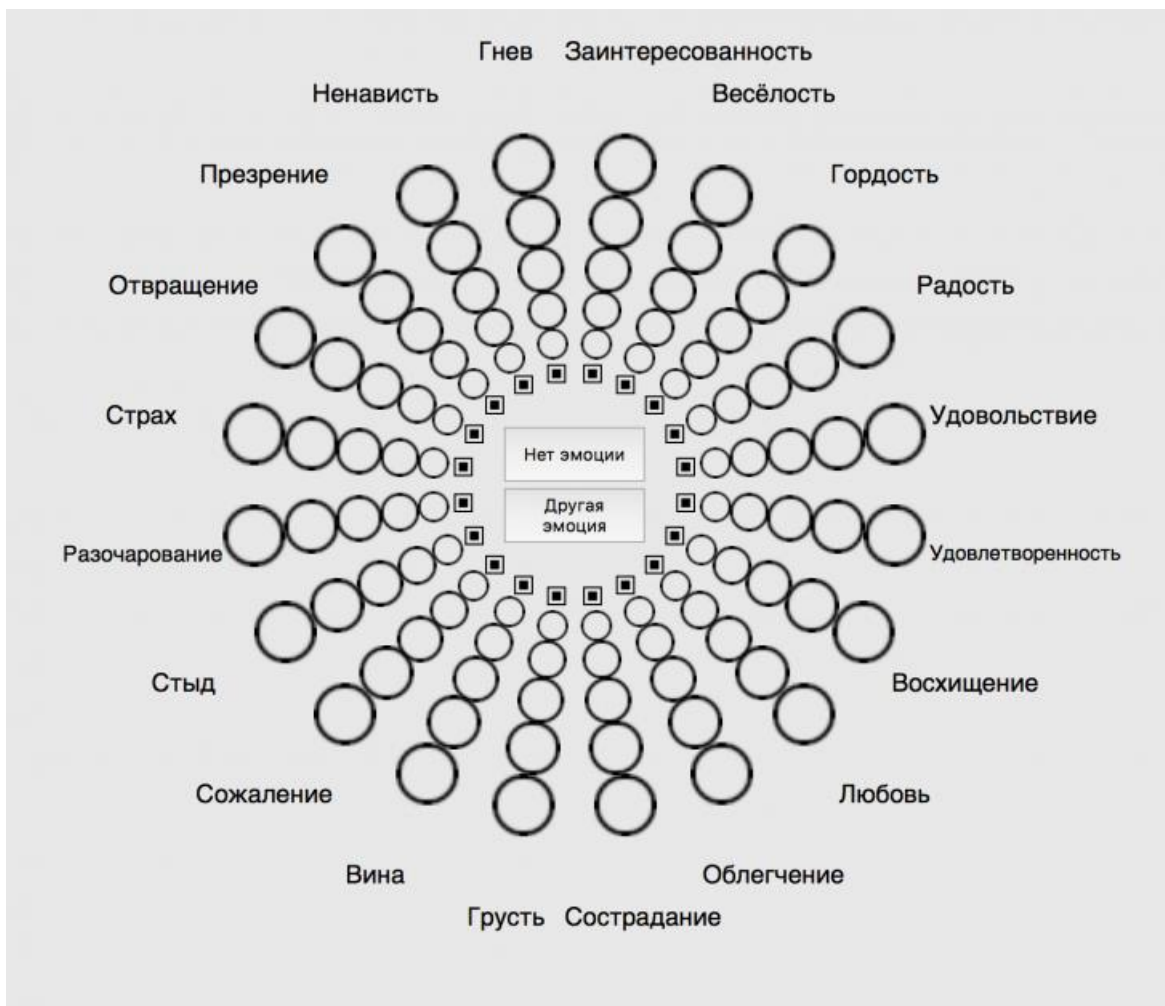


Рис. 1. Женевское колесо эмоций

В ходе эксперимента каждому участнику последовательно, в случайном порядке показывали на экране компьютера названия основных цветоименований русского языка (красный, оранжевый, желтый, зеленый, голубой, синий, фиолетовый, коричневый, розовый, серый, черный и белый) (см. подр.: [16; 27]), просили указать в «колесе» одну или несколько эмоций, которые у них ассоциировались с этим термином цвета, и с помощью размера выбранной окружности передать их интенсивность.

Если у участника эксперимента с предложенным колоронимом не ассоциировалась никакая из двадцати эмоций, указанных в «колесе», он мог нажать кнопку «Нет эмоции». Если названный цвет ассоциировался с какой-то другой эмоцией, которой не было в «колесе», можно было нажать кнопку «Другая эмоция» и указать свои варианты в появившемся на экране диалоговом окне.

Маленькие квадратные кнопки в центре колеса позволяли участнику исправить уже введенный ответ, например, выбрать другую эмоцию или изменить интенсивность.

В конце эксперимента участников просили предоставить социально-демографическую информацию: указать свой возраст, пол, место жительства и особенности цветового зрения.

Методология эксперимента, основанная на теоретической классификации эмоций, верифицированной в ходе эмпирических исследований [28], позволяла не только оценивать отдельные эмоции, но и объединять их в группы по валентности (положительная или отрицательная) и интенсивности (сильная или слабая) для

последующего анализа.

В исследовании приняли участие 103 респондента (63 женщины и 40 мужчин), которые родились и постоянно проживают на территории Российской Федерации. Средний возраст участников – 36,5 лет (min – 19, max – 78, sd=16,7).

Выборочная совокупность формировалась с помощью комбинированной стратегии. На первом этапе (n=50) использовалась простая случайная бесповторная выборка. Далее применялась стратегия типической выборки, стратифицированной по возрасту, и осуществлялся направленный рекрутинг участников до выполнения необходимых условий репрезентативности возрастных групп.

В результате в эксперименте приняли участие респонденты из трех различных возрастных групп: 49 человек в возрасте от 18 до 30 лет, 26 – в возрасте от 30 до 50 лет, еще 28 участников – старше 50 лет.

В среднем каждый из участников связывал с одним цветом 2,46 эмоции (min=2,07; max=3,08) (рис. 2).

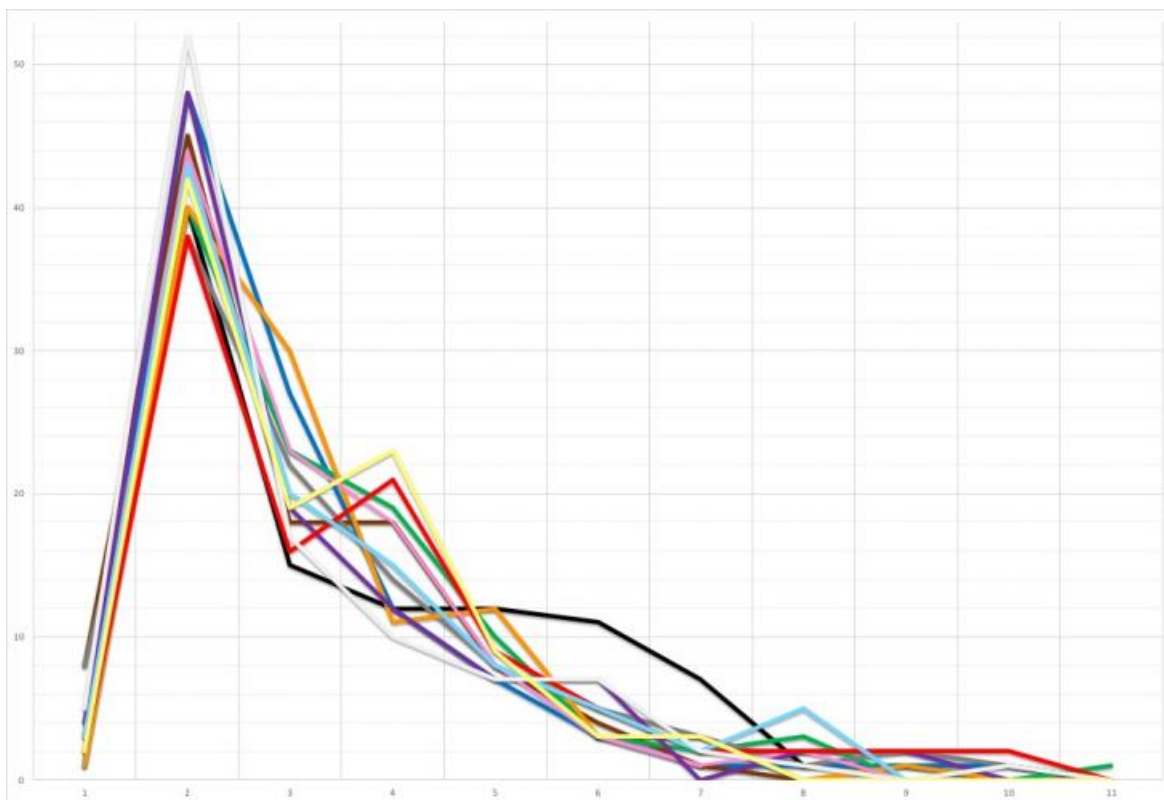


Рис. 2. Количество эмоций, связанных с цветом

Наиболее популярными оказались положительные эмоции (рис. 3): радость (254 выбора), веселость (217 выборов), восхищение (210 выборов), удовольствие (208 выборов), заинтересованность (203 выбора), удовлетворенность (202 выбора). Почти половина участников ни разу не выбрали для обозначения эмоциональной связи ненависть, сострадание, отвращение, стыд.

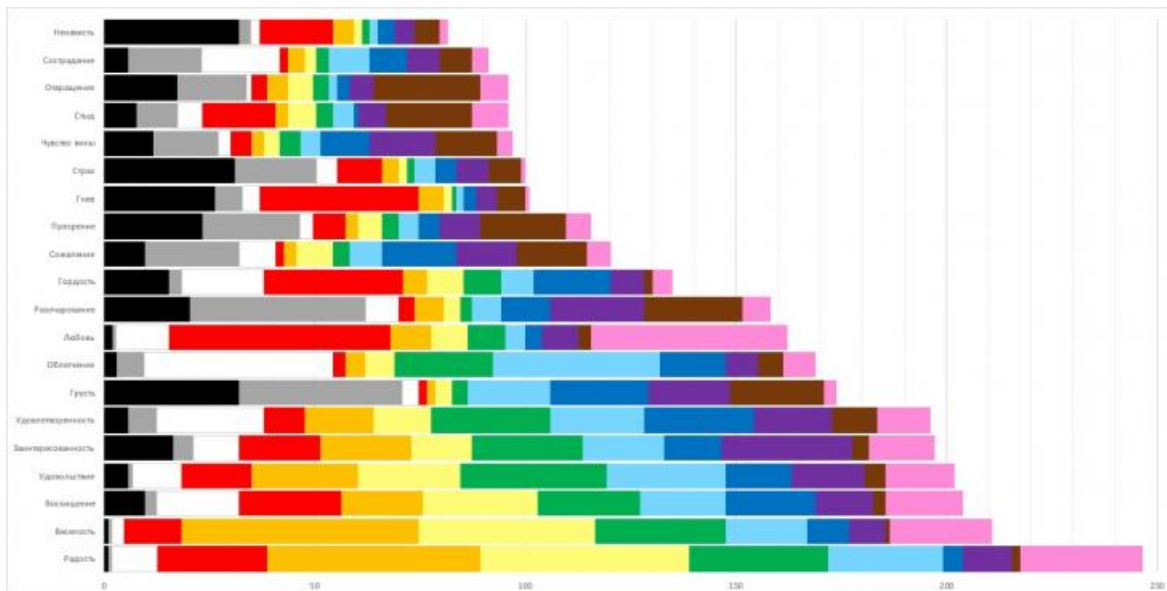


Рис. 3. Популярность эмоций (в процентах)

Рейтинг популярности, сформированный хроматическими цветами, за исключением нескольких небольших перестановок, повторял общий рейтинг. Наиболее интенсивные связи (со значением >2) зафиксированы между положительными эмоциями и «теплыми» цветами: веселостью и оранжевым цветом (средняя интенсивность таких ассоциаций составила 2,42), любовью и красным цветом (средняя интенсивность 2,39), радостью и желтым и оранжевым цветом (средняя интенсивность 2,17 и 2,07 соответственно). Сильные ассоциации (с интенсивностью в диапазоне от 1 до 2) с определенными цветами установлены для 14 из 20 эмоций. Среди них – ассоциативная связь веселости с желтым цветом (средняя интенсивность 1,81), гнева – с красным и черным цветом (средняя интенсивность 1,72 и 1,10 соответственно), разочарования – с серым цветом (средняя интенсивность 1,52), страха и ненависти – с черным цветом (средняя интенсивность по 1,26), удовлетворенности – с зеленым, синим и белым цветом (средняя интенсивность 1,18; 1,09 и 1,06 соответственно). Рассеянными оказались лишь цветовые ассоциации с состраданием, презрением, отвращением, чувством вины, сожалением и стыдом (табл. 1).

Таблица 1

Интенсивность ассоциативных связей

	Черный	Синий	Коричневый	Зеленый	Серый	Оранжевый	Розовый	Фиолетовый	Красный	Голубой	Белый	Желтый
Восхищение	0,39	0,88	0,12	0,89	0,11	0,80	0,56	0,58	0,98	0,70	0,83	1,04
Веселость	0,04	0,34	0,04	1,30	0,04	2,42	0,98	0,31	0,53	0,72	0,09	1,81
Гнев	1,10	0,10	0,21	0,04	0,18	0,14	0,03	0,18	1,72	0,04	0,17	0,06
Сострадание	0,20	0,28	0,25	0,11	0,57	0,11	0,14	0,26	0,05	0,29	0,77	0,11
Презрение	0,94	0,18	0,71	0,13	0,85	0,09	0,25	0,32	0,22	0,17	0,12	0,17
Удовлетворенность	0,22	1,09	0,42	1,18	0,19	0,66	0,46	0,70	0,36	0,88	1,06	0,50
Разочарование	0,78	0,47	0,72	0,11	1,52	0,21	0,21	0,78	0,09	0,20	0,23	0,13
Отвращение	0,62	0,10	0,93	0,15	0,63	0,16	0,29	0,19	0,13	0,06	0,03	0,20
Страх	1,26	0,12	0,19	0,07	0,59	0,15	0,03	0,23	0,31	0,14	0,13	0,10
Чувство вины	0,43	0,50	0,47	0,14	0,48	0,09	0,10	0,51	0,15	0,15	0,12	0,17
Ненависть	1,26	0,15	0,21	0,06	0,10	0,19	0,06	0,15	0,67	0,05	0,07	0,05
Заинтересованность	0,74	0,52	0,14	1,01	0,21	0,83	0,51	1,32	0,79	0,72	0,42	0,46
Радость	0,05	0,17	0,07	1,39	0,02	2,07	1,13	0,43	1,06	1,02	0,45	2,17
Любовь	0,07	0,15	0,09	0,33	0,04	0,31	1,88	0,27	2,39	0,17	0,51	0,24
Удовольствие	0,25	0,66	0,19	1,48	0,04	1,03	0,60	0,71	0,59	1,08	0,42	0,99
Гордость	0,64	0,83	0,08	0,35	0,09	0,18	0,14	0,23	1,43	0,27	0,72	0,31
Сожаление	0,34	0,66	0,54	0,13	0,76	0,11	0,17	0,50	0,07	0,28	0,29	0,33
Облегчение	0,13	0,72	0,17	0,96	0,24	0,15	0,26	0,25	0,09	1,58	1,80	0,29
Грусть	1,11	0,93	0,79	0,11	1,57	0,04	0,10	0,68	0,05	0,62	0,17	0,08
Стыд	0,24	0,03	0,70	0,13	0,34	0,10	0,30	0,17	0,69	0,20	0,19	0,18

Практически полностью совпала структура связей с эмоциями желтого и оранжевого цветов (рис. 4, слева). Чаще всего эти цвета ассоциировались с веселостью, радостью и восхищением.

Схожей оказалась структура связей с эмоциями зеленого и голубого цветов (рис. 4, справа). Оба цвета использовались участниками эксперимента для выражения удовольствия (35 и 28% соответственно), радости (33 и 27%), веселости (31 и 19%), удовлетворенности (28 и 22%), заинтересованности (26 и 19%), облегчения (23 и 40%). Исключение составила только одна эмоция – грусть, связь с которой отчетливо проявилась в профиле голубого цвета (19%), но полностью отсутствовала среди ассоциаций с зеленым.



Рис. 4. Структура связей с эмоциями желтого и оранжевого (слева), голубого и зеленого цветов (справа)

Значения красного и розового цвета (рис. 5, слева ) совпадали при выражении любви (52 и 47% соответственно), радости (26 и 29%), заинтересованности (19 и 16%), веселости (13 и 24%). Однако красный при этом имел дополнительные сильные связи с гневом (38%), гордостью (33%), ненавистью (17%), стыдом (17%), которые полностью отсутствовали у розового.

Коричневый цвет (рис. 5, справа ) в контексте эмоциональных ассоциаций представляет собой своего рода антоним всех трех обозначенных пар: красного и розового, желтого и оранжевого, зеленого и голубого цветов. В эксперименте он использовался для передачи эмоциональных значений, отсутствующих в профилях этих концептов – отвращения, разочарования, стыда, презрения, грусти, чувства вины.

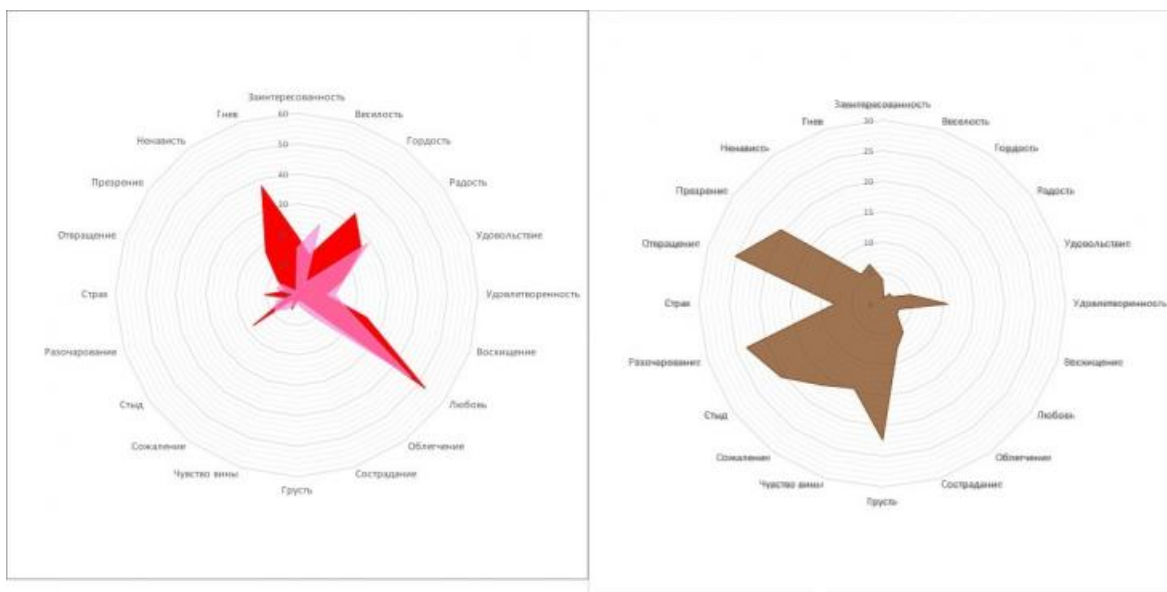


Рис. 5. Структура связей красного, розового (слева) и коричневого (справа) цветов

Синий и фиолетовый цвета по своему значению оказались наиболее гетерогенными (рис. 6 ) и, по данным эксперимента, ассоциативно связывались как с положительными эмоциями (заинтересованностью, удовлетворенностью, облегчением), так и с отрицательными (разочарованием, сожалением, стыдом, грустью). Полученный



амбивалентный профиль согласуется с данными о том, что в русской культуре синий цвет, по своему символическому значению, с одной стороны, является символом доброты, верности, постоянства, расположения, и в геральдическом языке обозначает целомудрие, честность, добрую славу и верность [13, с. 70], однако, с другой стороны – похож на черный и используется для выражения печали и горя [13, с. 69]. В отличие от вполне терпимого отношения к нему других европейских культур, в русской культуре синий в течение долгого времени сохранял в целом отрицательную коннотацию. Не случайно, по мнению ряда исследователей (см., напр.: [3, с. 44-49]), средняя полоса российского флага имеет именно голубой, а не синий цвет, в то время как в подавляющем большинстве флагов мира присутствует именно синий, который, как считают, символизирует свободу, объединение, принадлежность большому целому.



Рис. 6. Структура связей синего (слева) и фиолетового (справа) цветов

Ахроматическое обозначение эмоций существенно отличалось от полученного общего распределения (рис. 7). Здесь, наоборот, наиболее популярными оказались негативные эмоции: грусть (77 выборов), разочарование (72 выбора), страх (57 выборов).

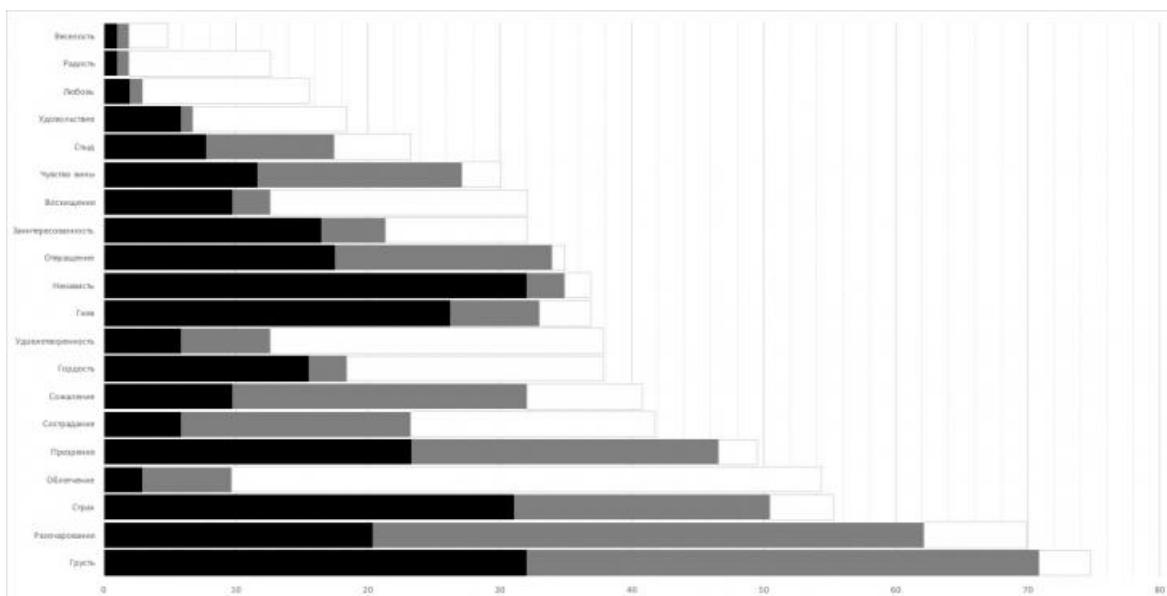


Рис. 7. Ахроматическое обозначение эмоций (в процентах)

Белый цвет практически не пересекался в своих эмоциональных значениях с черным и серым (рис. 8). Участники эксперимента в основном использовали его для обозначения положительных эмоций – облегчения (45%), удовлетворенности (25%), гордости (19%), восхищения (19%). Исключением стало лишь сострадание, для выражения которого белый использовался практически так же часто, как и серый (18,5 и 17,5 % соответственно).

Отрицательное эмоциональное значение черного цвета совпало с серым при выражении грусти (39 и 32% соответственно), презрения (по 23%), отвращения (17,5 и 16,5%), стыда (8 и 10%). Серый гораздо чаще, чем черный, ассоциировался с разочарованием (42 и 20% соответственно) и сожалением (22 и 10%). Черный не пересекался с серым в выражении ненависти (32%), гнева (26%), заинтересованности (16,5%).

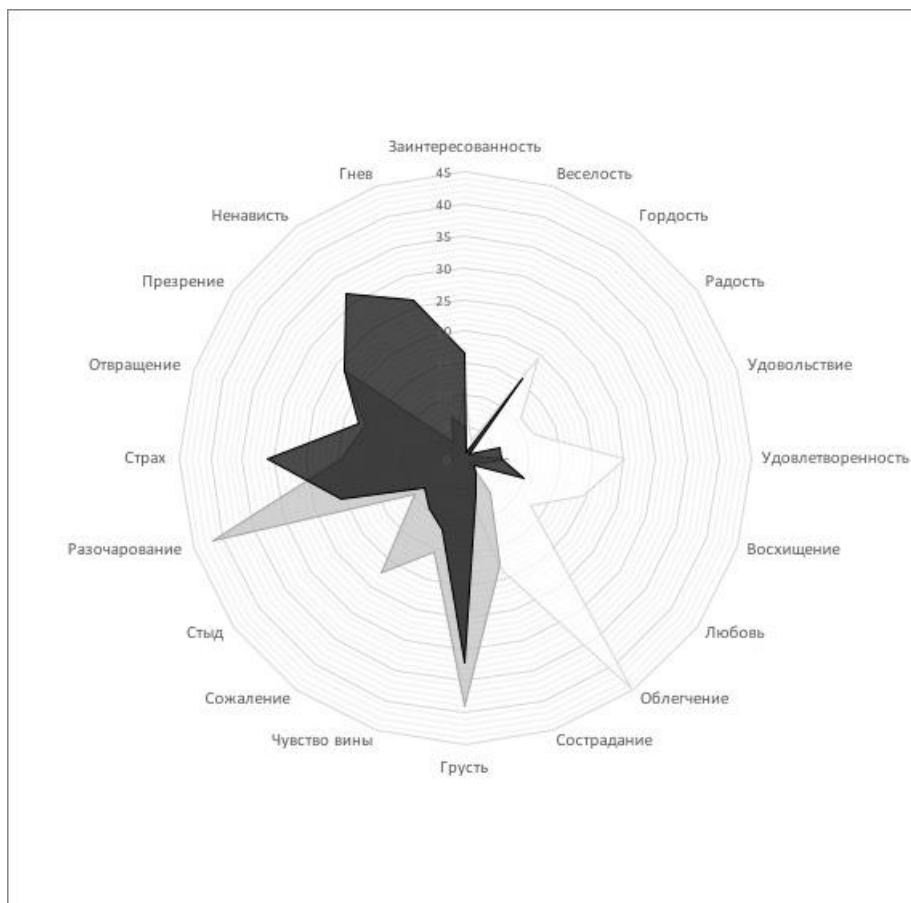


Рис. 8. Эмоциональные значения ахроматических цветов

Чтобы выявить национальную специфику цветовых ассоциаций, мы сравнили данные российских респондентов с частотными распределениями ответов участников из трех других стран, произвольно выбранных из общего объема собранных данных [25]. Пять эмоций (веселость, гордость, удовольствие, удовлетворенность, разочарование), для которых во всех трех случаях парного сравнения были зафиксированы статистически значимые расхождения (>20%), подверглись детальному анализу и лингвокультурологической экспертизе.

Наиболее выраженные ассоциации с гордостью (рис. 9) повторяли цвета российского триколора – красный (33%), белый (19%) и синий (18%) – и, по всей видимости, отражали официально принятые ассоциации красного цвета с державностью, силой, кровью, пролитой за Родину, с победой; белого цвета – со свободой и независимостью, миром, чистотой и непорочностью; синего – с верой и постоянством.

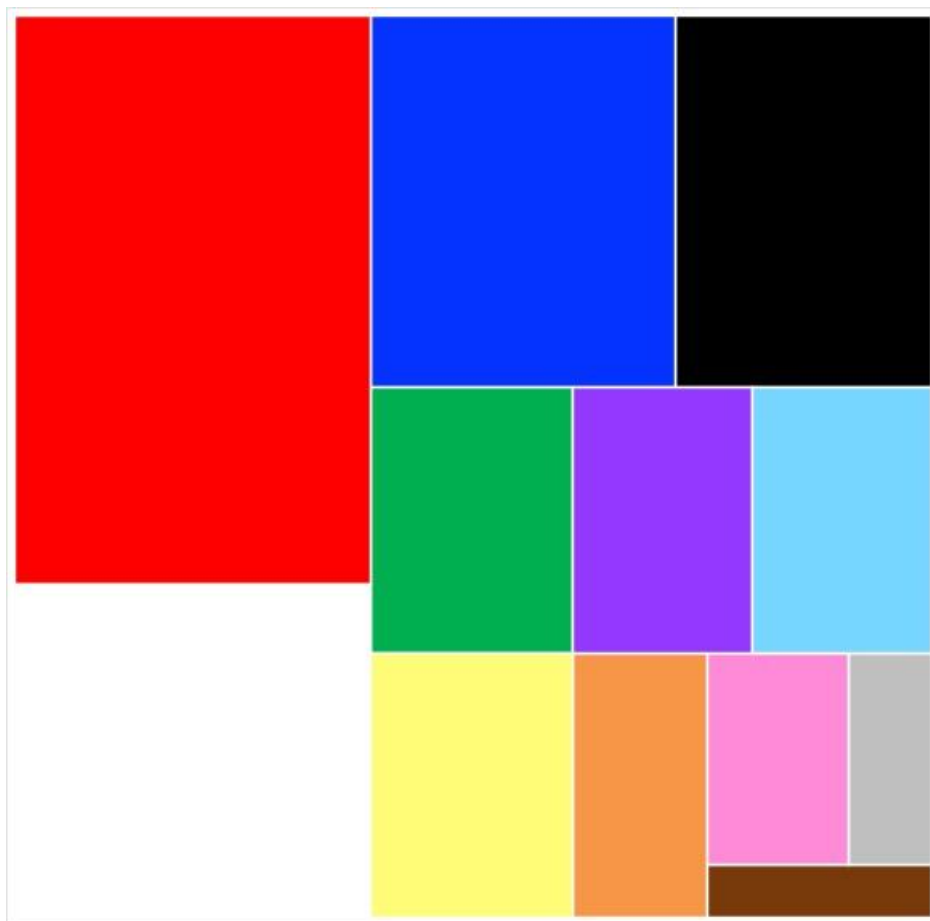


Рис. 9. Гордость

Такие цветовые ассоциации свидетельствуют об актуализации в языковом сознании участников эксперимента только одного из двух закрепленных в словарях значений концепта «Гордость» – положительного. Как известно, гордость в современной русской лингвокультуре, с одной стороны, связана с состоянием удовлетворения за предпринятые усилия и достигнутые успехи, с другой – представляется отрицательным качеством личности и используется в качестве синонима понятию «гордыня» [10]. Полученный в эксперименте цветовой образ соответствует первому значению, которое в публицистических текстах чаще всего используется для выражения коллективной, общепринятой эмоции (*гордость страны, гордость народа, города, региона, нации* и т. п.). Гордиться собой в русской культуре считается неправильным, и герои публицистических текстов общественной тематики, как правило испытывают эмоцию гордости не в отношении личных заслуг, а в отношении достижений посторонних людей.

Удовольствие (рис. 10), которое в русской языковой картине мира в целом «сдвинуто» в область отрицательной оценки (оно считается атрибутом тела, плоти, а человек, одолеваемый жаждой удовольствий, представляется жалким, бездуховным существом (см., напр.: [6]), более трети участников эксперимента (35%) обозначили зеленым цветом, около четверти выбрало для этой эмоции голубой (28%), оранжевый (25%) или желтый (24%).

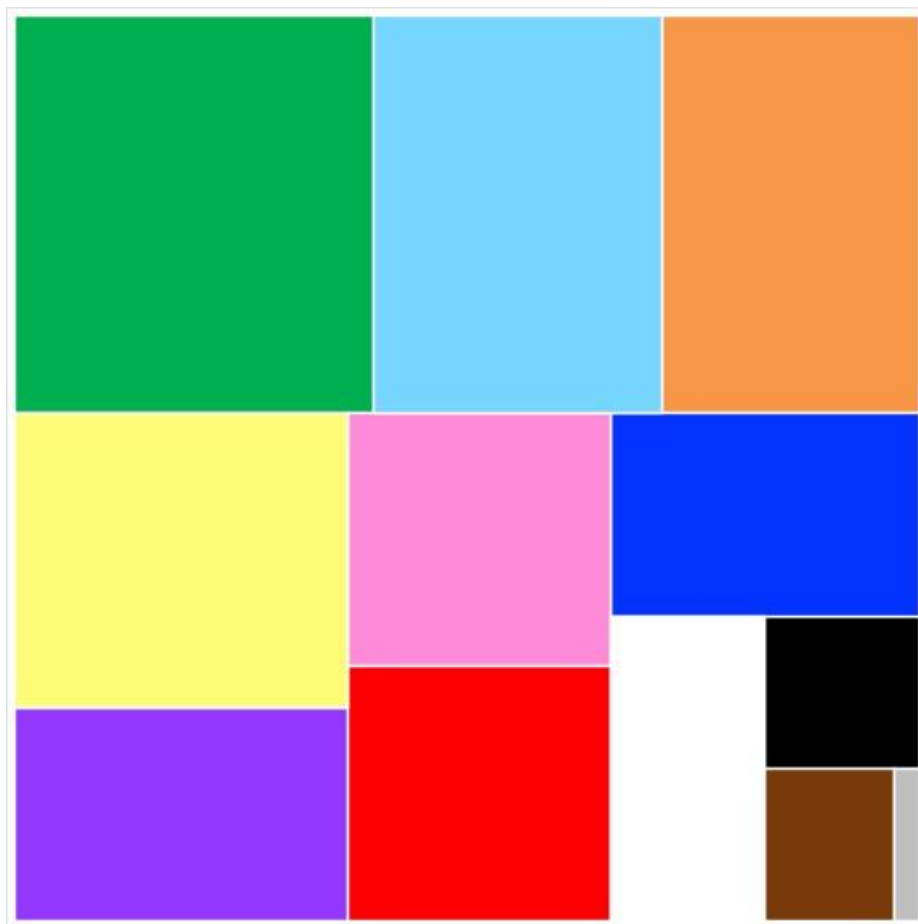


Рис. 10. Удовольствие

Веселость российские участники эксперимента чаще всего связывали с оранжевым (56%) или желтым (42%) цветом (рис. 11). Выраженными оказались также ассоциации этой эмоции с зеленым (31%), розовым (24%) и голубым (19%).

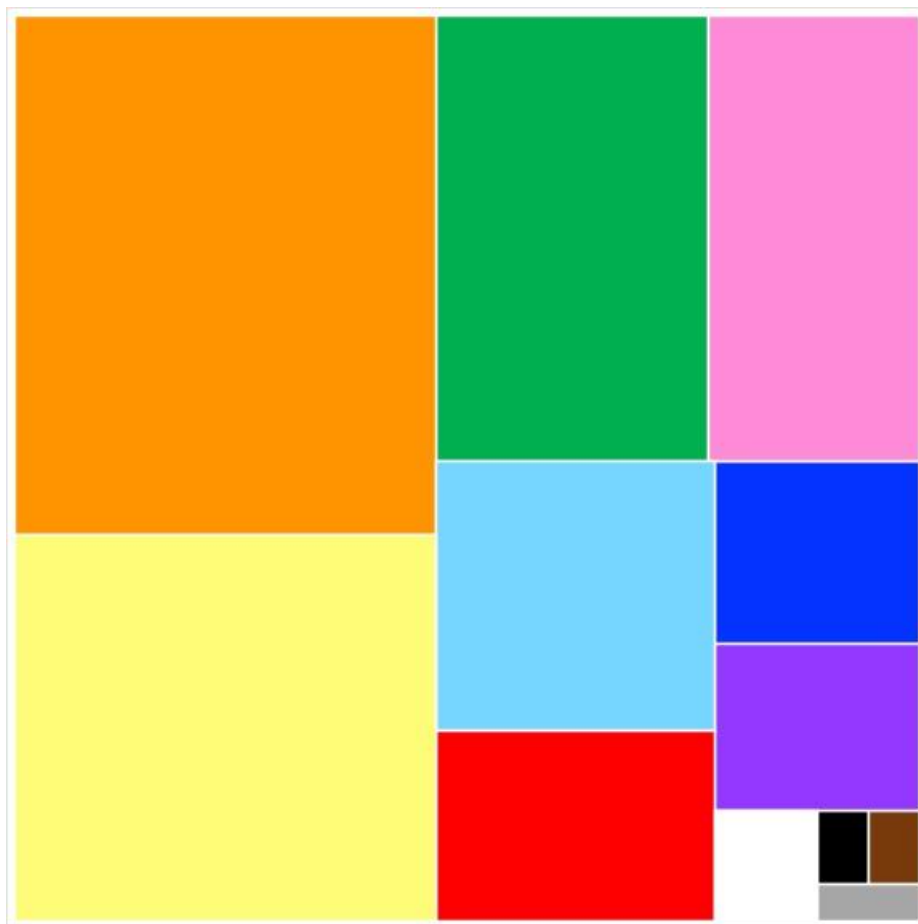


Рис. 11. Веселость

Удовлетворенность (рис. 12 ), которую в русской лингвокультуре связывают с внутренним спокойствием и тихой радостью [11, с. 36], более четверти участников эксперимента обозначили зеленым (28%), синим (26%) или белым цветом (25%). Более пятой части респондентов (22%) связали эту эмоцию с голубым.

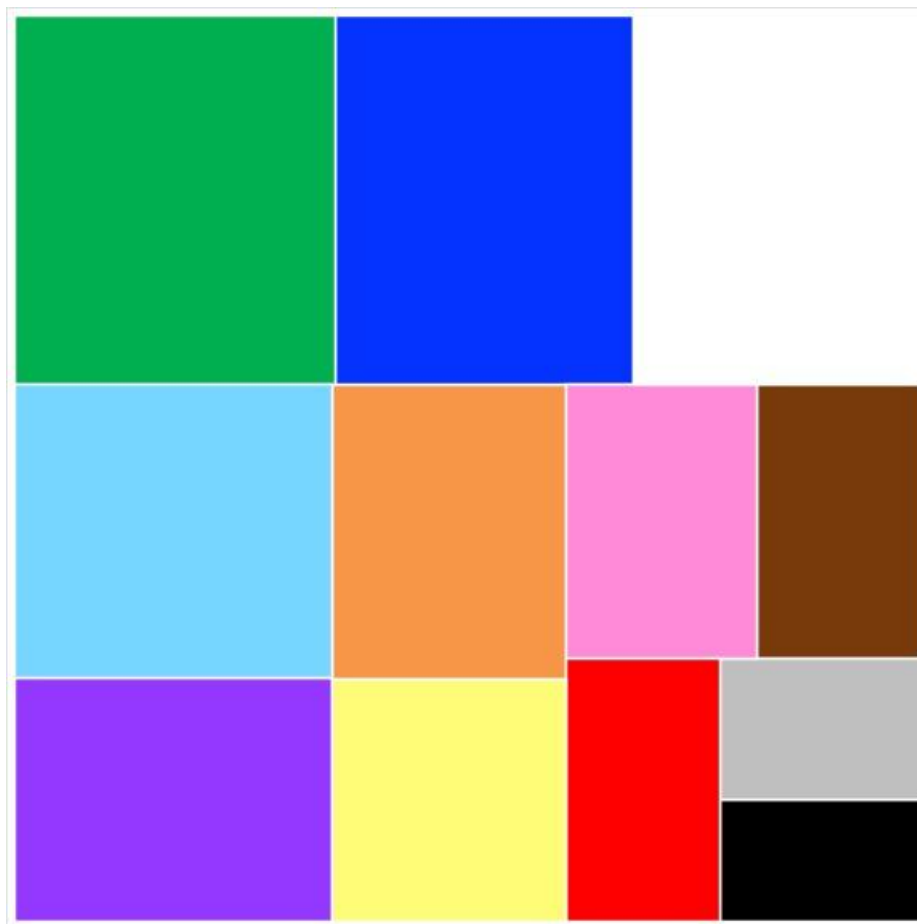
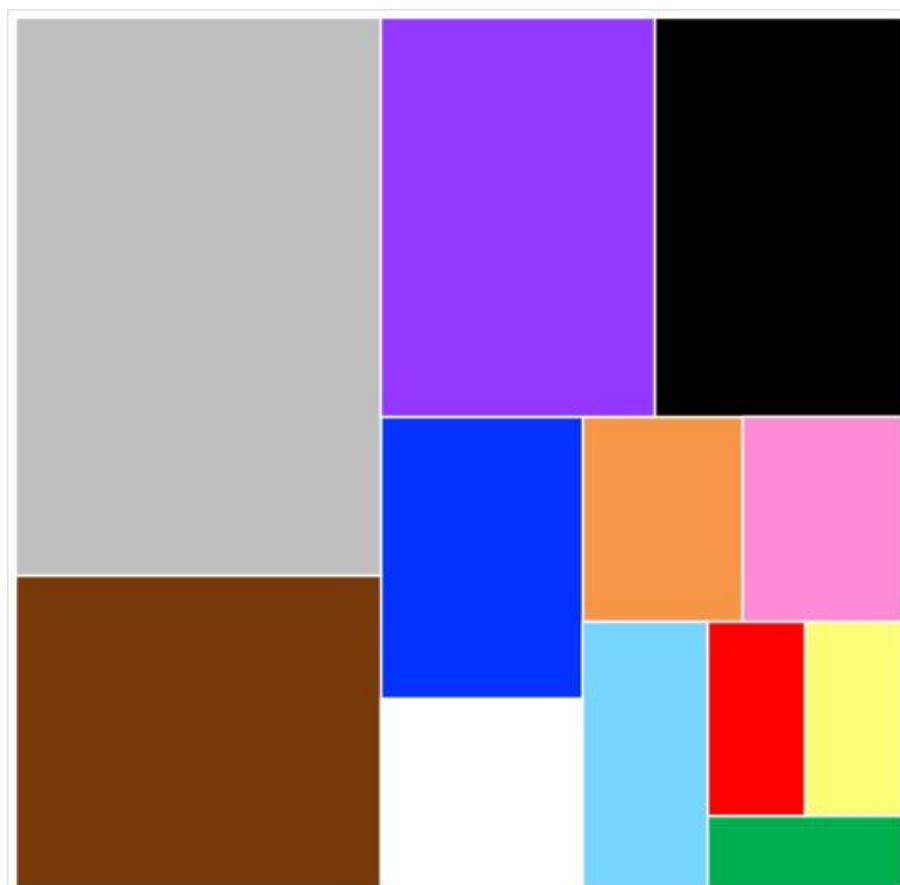


Рис. 12. Удовлетворенность

Для обозначения разочарования (рис. 13 ) чаще всего выбирались серый (42%), коричневый (23%), фиолетовый (22%) и черный (20%) цвета.



*Рис. 13. Разочарование*

Проведенное исследование позволило сделать ряд важных выводов.

*Во-первых*, все проверенные в эксперименте эмоции имели как хроматические, так и ахроматические значения, которые существенно различались по своей структуре и интенсивности (ср.: *рис. 3 и 7*). Единственным исключением стала веселость, для выражения которой участники не использовали ни один из ахроматических цветов. По всей видимости, это связано с тем, что ахроматические оттенки в русской культуре выводятся из числа категорий, обозначающих цвет. Они считаются бесцветными. Отсутствие цвета ассоциируется с отсутствием жизненных сил и энергии. Веселье, наоборот, связывают с цветом (такая установка выражается в распространенном праздничном поздравлении и пожелании, чтобы жизнь всегда была наполнена яркими красками).

*Во-вторых*, эксперимент позволил зафиксировать синтагматические и парадигматические отношения между цветовыми эквивалентами отдельных эмоций. Он подтвердил существование в русской культуре корреляции между светлотой цвета и валентностью эмоций: положительные эмоции, участники эксперимента, как правило, окрашивали в светлые цвета, а для отрицательных выбирали темные (ср.: [\[20; 22; 24; 30\]](#)). Наиболее близкими оказались эмоциональные значения желтого и оранжевого, голубого и зеленого, красного и розового, черного и серого цветов (*рис. 4–8*). Эти же пары наиболее часто встречались вместе в составе цветовых образов различных эмоций (ср.: *рис. 9–13*). Наоборот, противоположные значения зафиксированы у коричневого по отношению к розовому, красному, желтому, оранжевому, голубому и зеленому цветам; у белого – по отношению к черному и серому. Таким образом, под влиянием дефицита форм в аффективном языке цвета формируются специфические отношения синонимии и антонимии, включающие внутрицветовую антонимию, при которой один и тот же цвет приобретает противоположные аффективные значения; межцветовую антонимию, когда одно и то же эмоциональное значение может выражаться разными цветами; межцветовую синонимию, при которой все цвета могут обозначать одну и ту же эмоцию (ср.: [\[15, с. 747–757\]](#)).

*В-третьих*, сопоставление полученных нами данных с проведенным ранее анализом контекстов употребления отдельных эмоциональных концептов на материале Национального корпуса русского языка, толковых и фразеологических словарей [1–5; 8–12], показало, что выявленные связи между эмоциями и цветами нередко определяются ассоциациями с предметами и проявлениями эмоций, окрашенными в этот цвет (ср.: [\[23; 30\]](#)). Семантически далекие друг от друга концепты могут также приобретать одинаковые цветовые ассоциации, опосредованные перцептивным опытом или специфическими лингвокультурологическими реалиями (ср.: [\[26\]](#)). Так, установленная нами связь красного цвета с гневом, скорее всего, объясняется, с одной стороны, ассоциациями с физиологическими реакциями, которые сопровождают гнев (человек становится красным от гнева, его лицо наливаются кровью, тело покрывается красными пятнами) (см., напр.: [\[23\]](#)); с другой – семантическими связями с огнем, которые в русском языке проявляются в использовании при описании этой эмоции таких глаголов, как *пылать, взорваться, возгореться, вспыхнуть, заклокотать, ослепить, пылать, разгореться, опалить, сверкнуть* и др. (возможно, эти примеры отражают древнюю славянскую символику: огонь был символом гнева у славян) и повышением температуры (см., напр.: *вскипать, закипать, подогреть*) [\[4, с. 7\]](#). В русской языковой

картине мира гнев связан также с ненавистью, словесным и физическим насилием. Он воспринимается как власть народа или Бога: например, *пролетарский, общенародный, народный, гражданский, массовый; божий, господний гнев*. При этом подчеркивается его неминуемость, неотвратимость, оправданность, понятность и праведность [4, с. 9]. Связь серого с грустью и разочарованием, по всей видимости, поддерживается переносным значением этого колоронима – *простой, невзрачный, тусклый, средний* [9, с. 31], которое отражается, например, во фразеологизмах *серый день, серое существование*. Отрицательная валентность черного цвета поддерживается фразеологизмами *черная душа, черный человек, черный глаз, черный день, черный список, черные мысли, черная неблагодарность*, которые в русском языке имеют ярко выраженную негативную коннотацию и соотносятся с такими понятиями, как «неудача», «зло», «тоска», «неблагородное происхождение» [5, с. 156–158].

В целом полученные результаты имеют выраженный прикладной потенциал и широкие перспективы использования в дальнейших исследованиях. Собранные в ходе масштабного он-лайн эксперимента, который в настоящее время уже проводится на 37 различных языках (см. подр.: [25]), в долгосрочной перспективе они станут важным материалом для последующего кросс-культурного анализа специфики и универсалий сложившихся связей между цветом и эмоциями.

Авторы выражают признательность *Неле Дяел (Nele Dael)* за помощь в разработке дизайна и английской версии эксперимента; *Галине Парамей (Galina Paramei)* – за помощь в подготовке перевода инструментария исследования на русский язык; *Амеру Шамседдину (Amer Chamseddine)* и *Яну Шрагу (Yann Schrag)* – за техническую поддержку проекта.

## Библиография

1. Василевич А.П. Современные тенденции развития лексики цветообозначений // Цвет и названия цвета в русском языке / под общ. ред. А.П. Василевича. М: КомКнига, 2005. 216 с. С. 9–32.
2. Василевич А.П., Мищенко С.С. Лексика цвета в рекламе. Как расположить к себе российского потребителя? // Цвет и названия цвета в русском языке / под общ. ред. А.П. Василевича. М: КомКнига, 2005. 216 с. С. 71–78.
3. Василевич А.П., Мищенко С.С. Синий, синий, голубой... // Цвет и названия цвета в русском языке / под общ. ред. А.П. Василевича. М: КомКнига, 2005. 216 с. С. 42–50.
4. Вотякова И.А. Некоторые замечания о концепте «гнев» в русском языке // Вестник Удмуртского университета. 2015. Т. 25, вып. 6. С. 5–9.
5. Завьялова Н.А. Фразеологические единицы с колоративным компонентом как составляющая дискурса повседневности Японии, Великобритании и России. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2011. 320 с.
6. Зализняк А.А. Многозначность в языке и способы ее представления. М.: Языки славянских культур, 2006. 672 с.
7. Какие эмоции связаны с цветом? URL: <https://www2.unil.ch/onlinepsylab/colour/main.php> (дата обращения: 05.02.2019).
8. Калита И.В. Очерки по компаративной фразеологии II. Цветная палитра в национальных картинах мира русских, белорусов, украинцев и чехов. Ústí nad Labem: PF UJEP, 2017. 256 с.
9. Калита И.В. Очерки по компаративной фразеологии. Серая палитра в национальных



- картинах мира русских, белорусов и чехов. М.: Дикси Пресс, 2016. 176 с.
10. Коврижных А.Ю. Концепт «гордость» в современной российской публицистике (на материале национального корпуса русского языка» // Язык. Культура. Коммуникации. 2014. № 1. URL: <http://journals.susu.ru/lcc/article/view/90/35> (дата обращения: 22.03.2018).
  11. Мокрушина А.А. Экспликация эмоциональных концептов на примере арабского и русского языков // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 13. Востоковедение. Африканистика. 2009. № 1. С. 29–42.
  12. Пименова М.В. Понятийные признаки концепта удовольствие // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2013. № 15. С. 91–96.
  13. Шерцель В.И. Названия цветов и символическое значение их. Воронеж: Типография В.И. Исаева, 1884. 70 с.
  14. Adams F.M., Osgood Ch.E. A cross-cultural study of the affective meanings of color // Journal of Cross-Cultural Psychology. 1973. Vol. 4, No. 2. P. 135–156.
  15. Almalech M. Semiotics of color // New Semiotics Between Tradition and Innovation. Proceedings of the 12th World Congress of the International Association for Semiotic Studies (IASS/AIS) / ed. by K. Bankov et al. Sofia: New Bulgarian University, 2014. P. 747–757.
  16. Berlin B., Kay P. Basic Color Terms: Their Universality and Evolution. Berkeley and Los Angeles, CA: University of California Press; 1969/1991. 178 p.
  17. Collier G.L. Affective synesthesia: Extracting emotion space from simple perceptual stimuli // Motivation and Emotion. 1996. № 20 (1). P. 1–32.
  18. Dael N., Perseguers M.-N., Marchand C., Antonietti J.-P., Mohr Ch. Put on that colour, it fits your emotion: Colour appropriateness as a function of expressed emotion // Quarterly Journal of Experimental Psychology. 2016. № 9 (8). P. 1619–1630.
  19. Elliot A.J., Maier M.A. Color psychology: Effects of perceiving color on psychological functioning in humans // Annual Review of Psychology. 2014. № 65. P. 95–120.
  20. Gilbert A.N., Fridlund A.J., Lucchina L.A. The color of emotion: A metric for implicit color associations // Food Quality and Preference. 2016. № 52. P. 203–210.
  21. Gohar K.N. Diagnostic colours of emotions. Doctoral dissertation. Sydney: University of Sydney, 2007. 380 p.
  22. Hemphill M. A note on adults' color-emotion associations // Journal of Genetic Psychology. 1996. № 157. P. 275–280.
  23. Hupka R.B., Zaleski Z., Otto J., Reidl L, Tarabrina N.V. The colors of anger, envy, fear, and jealousy: A cross-cultural study // Journal of Cross-Cultural Psychology. 1997. № 28. No. 156–171.
  24. Meier B.P., Robinson M.D., Clore G.L. Why good guys wear white: Automatic inferences about stimulus valence based on brightness // Psychological Science. 2004. № 15. P. 82–87.
  25. Mohr Ch., Jonauskaitė D., Dan-Glauser E.-S., Uusküla M., Dael N. Unifying research on colour and emotion: Time for a cross-cultural survey on emotion associations with colour terms // Progress in Colour Studies. Cognition, Language and Beyond / ed. by L.W. MacDonald, C.P. Biggam, G.V. Paramei. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2018. P. 209–221.
  26. Osgood Ch.E., Suci G.J., Tannenbaum P.H. The Measurement of Meaning. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1957. 360 p.
  27. Paramei G.V., Griber Y.A., Mylonas D. An online color naming experiment in Russian

- using Munsell color samples // Color Research and Application. 2018. № 43. P. 358–374.
28. Scherer K.R. What are emotions? And how can they be measured? // Social Science Information. 2005. № 44(4). P. 695–729. <http://doi.org/10.1177/0539018405058216>
29. Scherer K.R., Shuman V., Fontaine J.R.J., Soriano C. The GRID meets the Wheel: Assessing emotional feeling via self-report // Components of Emotional Meaning: A Sourcebook / ed. by J.R.J. Fontaine, K.R. Scherer, C. Soriano. Oxford: Oxford University Press, 2013. P. 281–298.
30. Sutton T.M., Altarriba J. Color associations to emotion and emotion laden words: A collection of norms for stimulus construction and selection // Behavior Research Methods. 2016. No. 48(2). P. 686–728.
31. The Geneva Emotional Wheel // Swiss Center for Affective Sciences. URL: <http://www.affective-sciences.org/gew> (дата обращения: 23.03.2018)