

Я. В. Инживоткина

Гуаякильский ун-т, Эквадор

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

Особенности менталитета жителей Латинской Америки (на примере Эквадора)

АННОТАЦИЯ. Под воздействием российской пропаганды (сериалы, литература, телевизионные передачи) в нашем понимании сложился некий образ — стереотипное представление о латиноамериканской культуре. Как правило, в эту концептуальную картину входят горячие латинские мачо и страстные латинские девушки. И все они всегда готовы бороться за свободу и независимость своей страны. Любой стереотип всегда утрирован и дает очень однобокое представление о людях. Конечно же, жители Латинской Америки более темпераментны, чем в Европе или России, и нельзя сказать, что их не волнует судьба своей Родины, но уже давно прошли те времена когда за свободу нужно было сражаться. В данной работе была сделана попытка выделить некоторые характерные особенности менталитета жителей Эквадора и при помощи ассоциативного эксперимента сравнить их образ видения мира с образом мира испанцев и американцев. Испанцы и американцы были выбраны не случайно, так как Эквадор — это бывшая испанская колония, а Соединенные Штаты Америки территориально близки к Эквадору, в связи с чем американская культура оказывает большое влияние на страну и в настоящее время, в эпоху глобализации, осуществляется экспансия англосаксонской культуры через новые понятия. Ассоциативный эксперимент был проведен для того, чтобы понять, какой образ мира ближе эквадорцам: американский, в связи с территориальной близостью, или испанский, в связи с единством языка.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ассоциативный эксперимент; обновление сознания; национальная культура; национальный менталитет; лингвокультурология.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Инживоткина Яна Викторовна, преподаватель английского языка, Гуаякильский университет, факультет журналистики и коммуникации; ЕС 090115, Гуаякиль, Эквадор, Cdla. Salvador Allende, Av. Delta y Av. Kennedy; e-mail: bp.ru@mail.ru, yana.inzhivotkina@ug.edu.ec.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Инживоткина, Я. В. Особенности менталитета жителей Латинской Америки (на примере Эквадора) / Я. В. Инживоткина // Политическая лингвистика. — 2019. — № 2 (74). — С. 132-142. — DOI 10.26170/pl19-02-15.

Работа посвящена малоизученной теме — характерным особенностям менталитета жителей Эквадора. Методом ассоциативного эксперимента предпринята попытка эксплицировать концепты их сознания и сравнить полученные реакции на стимулы с представлениями испанцев и американцев.

Под воздействием российских массмедиа (сериалы, литература, телевизионные передачи) в сознании россиян складывается стереотипный образ — отражение латиноамериканской культуры. Как правило, подобные представления включают латинских мачо и страстных латинских девушек, которые всегда готовы бороться за свободу и независимость своей страны. Естественно, такие стереотипы всегда утрированы и не дают объективного представления о другой стране и людях. Нельзя утверждать, что в Латинской Америке совсем нет горячих парней и страстных девушек и что их не волнует судьба своей Родины, однако распространность подобных типов сильно преувеличена, к тому же давно прошли те времена когда за свободу нужно было сражаться.

Сначала хотелось бы подробнее остановиться на лингвокультурных и этикетных особенностях, на которых обычно не заостряют внимания в учебниках иностранного языка и которые при этом присущи многим жителям не только Эквадора, но и всей Латинской Америки.

Эквадор является высококонтекстной культурой [Фирсова <http://>]. Культурная и частная жизнь здесь тесно связаны друг с другом. Отсутствует четкое разделение сфер, и всё увязано со всем: работа, бизнес, личные отношения, общие знакомые. Очень важное значение здесь имеют титулы. Если человек овладел профессией (окончил университет), он уже *maestro*, если выучился на инженера или адвоката, то обращаться к нему нужно только со словами *ingeniero* или *doctor*. К преподавателю лучше обращаться *profesor* (*profesora*) или *docente*.

К любому предпринимателю (даже такому, у которого очень небольшой бизнес только с одним наемным работником) желательно обращаться *jefe*. При этом статус человека переносится и на его родственников (человека в обществе могут аттестовать как жену учителя или дочь учителя и т. п.).

Что касается коммуникации в бизнес-среде, то сначала здесь пытаются выстроить доверительные отношения с партнерами, а уже потом обсуждать дела. При долгом партнерстве, даже когда нет необходимости связываться по вопросам бизнеса, бывшие деловые партнеры часто продолжают общаться уже как друзья.

Особого внимания заслуживает культурно-специфичное восприятие времени у эквадорцев. Время с точки зрения иностранцев протекает медленно и практически никак не регламентировано. У местных есть даже выражение «эквадорское время» (*Ecuadorian time*). Остановимся подробнее на такой черте национальной культуры, как **непунктуальность**. Если эквадорец говорит *en una hora* (русс. *через час*) — это значит, что дело будет сделано скорее всего завтра, если *mañana* (завтра или утром) — значит придется подождать дольше, возможно, несколько дней.

Довольно частотное слово *mañana*. То, что было обещано вчера и должно быть готово сегодня, с очень высокой вероятностью выполнено не будет. Необязательность и непунктуальность — характерные черты жителей Эквадора. Здесь считается в порядке вещей пообещать что-нибудь и не сделать или сделать с огромной (многократной) задержкой по срокам.

Если что-то было сделано вовремя — это исключительный случай. Никого не волнует, что деловой партнер время и деньги. Если попытаться возмущаться — с таким человеком откажутся сотрудничать. Жители Латинской Америки никуда не спешат — это характерная «достопримечательность» страны.

Если эквадорцы пригласили Вас в гости к 18.00, не приходите раньше 19.30, иначе Вы не застанете дома даже хозяев. Опаздывать — это традиция.

На деловую встречу лучше приходить вовремя. Но в роли просителя (заинтересованной стороны) можно просидеть в ожидании приема несколько часов. Велика вероятность, что Вас в этот день вообще не примут.

Эквадор, как уже говорилось ранее, — это культура с сильной контекстуальной зависимостью. Люди держатся ближе друг к другу. Здесь присутствует культура коллективизма (как и в большинстве стран Латинской Америки). Групповые, семейные и общественные цели и интересы ставятся выше индивидуальных — для Эквадора характерна власть над индивидом не государства, а группы людей. Внутри этой группы человеку гарантированы внимание и забота со стороны других членов группы, но в обмен на безоговорочную лояльность индивида. Здесь

существует жесткая социальная структура, основанная на разделении «своих» от «чужих»: положение человека в обществе определяется не его индивидуальными качествами и особенностями, а местом в социальной иерархии — коллективист подчиняется многочисленным социально-экономическим и культурным ограничениям, взамен же ему гарантирована поддержка всей общины [Эквадор. В поисках приключений].

Рассмотрим еще несколько черт эквадорского менталитета и социальных взаимоотношений.

• **Нереальные обещания.** В Эквадоре слова мало что значат. Эквадорцы дают очень много обещаний, которые не собираются выполнять. Среднестатистический эквадорец может пообещать что угодно. Если эквадорец говорит «да» — это значит «может быть». Если он говорит «может быть» — это значит «нет». «Нет» говорить не принято.

• **Специальные цены для иностранцев.** Любой торговец на рынке, в маленьком магазине, таксист завышают цены для белых иностранцев (гринго) как минимум вдвое. Считается, что белые иностранцы богаты и должны оказывать посильную помощь многострадающему эквадорскому народу. Следует отметить, что в основной своей массе эквадорцы при этом очень доброжелательны, готовы выслушивать плохой испанский язык и в большинстве случаев готовы помочь.

• **Готовность объяснить и показать дорогу.** Как уже сообщалось ранее, говорить в Эквадоре «нет» — это моветон. Если Вы заблудились — дорогу Вам будет готов показать каждый прохожий, вне зависимости от того, знает ли он, где находится нужное Вам место. Вас могут отправить в любую сторону, которая по душе «проводнику».

С точки зрения истории страна в течение длительного периода времени была испанской колонией, поэтому здесь до сих пор заметна тесная связь с испанской культурой, обычаями и традициями. Впрочем, в настоящее время, в эпоху глобализации, отчетливо прослеживается тенденция к росту влияния западной (в нашем случае больше американской) культуры, страна старается приблизиться к западным, американским идеалам, тем более что территориально Соединенные Штаты близки к Эквадору.

Для более точного определения национально-специфичных представлений и лингвокультурных концептов возникла идея провести свободный ассоциативный эксперимент, поскольку это признанный метод экспликации когнитивных структур.

В нашем случае процедура проведения

ассоциативного эксперимента была достаточно стандартна. Основные трудности возникли при анализе данных. Респондентам, в нашем случае студентам факультета журналистики и социальной коммуникации, было предложено дать ответ (реакцию) на каждое из слов-стимулов — требовалось записать первое пришедшее на ум слово.

Как это принято делать, анкетирование в рамках ассоциативного эксперимента проводилось в письменной форме. Студентам был предложен список слов с местом для фиксации реакций. Следует отметить, что традиционно в подобных исследованиях применяется также и устная форма ассоциативного эксперимента, и в этом случае степень непосредственности реакций выше.

Время ответа было ограничено 5—6 секундами, учитывалась только первая ассоциация. Обычно список стимулов ограничивается 25—30 стимулами, в нашем случае было предложено 50.

В процессе пилотажного эксперимента мы предложили испытуемым (среди них было 162 эквадорца и 62 американца, были представлены носители испанского и английского языков) записать первую возникшую у них ассоциацию. На основе полученных результатов была составлена таблица в *Excel* с результатами эксперимента.

При выборе испытуемых мы учитывали следующие критерии.

1. Родной язык отвечающих. В эксперименте принимали участие эквадорские студенты факультета журналистики — носители испанского языка (соответственно список слов-стимулов для них был предложен на испанском языке) и американские студенты различных вузов. Для последних участников анкета была составлена на английском языке, поскольку испанским языком они владеют на начальном уровне (A1, A2) либо вообще не владеют, а с эквадорской культурой (и вообще с культурой Латинской Америки) практически не знакомы.

2. Количество испытуемых. Было опро-

шено 162 студента — носителя испанского языка и 62 студента — носителей английского языка. Для сравнения реакций с испанскими испытуемыми применялся опрос, проведенный Ю. Н. Карауловым и подробно описанный им и Марией Санчес Пуиг в совместной работе «Ассоциативные нормы испанского и русского языков» [Санчес Пуиг, Караулов, Черкасова 2001].

Полученные данные мы сравнили со словарем, созданным при участии Ю. Н. Караулова [Санчес Пуиг, Караулов 2004], который был принят за эталон языкового сознания носителей испанской лингвокультуры, и словарем Киша [Электронный ассоциативный словарь английского языка [http](http://www.kish.su.ru/)], который отражает языковое сознание носителей английской культуры. В некоторых случаях привлекались материалы других ассоциативных словарей [Санчес Пуиг 1996, 2006; Мед 2008; Ufimtseva 2014] для подтверждения некоторых гипотез, выдвинутых в процессе исследования, при этом в ходе работы все слова-стимулы были подвергнуты тщательному анализу с последующим отбором слов, реакции на которые, согласно нашей гипотезе, могли трактоваться как демонстрирующие особенности лингвокультуры Эквадора.

Покажем на примере конкретных слов-стимулов, как различались реакции эквадорских, испанских и американских респондентов (см. табл. 1—3).

При анализе результатов нами был использован метод семантического гештальта, предложенный Ю. Н. Карауловым. При этом учитывалась система исходных местоимений, моделирующих знания человека о мире, разработанная Н. Ю. Шведовой [Шведова [http](http://www.shvedova.ru/)]. Зоны построенных гештальтов озаглавлены с помощью местоимений и глаголов широкой семантики: *кто, что, какой, делать, где*.

В таблицах 1, 2 и 3 представлены реакции на стимул *работа* и его эквиваленты в сравниваемых лингвокультурах.

Таблица 1. Реакции эквадорцев (испанский язык) на слово-стимул *trabajo* (работа)

Зоны	Ассоциаты	Всего	
Кто (человек)	<i>camello</i> (верблюд, здесь — сленг «работник») — 4 / 2,47 %; <i>padre</i> (отец) — 8 / 4,94 %	12	7,41 %
Что	<i>dinero</i> (деньги) — 37 / 22,84 %; <i>esfuerzo</i> (усилия) — 17 / 10,49 %; <i>sustento</i> (средства к существованию) — 17 / 10,49 %; <i>empleo</i> (занятость) — 12 / 7,41 %; <i>oportunidad</i> (возможность) — 8 / 4,94 %; <i>obligación</i> (обязательство) — 6 / 3,7 %; <i>bienestar</i> (благополучие) — 3 / 1,85 %; <i>experiencia</i> (опыт) — 3 / 1,85 %; <i>necesidad</i> (необходимость) — 3 / 1,85 %; <i>profesión</i> (профессия) — 3 / 1,85 %; <i>bendición</i> (благословение) — 2 / 1,23 %; <i>cansancio</i> (устомление) — 2 / 1,23 %; <i>diversión</i> (веселье) — 2 / 1,23 %; <i>ocupación</i> (профессия) — 2 / 1,23 %; <i>economía</i> (экономика) — 2 / 1,23 %; <i>lucha</i> (бой) — 2 / 1,23 %; <i>madurez</i> (зрелость) — 2 / 1,23 %; <i>responsabilidad</i> (ответственность) — 2 / 1,23 %; <i>social</i> (социальная) — 2 / 1,23 %; <i>currículum vitae</i> (резюме) — 1 / 0,62 %; <i>dignidad</i> (достоинство) — 1 / 0,62 %; <i>disciplina</i> (дисциплина) — 1 / 0,62 %; <i>estabilidad</i> (стабильность) — 1 / 0,62 %; <i>estudio</i> (обучение) — 1 / 0,62 %; <i>éxito</i> (успех) — 1 / 0,62 %; <i>ganancia</i> (прибыль) — 1 / 0,62 %; <i>importante</i> (важно) — 1 / 0,62 %; <i>pasión</i> (страсть) — 1 / 0,62 %	138	85,19 %
Какой	<i>forzado</i> (вынужденный) — 1 / 0,62 %	1	0,62 %
Делать	<i>producir</i> (производить) — 5 / 3,09 %; <i>sacrificar</i> (жертвовать) — 2 / 1,23 %; <i>cantar</i> (петь) — 1 / 0,62 %; <i>cuidar</i> (заботиться) — 1 / 0,62 %; <i>mejorar</i> (улучшать) — 1 / 0,62 %	10	6,17 %
Как	<i>actualmente</i> (в настоящее время) — 1 / 0,62 %	1	0,62 %
Словосочетание			
Другое			
		162	100 %

Таблица 2. Реакция американцев (английский язык) на слово-стимул *a job* (работа)

Зоны	Ассоциаты	Всего	
Кто (человек)	<i>a boss</i> (босс) — 6 / 9,83 %; <i>colleagues</i> (коллеги) — 4 / 6,6 %	10	16,39 %
Что	<i>career</i> (карьера) — 6 / 9,83 %; <i>motivation</i> (мотивация) — 6 / 9,83 %; <i>direction</i> (направление) — 5 / 8,19 %; <i>satisfaction</i> (удовлетворение) — 5 / 8,19 %; <i>employment</i> (занятость) — 3 / 4,91 %; <i>environment</i> (среда, окружение) — 3 / 4,91 %; <i>interview</i> (интервью) — 3 / 4,91 %; <i>money</i> (деньги) — 3 / 4,91 %; <i>electrician</i> (электрик) — 2 / 4,76 %; <i>offer</i> (предложение) — 1 / 1,64 %; <i>opportunity</i> (возможность) — 1 / 1,64 %; <i>pride</i> (гордость) — 1 / 1,64 %; <i>qualification</i> (квалификация) — 1 / 1,64 %; <i>search</i> (поиск) — 1 / 1,64 %	41	67,21 %
Какой			
Делать	<i>earn money</i> (зарабатывать деньги) — 4 / 6,6 %; <i>apply for</i> (обращаться, по поводу работы) — 2 / 3,28 %; <i>to take a job</i> (устроиться на работу) — 1 / 1,64 %	7	11,48 %
Как	<i>for life</i> (для жизни) — 1 / 1,64 %; <i>hard</i> (тяжело) — 1 / 1,64 %	2	3,28 %
Словосочетание	<i>of my dream</i> (моей мечты) — 1 / 1,64 %	1	1,64 %
Другое			
		61	100 %

Таблица 3. Реакция испанцев (испанский язык) на слово-стимул *trabajo* (работа)

Зоны	Ассоциаты	Всего	
Кто (человек)			
Что	<i>dinero</i> (деньги) — 54 / 16,6 %; <i>esfuerzo</i> (усилие) — 27 / 8,3 %; <i>paro</i> (безработица) — 23 / 7,07 %; <i>necesidad</i> (необходимость) — 15 / 4,6 %; <i>cansancio</i> (устомление) — 11 / 3,38 %; <i>suerte</i> (везение) — 11 / 3,38 %; <i>realización</i> (реализация) — 9 / 2,7 %; <i>rutina</i> (рутина, распорядок дня) — 9 / 2,7 %; <i>futuro</i> (будущее) — 8 / 2,46 %; <i>curro</i> (работа) — 7 / 2,15 %; <i>obligación</i> (обязательство) — 7 / 2,15 %; <i>labor</i> (труд) — 6 / 1,84 %; <i>agobio</i> (бремя) — 5 / 1,54 %; <i>satisfacción</i> (удовлетворение) — 5 / 1,54 %; <i>sudor</i> (пот) — 5 / 1,54 %; <i>bienestar</i> (благополучие) — 4 / 1,23 %; <i>ocupación</i> (занятие) — 4 / 1,23 %; <i>sacrificio</i> (жертва) — 4 / 1,23 %; <i>salud</i> (здоровье) — 4 / 1,23 %; <i>sustantivo</i> (существительное) — 4 / 1,23 %; <i>vida</i> (жизнь) — 4 / 1,23 %; <i>inem</i> (служба занятости) — 3 / 0,92 %; <i>lucha</i> (бой) — 3 / 0,92 %; <i>oficina</i> (офис) — 3 / 0,92 %;	256	78,77 %

Окончание таблицы 3

Зоны	Ассоциаты	Всего	
Что	<i>sustento</i> (средства к существованию) — 3 / 0,92 %; <i>autorrealización</i> (самореализация) — 2 / 0,62 %; <i>ayuda</i> (помощь) — 2 / 0,62 %; <i>carga</i> (нагрузка) — 2 / 0,62 %; <i>casa</i> (дом) — 2 / 0,62 %; <i>placer</i> (удовольствие) — 2 / 0,62 %; <i>porvenir</i> (будущее) — 2 / 0,62 %; <i>seguridad</i> (безопасность) — 2 / 0,62 %; <i>tranquilidad</i> (спокойствие) — 2 / 0,62 %; <i>utopía</i> (утопия) — 2 / 0,62 %		
Какой	<i>duro</i> (жесткий) — 15 / 4,61 %; <i>escaso</i> (ограниченная, незначительная) — 4 / 1,23 %; <i>cansado</i> (уставший) — 2 / 0,62 %; <i>pesado</i> (тяжелая) — 2 / 0,62 %	23	7,07 %
Делать	<i>madrugar</i> (рано вставать) — 3 / 0,92 %	3	0,92 %
Как	<i>necesario</i> (необходимо) — 16 / 4,92 %; <i>difícil</i> (трудно) — 8 / 2,46 %; <i>diario</i> (ежедневно) — 4 / 1,23 %; <i>imposible</i> (невозможно) — 4 / 1,23 %; <i>importante</i> (важно) — 3 / 0,92 %; <i>mucho</i> (много) — 3 / 0,92 %; <i>poco</i> (постепенно) — 3 / 0,92 %; <i>siempre</i> (всегда) — 2 / 0,62 %	43	13,23 %
Словосочетание			
Другое			
		325	100 %

В зоне **что** у всех групп респондентов присутствует ассоциация *деньги*, у эквадорцев и испанцев эта ассоциация (*dinero*) является самой популярной (22,84 % у эквадорцев, 16,6 % у испанцев). На втором месте и у испанцев, и у эквадорцев оказалась реакция *усилия* — *esfuerzo* (10,49 % — эквадорцы, 8,3 % — испанцы). Это связано с тем, что и в Латинской Америке (в частности, в Эквадоре), и в Испании на данный момент очень сложная экономическая ситуация, трудно найти работу, особенно студентам без опыта трудовой деятельности (все респонденты — студенты). В Соединенных Штатах такой проблемы нет, и поэтому самые популярные ассоциации — *career* (карьера) — 9,83 % и *motivation* (мотивация) — 9,83 %.

В зоне **кто** у всех групп реакции разные. У эквадорцев на первых местах находятся *camello* (верблюд, здесь — сленговое обозначение работника) — 2,47 % и *padre* (отец) — 4,94 %. Это связано с тем, что в семье работают в основном мужчины, и именно они являются добытчиками (на сленге — верблюдами); у американской группы самыми популярными ответами были *босс* и *коллеги* (*a boss* — 9,83 %; *colleagues* — 6,6 %), а у испанцев в этой зоне реакций не было.

В зоне **делать** сходства ассоциаций у трех групп минимальны. У эквадорцев самой

популярной ассоциацией является *производить* (*producir* — 3,09 %). Эта ассоциация связана с тем, что у многих сотрудников, например таксистов, продавцов, парикмахеров, швей, зарплата сдельная, зависящая от того, сколько продукции они произведут, или от количества клиентов. Так как опрос производился в университете города Гуаякиль, который является государственным, где студенты обучаются бесплатно, родители у многих из них являются непрофессиональными рабочими, получающими сдельную оплату. У американцев самой частотной ассоциацией является *зарабатывать деньги* (*earn money* — 6,6 %), а у испанцев — *рано вставать* (*madrugar* — 0,92 %).

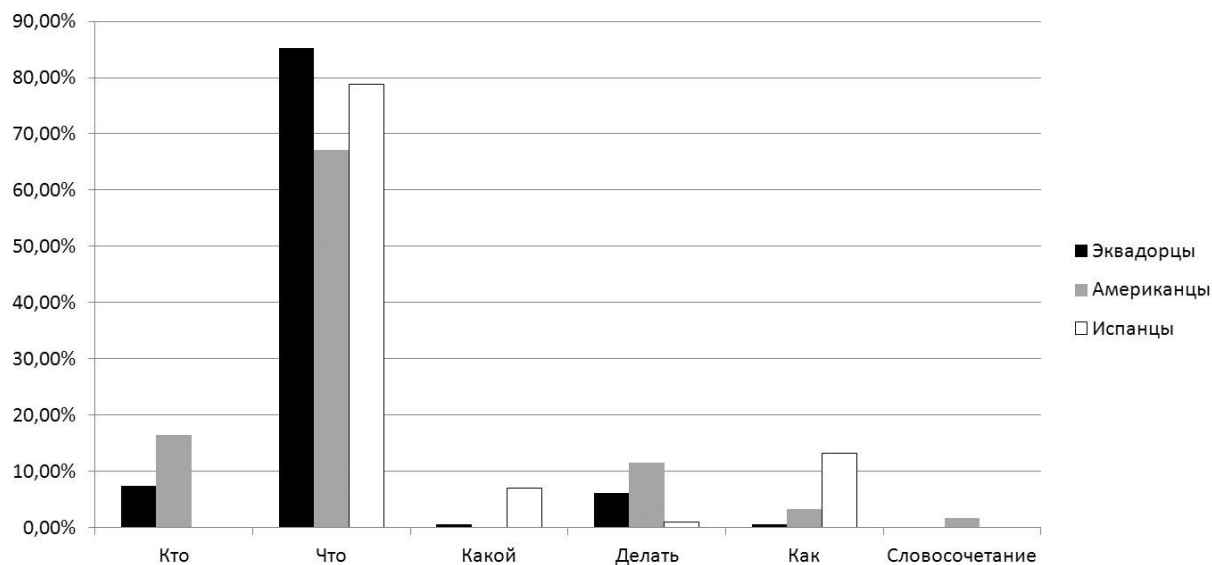
В таблице 4 и на графике (рис. 1) представлены общие данные по распределению семантических зон ассоциатов.

На данном примере видно, что структура ассоциативного поля эквадорцев ближе к структуре ассоциативного поля испанцев: это определяется схожестью языка, культуры, истории, философии и религии. Именно эти составляющие оказывают влияние на формирование языкового сознания/языковой картины мира и на своеобразие взгляда на мир этих двух народов.

Рассмотрим следующее слово-стимул — *бабушка* (табл. 5—7).

Таблица 4. Соотношение семантических зон ассоциатов на стимул *работа*, %

Зоны	1. Эквадорцы (испанский язык)	2. Американцы (английский язык)	3. Испанцы (испанский язык)
Кто (человек)	7,41	16,39	0,00
Что	85,19	67,21	78,77
Какой	0,62	0,00	7,07
Делать	6,17	11,48	0,92
Как	0,62	3,28	13,23
Словосочетание	0,00	1,64	0,00
Прочее	0,00	0,00	0,00

Рис. 1. Соотношение семантических зон ассоциатов на стимул *trabajo/job (работа)*Таблица 5. Реакции эквадорцев (испанский язык) на слово-стимул *abuela (бабушка)*

Зоны	Ассоциаты	Всего	
Кто (человек)	<i>abuelo</i> (дедушка) — 39 / 24,07 %; <i>morena</i> (мулатка, досл. цвет кожи как коричневый сахар) — 1 / 1,62 %; <i>grandmother</i> (англ. бабушка) — 7 / 4,32 %	47	29,01 %
Что	<i>bondad</i> (доброта) — 21 / 12,96 %; <i>hogar</i> (дом) — 19 / 11,72 %; <i>historias</i> (истории) — 8 / 4,94 %; <i>tercer edad</i> (пожилая, дословно «третий возраст») — 7 / 4,32 %; <i>tradición</i> (традиция) — 7 / 4,32 %; <i>amor</i> (любовь) — 5 / 3,09 %; <i>hospital</i> (больница) — 1 / 1,62 %; <i>momento</i> (момент) — 1 / 1,62 %; <i>rizos</i> (кудри) — 1 / 1,62 %	71	43,82 %
Какой	<i>vieja</i> (старая) — 18 / 11,11 %, <i>feliz</i> (счастливая) — 14 / 8,64 %, <i>buena</i> (хорошая) — 7 / 4,32 %, <i>adorable</i> (обожаемая) — 1 / 1,62 %, <i>carifosa</i> (любящая) — 1 / 1,62 %, <i>generosa</i> (великодушная) — 1 / 1,62 %, <i>suave</i> (мягкая, добрая) — 1 / 1,62 %	43	26,55 %
Делать			
Как			
Словосочетание			
Прочее			
		161	100 %

Таблица 6. Реакции американцев (английский язык) на слово-стимул *grandmother (бабушка)*

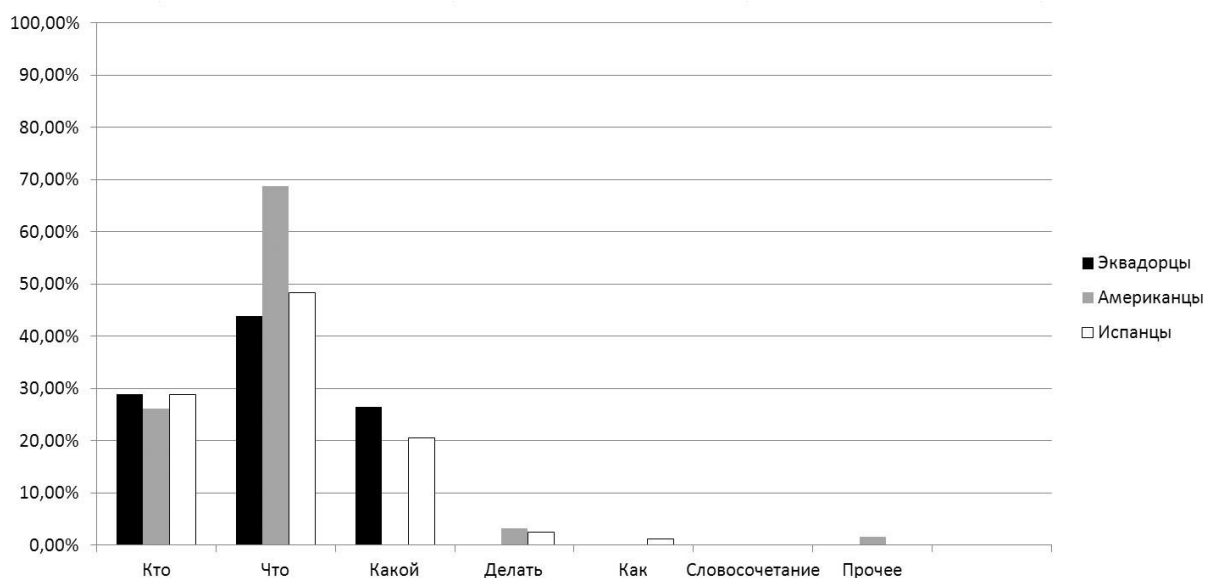
Зоны	Ассоциаты (американцы)	Всего	
Кто (человек)	<i>grandfather</i> (дедушка) — 12 / 19,62 %; <i>Gladys</i> — 2 / 3,27 %; <i>Tracy</i> — 1 / 1,63 %; <i>Emma</i> — 1 / 1,63 %	16	26,22 %
Что (предмет)	<i>love</i> (любовь) — 15 / 24,59 %; <i>childhood</i> (детство) — 8 / 13,11 %; <i>vacations</i> (каникулы) — 6 / 9,83 %; <i>happiness</i> (счастье) — 3 / 4,91 %; <i>pie</i> (пирог) — 2 / 3,27 %; <i>safty</i> (безопасность) — 2 / 3,27 %; <i>sweets</i> (конфеты) — 2 / 3,27 %; <i>a cake</i> (торт) — 2 / 3,27 %; <i>strawberry</i> (клубника) — 2 / 3,27 %	42	68,85 %
Какой	<i>unknown</i> (неизвестная) — 1 / 1,63 %	1	1,63 %
Делать	<i>was</i> (была) — 1 / 1,63 %; <i>passed away</i> (умерла) — 1 / 1,63 %	2	3,27 %
Как			
Словосочетание			
Прочее			
		61	100 %

Таблица 7. Реакции испанцев (испанский язык) на слово-стимул *abuela* (бабушка)

Зоны	Ассоциаты	Всего	
Кто (человек)	<i>abuelo</i> (дедушка) — 48 / 13,99 %; <i>madre</i> (мать) — 12 / 3,5 %; <i>anciana</i> (старуха) — 11 / 3,2 %; <i>nieto</i> (внук) — 10 / 2,9 %; <i>yaya</i> (бабушка) — 7 / 2,04 %; <i>nieta</i> (внучка) — 6 / 1,74 %; <i>nietos</i> (внучата) — 3 / 0,87 %; <i>tío</i> (дядя) — 2 / 0,58 %	99	28,86 %
Что	<i>cariño</i> (нежность) — 56 / 16,32 %; <i>ternura</i> (нежность) — 23 / 6,7 %; <i>familia</i> (семья) — 16 / 4,66 %; <i>amor</i> (любовь) — 15 / 4,37 %; <i>vejez</i> (старость) — 13 / 3,79 %; <i>pueblo</i> (деревня) — 12 / 3,49 %; <i>experiencia</i> (опыт) — 5 / 1,58 %; <i>muerte</i> (смерть) — 5 / 1,45 %; <i>sabiduría</i> (мудрость) — 5 / 1,45 %; <i>canas</i> (седые волосы) — 4 / 1,2 %; <i>cuento</i> (история) — 4 / 1,2 %; <i>moño</i> (шиньон) — 4 / 1,2 %; <i>sustantivo</i> (существительное) — 4 / 1,2	166	48,39 %
Какой	<i>vieja</i> (старая) — 28 / 8,16 %; <i>entrañable</i> (привлекательная) — 5 / 1,45 %; <i>buena</i> (хорошая) — 4 / 1,2 %; <i>viejo</i> (старый) — 4 / 1,2 %; <i>muerta</i> (мёртвая) — 3 / 0,87 %; <i>negro</i> (черный) — 3 / 0,87 %; <i>desconocida</i> (неизвестная) — 2 / 0,58 %; <i>dulce</i> (сладкий) — 2 / 0,58 %; <i>familiar</i> (семейный) — 2 / 0,58 %; <i>mia</i> (моя) — 2 / 0,58 %; <i>sabia</i> (мудрая) — 2 / 0,58 %; <i>simpática</i> (дружественная) — 2 / 0,58 %; <i>tierno</i> (сладкая) — 2 / 0,58 %	65	20,5 %
Делать	<i>recuerdo</i> (я помню) — 4 / 1,2 %; <i>no conozco</i> (не знаю) — 2 / 0,58 %; <i>querer</i> (хотеть, чтобы была) — 2 / 0,58 %	8	2,52 %
Как	<i>mayor</i> (старше) — 4 / 1,2 %	4	1,2 %
Словосочетание			
Прочее			
		343	100 %

Таблица 8. Соотношение семантических зон ассоциатов на стимул бабушка, %

Зоны	Группа 1. Эквадорцы (испанский язык)	Группа 2. Американцы (английский язык)	Группа 3. Испанцы (испанский язык)
Кто (человек)	29,01	26,22	28,86
Что	43,82	68,85	48,39
Какой	26,55	0,00	20,50
Делать	0,00	3,27	2,52
Как	0,00	0,00	1,26
Словосочетание	0,00	0,00	0,00
Прочее	0,00	1,63	0,00

Рис. 2. Соотношение семантических зон ассоциатов на стимул *abuela/grandmother* (бабушка)

Результаты сопоставления приведены в таблице 8, а также показаны на графике (рис. 2). Из данного графика и таблицы мы видим, что зона **словосочетание и прочее** отсутствуют в ассоциациях всех групп испытуемых.

Анализ показывает, что наиболее важную роль для двух групп играет зона **что (зона 2), кто (зона 1) и какой (зона 3)**: в ассоциативном поле испанцев эта зоны также занимают ведущие места (68,85 % и 48,39 % соответственно), количественно это зона значительно больше у испанцев.

В зоне **кто** у всех групп испытуемых результаты примерно схожи (эквадорцы — 29,01 %, американцы — 26,22 %, испанцы — 28,86 %) и первой реакцией является *дедушка* (исп. *abuelo*, англ. *grandfather*).

Сравнение структуры ассоциаций группы 1 и группы 3 показывает, что реакции у эквадорских и испанских испытуемых схожи, это можно увидеть даже в соотношении процентных долей. У эквадорцев с бабушкой ассоциируются понятия *bondad* (доброта) — 21 / 12,96 %, *hogar* (дом) — 19 / 11,72 %, у испанцев — *cariño* (нежность), 56 / 16,42 %, и *ternura* (нежность), 23 / 6,7 %. Для группы американцев бабушка (*grandmother*) чаще вызывает ассоциации *love* (любовь) — 15 / 24,59 %, *childhood* (детство) — 8 / 13,11 %, *vacations* (каникулы) — 6 / 9,83 %, а также названия различных сладостей.

В таблицах 9—11 обобщены реакции, полученные на стимульный эквивалент слова «радость» (исп. *alegria*, англ. *cheerfulness*).

Таблица 9. Реакции эквадорцев (испанский язык) на слово-стимул *alegria* (радость)

Зоны	Ассоциаты	Всего	
Кто (человек)	<i>amigo</i> (друг) — 2 / 3,24 %; <i>payaso</i> (клоун) — 1 / 1,62 %; <i>mascota</i> (домашнее животное) — 1 / 1,62 %; <i>hermano</i> (брат) — 1 / 1,62 %	5	3,09 %
Что	<i>felicidad</i> (счастье) — 48 / 29,63 %; <i>sonrisa</i> (улыбка) — 31 / 19,14 %; <i>emocion</i> (эмоция) — 21 / 12,96 %; <i>familia</i> (семья) — 7 / 4,32 %; <i>Vida</i> (жизнь) — 7 / 4,32 %; <i>sentimiento</i> (чувство) — 7 / 4,32 %; <i>salud</i> (здоровье) — 3 / 1,85 %; <i>futbol</i> (футбол) — 3 / 1,85 %; <i>diversion</i> (веселье) — 3 / 1,85 %; <i>tristesa</i> (грусть) — 3 / 1,85 %; <i>musica</i> (музыка) — 3 / 1,85 %; <i>paz</i> (мир) — 2 / 1,23 %; <i>sensacion</i> (чувство) — 2 / 1,23 %; <i>belleza</i> (красота) — 2 / 1,23 %; <i>libertad</i> (свобода) — 2 / 1,23 %; <i>carisma</i> (харизма) — 2 / 1,23 %; <i>mar</i> (море) — 2 / 1,23 %; <i>happyness</i> (англ. счастье) — 1 / 0,62 %; <i>euforia</i> (эйфория) — 1 / 0,62 %; <i>unión</i> (союз) — 1 / 0,62 %; <i>amor</i> (любовь) — 1 / 0,62 %	152	93,83 %
Какой	<i>contento</i> (довольный) — 1 / 0,62 %; <i>hermoso</i> (красивая) — 1 / 1,62 %	2	1,23 %
Делать	<i>compartir</i> (делиться) — 2 / 1,23 %	2	1,23 %
Как	<i>temporal</i> (временно) — 1 / 0,62 %	1	0,61 %
Словосочетание			
Прочее			
		162	100 %

Таблица 10. Реакции американцев (английский язык) на слово-стимул *cheerfulness* (радость)

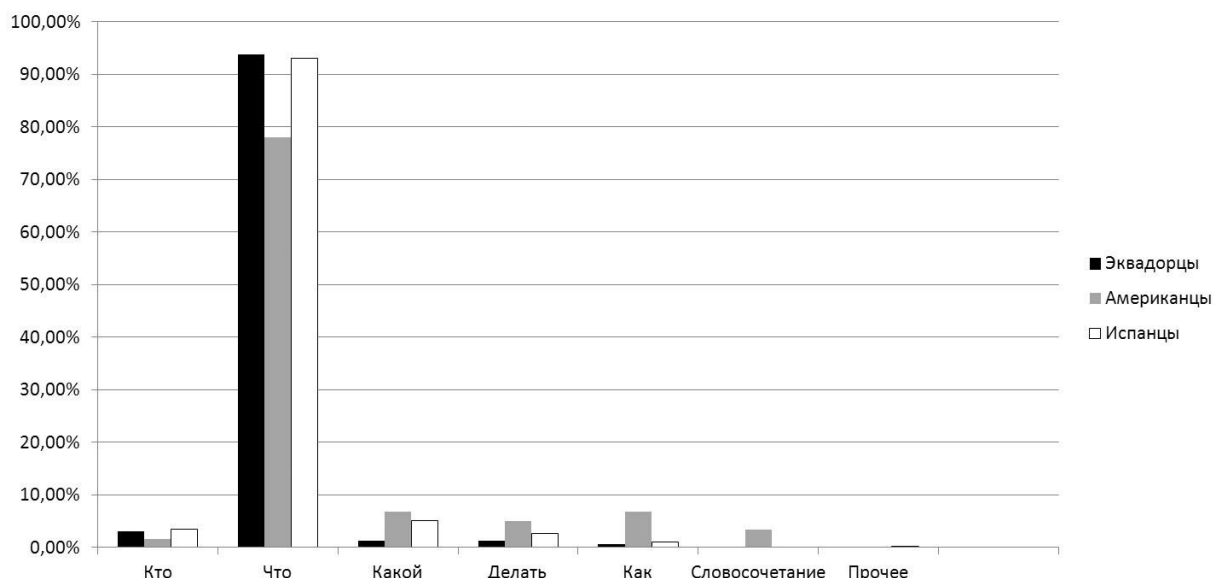
Зоны	Ассоциаты	Всего	
Кто (человек)	<i>beloved one</i> — (любимый, любимая) — 1 / 1,69 %	1	1,69 %
Что	<i>love</i> (любовь) — 12 / 20,33 %; <i>dream</i> (мечта) — 9 / 15,25 %; <i>joy</i> (радость) — 6 / 10,16 %; <i>emotions</i> (эмоции) — 3 / 5,08 %; <i>freedom</i> (свобода) — 3 / 5,08 %; <i>friends</i> (друзья) — 3 / 5,08 %; <i>glee</i> (веселье) — 2 / 3,38 %; <i>mood</i> (настроение) — 2 / 3,38 %; <i>pleasure</i> (удовольствие) — 2 / 3,38 %; <i>sadness</i> (печаль) — 1 / 1,69 %; <i>satisfaction</i> (удовлетворение) — 1 / 1,69 %; <i>state</i> (состояние) — 1 / 1,69 %; <i>well-being</i> (благополучие) — 1 / 1,69 %	46	77,97 %
Какой	<i>peaceful</i> (мирный) — 2 / 3,38 %; <i>free</i> (свободный) — 2 / 3,38 %	4	6,78 %
Делать	<i>dream</i> (мечтать) — 2 / 3,38 %; <i>to fly</i> (летать) — 1	3	5,05 %
Как	<i>sometimes</i> (иногда) — 3 / 3,38 %; <i>easily</i> (легко) — 1 / 1,69 %	4	6,78 %
Словосочетание	<i>as a bird</i> (как птица) — 1 / 1,69 %; <i>like air</i> (как ветер, дословно «как воздух») — 1 / 1,69 %	2	3,38 %
Прочее			
		59	100 %

Таблица 11. Реакции испанцев (испанский язык) на слово-стимул *alegría* (радость)

Зоны	Ассоциаты	Всего	
Кто (человек)	<i>amigos</i> (друзья) — 6 / 1,59 %; <i>juventud</i> (молодежь) — 3 / 0,8 %; <i>hijos</i> (дети) — 2 / 0,53 %; <i>niños</i> (дети) — 2 / 0,53 %	13	3,46%
Что	<i>felicidad</i> (счастье) — 92 / 24,46 %; <i>tristeza</i> (печаль) — 33 / 8,77 %; <i>sonrisa</i> (улыбка) — 27 / 7,2 %; <i>vida</i> (жизнь) — 21 / 5,59 %; <i>fiesta</i> (праздник) — 17 / 4,52 %; <i>risa</i> (смех) — 15 / 3,99 %; <i>diversión</i> (веселье) — 9 / 2,39 %; <i>pena</i> (печаль) — 9 / 2,39 %; <i>amistad</i> (дружба) — 8 / 1,64 %; <i>luz</i> (свет) — 7 / 1,86 %; <i>risas</i> (смех, мн. ч.) — 6 / 1,6 %; <i>amor</i> (любовь) — 5 / 1,33 %; <i>paz</i> (мир) — 5 / 1,03 %; <i>campo</i> (апеал) — 4 / 0,82 %; <i>estado</i> (состояние) — 4 / 0,82 %; <i>bienestar</i> (благополучие) — 3 / 0,8 %; <i>emoción</i> (эмоция) — 3 / 0,8 %; <i>esperanza</i> (надежда) — 3 / 0,8 %; <i>familia</i> (семья) — 3 / 0,8 %; <i>ilusión</i> (иллюзия) — 3 / 1,33 %; <i>júbilo</i> (ликование) — 3 / 1,33 %; <i>música</i> (музыка) — 3 / 1,33 %; <i>niño</i> (ребенок) — 3 / 1,33 %; <i>rosa</i> (роза) — 3 / 1,33 %; <i>sentimiento</i> (чувство) — 3 / 1,33 %; <i>sustantivo</i> (существительное) — 3 / 1,33 %; <i>vitalidad</i> (жизнеспособность) — 3 / 1,33 %; <i>camino</i> (путь) — 2 / 0,53 %; <i>cariño</i> (любовь, нежность) — 2 / 0,53 %; <i>dicha</i> (счастье) — 2 / 0,51 %; <i>gozo</i> (радость) — 2 / 0,53 %; <i>jovialidad</i> (веселость) — 2 / 0,53 %; <i>miedo</i> (страх) — 2 / 0,53 %; <i>placer</i> (удовольствие) — 2 / 0,53 %; <i>satisfacción</i> (удовлетворение) — 2 / 0,53 %; <i>simpatía</i> (симпатия) — 2 / 0,53 %; <i>sol</i> (солнце) — 2 / 0,56 %	319	93 %
Какой	<i>feliz</i> (счастливый) — 8 / 2,12 %; <i>contento</i> (довольный) — 5 / 1,32 %; <i>fugaz</i> (скоротечная) — 3 / 0,8 %; <i>triste</i> (грустный) — 3 / 0,8 %	19	5,05 %
Делать	<i>reír</i> (смеяться) — 5; <i>vivir</i> (жить) — 3 / 0,8 %; <i>aprobar</i> (пробовать, пытаться) — 2 / 0,53 %	10	2,65 %
Как	<i>bien</i> (хорошо) — 3 / 0,8 %; <i>con dinero</i> (с деньгами) — 1 / 0,27 %	4	1,06 %
Словосочетание			
Прочее	<i>vive</i> (да здравствует) — 1 / 0,27 %	1	0,27 %
		376	100 %

Таблица 12. Соотношение семантических зон ассоциатов на стимул *alegría*, %

Зоны	Группа 1. Эквадорцы (испанский язык)	Группа 2. Американцы (английский язык)	Группа 3. Испанцы (испанский язык)
Кто (человек)	3,09	1,69	3,46
Что	93,83	77,97	93,00
Какой	1,23	6,78	5,05
Делать	1,23	5,05	2,65
Как	0,61	6,78	1,06
Словосочетание	0,00	3,38	0,00
Прочее	0,00	0,00	0,27

Рис. 3. Соотношение семантических зон ассоциатов на стимул *alegría* / *cheerfulness* (радость)

Как видно из табл. 9—11, в зону **что (предметы)** у эквадорцев входят *felicidad* (счастье, 29,63 %) и *sonrisa* (улыбка, 19,14 %); у испанцев — *felicidad* (счастье, 24,46 %) и *tristeza* (печаль, 8,77 %); *sonrisa* (улыбка, 7,2 %) является третьей реакцией по популярности. У американцев же счастье ассоциируется с такими понятиями, как *love* (любовь) — 20,33 %, *dream* (мечта) — 15,25 % и *joy* (радость) — 10,16 %. Как можно заметить, реакции испанцев и эквадорцев совпадают между собой и не совпадают с реакциями американцев.

В зоне **кто** (см. табл. 9—11) также обнаруживаются заметные расхождения в реакциях с американцами: у испанцев в этой зоне представлены *amigos* (друзья, 1,59 %), у эквадорцев — *amigo* (друг, 3,24 %), а для американцев *cheerfulness* — это *beloved one* (любимый, любимая, 1,69 %).

Выявленные лингвокультурные различия представлены в табл. 13 и графике на рис. 3.

Наше исследование показало, что ассоциативные поля, отражающие языковую картину мира эквадорцев, испанцев и американцев, имеют определенные сходства в структуре и при этом существенно различаются по критериям содержания и системности. Особенно глубоки различия между носителями разных языков (в нашем случае испанского и английского), что продиктовано спецификой культуры, истории, философии, религии.

Структура ассоциативного поля эквадорцев ближе к структуре ассоциативного поля испанцев, и это объясняется схожестью истории двух стран и их колониальным прошлым.

В данной работе было доказано, что хотя Соединенные Штаты Америки территориально находятся очень близко к Эквадору, в отличие от Испании, эквадорцы и американцы совершенно по-разному воспринимают мир.

В нашем случае нельзя не вспомнить слова Сепира о том, что люди живут не только в своём материальном, духовном и социальном мирах, но «и во власти своего языка. Их „реальный мир“ строится на основе языковых привычек их социальной группы. Миров

разных групп — это разные миры, а не один с навешанными на него разными языковыми ярлыками» [Сепир 2003: 130—155].

ЛИТЕРАТУРА

1. Испанско-русский словарь. Латинская Америка. 3-е изд. — М. : Русский язык Медиа, 2008. 610 с.
2. 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.
3. Санчес Пуиг М. Diccionario de términos lingüísticos ruso-español-ruso. Словарь лингвистических терминов (русско-испанско-русский). — М. ; Мадрид, 1994.
4. Санчес Пуиг М. Estudio de los procesos sociopolíticos y su reflejo en el lenguaje. Анализ социо-политических процессов и их отражение в языке. 1996.
5. Санчес Пуиг М., Караулов Ю. Н., Черкасова Г. А. Normas asociativas del español y del ruso. — М. ; Мадрид, 2001.
6. Санчес Пуиг М., Караулов Ю. Н., Черкасова Г. А. Ассоциативные нормы испанского и русского языка. — М. : Азбуковник, 2006.
7. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. — М., 1993. 270 с.
8. Этнографическое обозрение : журн. 2003. № 3. С. 108.
9. Фирсова Н. М. Испанский язык в испаноязычных государствах Латинской Америки. Эквадор [Электронный ресурс]. — М., 2001. URL: <http://web-local.rudn.ru/weblocal/uem/filolog/3/Html3/Doc/ekvador.pdf>.
10. Шведова Н. Ю. Местоимение и смысл. URL: https://books.google.com.ec/books?id=GKcSAGAAQBAJ&pg=PA457&lpg=PA457&dq=%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0+%D0%B8%D1%81%D1%85%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8B%D1%85%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9+%D0%BD-%D1%8E-%D1%88%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0&source=bl&ots=vid8fgV9qL&sig=ACfU3U1S7ezfaw8YGi7gPffD26Ks_dBrw&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjlvHMtrvgAhUOHqwkH_UZhA_UQ6AEwCnoECAQAQ#v=onepage&q=%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0%20%D0%B8%D1%81%D1%85%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8B%D1%85%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BD-%D1%8E-%D1%88%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0&f=false.
11. Эквадор. В поисках приключений [Электронный ресурс]. Ч. 1. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=31Z6rfx5u1Y>.
12. Эквадор. В поисках приключений [Электронный ресурс]. Ч. 2. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0yZ5q2l4QAQ>.
13. Эквадор на неделю / Путешествие в Эквадор [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5F0idxiBzUQ>.
14. Электронный ассоциативный словарь английского языка [Электронный ресурс]. URL: http://it-claim.ru/Anna/public/Public_Statya/ElAssotsSlovarAngl/ElAssotSlovarAngl.htm (дата обращения: 14.02.2019).
15. Ufimtseva N. V. The Associative Dictionary as a Model of the Linguistic Picture of the World // Procedia. Social and Behavioral Sciences. 2014. Vol. 154. P. 36—44. ISSN 1877-0428.

Y. V. Inzhivotkina

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

✉ E-mail: yana.inzhivotkina@ug.edu.ec.

Peculiar Features of Mentality of Latin Americans (on the Example of Ecuador)

ABSTRACT. Under the influence of Russian propaganda (serials, literature, television programs), a certain image has formed in the minds of the Russian people — a stereotype of Latin American culture. As a rule, this conceptual image in-

cludes hot Latin machos and passionate Latin girls. And they are always ready to fight for the freedom and independence of their country. Any stereotype is always exaggerated and gives a rather one-sided impression of the people. Of course, people here are more temperamental than in Europe or Russia; they do care about the fate of their homeland, but the times when freedom had to be fought for have passed by now. The article makes an attempt to single out some of the characteristic features of Ecuadorian mentality, and, with the help of an associative experiment, to compare their vision of the world with the worldview of Spaniards and North Americans. The Spaniards and North Americans have not been chosen by chance, because Ecuador is a former Spanish colony, and the United States is geographically close to Ecuador. In this regard, American culture has a great influence on the country, and now, in the era of globalization, Anglo-Saxon culture expands to the neighboring countries through new concepts. An associative experiment has been conducted in order to understand which image of the world is closer to the Ecuadorians: the North American one, due to the territorial proximity, or the Spanish one, stemming from the unity of the language.

KEYWORDS: associative experiment; change of mentality; national culture; national mentality; linguoculturology.

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. Peculiar Features of Mentality of Latin Americans (on the Example of Ecuador) / Y. V. Inzhivotkina // Political Linguistics. — 2019. — No 2 (74). — P. 132-142. — DOI 10.26170/pl19-02-15.

REFERENCES

1. Spanish-Russian dictionary. Latin America. 3rd ed. - M.: Russian Language Media, 2008. 610 p. [Ispansko-russkiy slovar'. Latinskaya Amerika. 3-e izd. — M.: Russkiy yazyk Media, 2008. 610 s.]. — (In Rus.)
2. Med N. G. Associative Standards in the Spanish and Russian Appraisal Picture of the World (on the material of vocabulary and phraseology) // Hertald of the St. Petersburg Univ. Ser. 9. 2008. Vol. 3. Part 2. P. 201—203. [Assotsiativnye standarty v ispanskoy i russkoy otsennochnoy kartine mira (na materiale leksiki i frazeologii) // Vestn. S.-Peterb. un-ta. Ser. 9. 2008. Vyp. 3. Ch. 2. S. 201—203]. — (In Rus.)
3. Sanchez Puig M. Diccionario de términos lingüísticos ruso-español-ruso. [Slovar' lingvisticheskikh terminov (russko-ispansko-russkiy)]. — Moscow; Madrid, 1994. — (In Rus.)
4. Sanches Puig M. Estudio de los procesos sociopolíticos y su reflejo en el lenguaje. Analysis of socio-political processes and their reflection in the language. 1996. [Analiz sotsio-politicheskikh protsessov i ikh otrazhenie v yazyke. 1996]. — (In Rus.)
5. Sanches Puig M., Karaulov Yu. N., Cherkasova G. A. Normas asociativas del español y del ruso. — Moscow; Madrid, 2001.
6. Sanches Puig M., Karaulov Yu. N., Cherkasova G. A. Associative Norms of the Spanish and Russian Languages. — Moscow: Azbukovnik, 2006. [Assotsiativnye normy ispanskogo i russkogo yazyka. — M.: Azbukovnik, 2006]. — (In Rus.)
7. 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.)
8. Ethnographic Review: jourm. 2003. № 3. P. 108. [Etnograficheskoe obozrenie: zhurn. 2003. № 3. S. 108]. — (In Rus.)
9. Firsova N. M. Spanish in the Spanish-speaking Latin American States. Ecuador [Electronic resource]. — Moscow, 2001. [UIspanskiy yazyk v ispanoyazychnykh gosudarstvakh Latinskoy Ameriki. Ekvador. — M., 2001]. URL: <http://web-local.rudn.ru/weblocal/uem/filolog/3/Html3/Doc/ekvador.pdf>.
10. Shvedova N. Yu. Pronoun and Meaning. [Mestoimenie i smysl]. URL: https://books.google.com.ec/books?id=GKcSagAAQBAJ&pg=PA457&lpg=PA457&dq=%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0+%D0%B8%D1%81%D1%85%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8B%D1%85%C2%B4%D0%BC%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9+%D0%BD-%D1%8E-%D1%88%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0&source=bl&ots=vid8fgV9qL&sig=ACfU3U1S7ezfaw8YGi7gPfFeD26Ks_dBrw&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjilvHMtrvgAhUOHqwkHU-ZhA_UQ6AEwCnoECAQQAQ#v=onepage&q=%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0%D0%B0%20%D0%B8%D1%81%D1%85%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8B%D1%85%C2%B4%D0%BC%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BD-%D1%8E-%D1%88%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0&f=false.
11. Ecuador. In Search of Adventure [Electronic resource]. Part 1. [Ekvador. V poiskakh prikl'yucheniya. Ch. 1]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=31Z6rfx5u1Y>.
12. Ecuador. In Search of Adventure [Electronic resource]. Part 2. [Ekvador. V poiskakh prikl'yucheniya. Ch. 2]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0yZ5q2l4QAQ>.
13. Ecuador for a Week / Travel to Ecuador [Electronic resource]. [Ekvador na nedel'ku / Puteshestvie v Ekvador]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5F0idxiBzUQ>.
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 (date of access: 14.02.2019).
15. Ufimtseva N. V. The Associative Dictionary as a Model of the Linguistic Picture of the World // Procedia. Social and Behavioral Sciences. 2014. Vol. 154. P. 36—44. ISSN 1877-0428.