Политическая лингвистика. 2026. № 5 (119).
Political Linguistics. 2026. No 5 (119).

УДК 81'23+81'27+81'246.2
ББК Ш100.3+Ш100.621+Ш102.2 *ГРНТИ 16.21.29* *Код ВАК 5.9.8*

Вероника Александровна Каменева[1]✉, Наталья Вадимовна Потапова[2]✉, Надежда Владимировна Рабкина[3]✉, Наталья Валентиновна Григорьева[4]✉

[1,2,3] Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия
[1] russia_science@mail.ru✉, SPIN-код: 9659-7646, https://orcid.org/0000-0001-8146-9721
[2] nv_potapowa@mail.ru✉, SPIN-код: 2682-1146, https://orcid.org/0000-0001-7593-1713
[3] nrabkina@mail.ru✉, SPIN-код: 5166-3567, https://orcid.org/0000-0002-6623-6679
[4] Филиал Кузбасского государственного технического университета им. Т. Ф. Горбачева в г. Прокопьевске, Прокопьевск, Россия, ngrigorn311@gmail.com✉, SPIN-код: 5936-7766, https://orcid.org/0000-0003-1491-4113

Особенности ассоциирования у билингвов: флаг своей страны как стимул направленного ассоциативного эксперимента с билингвами Индии и России через призму второго языка

АННОТАЦИЯ. *Цель статьи — выявить специфику ассоциирования у билингвов на неродном языке. В работе также соотнесены ассоциативные поля, составленные на материале ассоциативного эксперимента с национальными флагами стран в качестве стимула у студентов Индии и России. Исследование выполнено в рамках психолингвистики — актуального направления лингвистических исследований современности. В ассоциативном эксперименте приняли участие 62 студента из Индии и 62 российских студента. Индийским студентам в качестве стимула было предложено символьное изображение национального флага Индии, а российским — флага России. Условия эксперимента были ограничены языком реагирования и количеством ассоциатов. Для сбора и интерпретации данных в исследовании применялись методы анкетирования, направленного цепочечного психолингвистического эксперимента, семантического гештальта Ю. Н. Караулова. У русскоязычных билингвов не отмечено нарушение инструкции фиксировать ассоциаты на английском языке. Предположительно, непроизвольное переключение кода — переход на родной язык не фиксируется ввиду высокого уровня тормозного контроля. У хинди-английских билингвов, напротив, зафиксированы подобные «срывы» следования инструкции, когда отдельные реакции выдавались на родном языке. Данный факт свидетельствует о слабом торможении родного языка вследствие постоянного использования смеси хинди и английского в учебной и бытовой коммуникации. При предъявлении визуального стимула у обеих групп респондентов активируется культурная идентичность, вызывающая сильные эмоциональные реакции.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *билингвизм, билингвы, ассоциативный эксперимент, психолингвистика, национальная символика, переключение кодов, национальный флаг, российские студенты, индийские студенты*.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ: *Каменева Вероника Александровна, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой теории и методики преподавания гуманитарных дисциплин, Институт образования, Кемеровский государственный университет, г. Кемерово, Россия, email: russia_science@mail.ru.*

Потапова Наталья Вадимовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии, Институт филологии, иностранных языков и медиакоммуникаций, Кемеровский государственный университет, г. Кемерово, Россия, email: nv_potapowa@mail.ru.

Рабкина Надежда Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры переводоведения и лингвистики, Институт филологии, иностранных языков и медиакоммуникаций, Кемеровский государственный университет, г. Кемерово, Россия, email: nrabkina@mail.ru.

Григорьева Наталья Валентиновна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин, филиал Кузбасского государственного технического университета им. Т. Ф. Горбачева в г. Прокопьевске, г. Прокопьевск, Россия, email: ngrigorn311@gmail.com.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: *Каменева, В. А.* Особенности ассоциирования у билингвов: флаг своей страны как стимул направленного ассоциативного эксперимента с билингвами Индии и России через призму второго языка / В. А. Каменева, Н. В. Потапова, Н. В. Рабкина, Н. В. Григорьева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2026. — № 5 (119). — С. 213-223.

Veronika A. Kameneva[1]✉, Natal′ya V. Potapova[2]✉, Nadezhda V. Rabkina[3]✉, Natal′ya V. Grigorieva[4]✉

[1,2,3] Kemerovo State University, Kemerovo, Russia
[1] russia_science@mail.ru✉, SPIN code: 9659-7646, https://orcid.org/0000-0001-8146-9721
[2] nv_potapowa@mail.ru✉, SPIN code: 2682-1146, https://orcid.org/0000-0001-7593-1713
[3] nrabkina@mail.ru✉, SPIN code: 5166-3567, https://orcid.org/0000-0002-6623-6679
[4] Prokopyevsk Branch of Kuzbass State Technical University, Prokopyevsk, Russia, ngrigorn311@gmail.com✉, SPIN code: 5936-7766, https://orcid.org/0000-0003-1491-4113

© Каменева В. А., Потапова Н. В., Рабкина Н. В., Григорьева Н. В., 2026

Каменева В. А., Потапова Н. В., Рабкина Н. В., Григорьева Н. В. Политическая лингвистика. 2026. № 5 (119). С. 213–223

A Specific Feature of Associative Thinking: The National Flag in Targeted Associative Experiments with Russian and Indian Bilinguals from the Second Language Perspective

ABSTRACT. *The aim of the article is to identify the specificity of associative thinking in bilinguals in a non-native language. The article also correlates the associative fields obtained through an associative experiment with national flags as a visual stimulus for Indian and Russian students. The study is carried out in the framework of psycholinguistics – a relevant area of contemporary linguistic research. The experiment involved 62 Indian students and 62 Russian students from Kemerovo State University. The students from India were given a symbolic image of India's national flag as a stimulus, while the Russian students were offered the image of the Russian flag. The experimental conditions were limited by the language of response and the number of associates. To collect and interpret data, the study uses the methods of questionnaire, directed chain psycholinguistic experiment, and Yu. N. Karaulov's semantic gestalt approach. The Russian-speaking bilinguals did not violate the instruction to express associations in English. The absence of involuntary code switching (the use of the native language) may be the result of the high level of inhibitory control. The Hindi-English bilinguals, on the contrary, failed to follow the instructions, often switching to their native language. This fact indicates a weak inhibition of the native language due to the habitual use of Hindi and English in academic and everyday communication. Therefore, the visual stimulus activated a sense of cultural identity in both groups, causing strong emotional response.*

KEYWORDS: *bilingualism, bilinguals, associative experiment, psycholinguistics, national symbols, code switching, national flag, Russian students, Indian students*.

AUTHOR'S INFORMATION: *Kameneva Veronika Aleksandrovna, Doctor of Philology, Professor, Head of Department of Theory and Methods of Teaching Humanities, Institute of Education, Kemerovo State University, Kemerovo, Russia.*

Potapova Natal'ya Vadimovna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Romance and Germanic Philology, Institute of Philology, Foreign Languages and Media Communications, Kemerovo State University, Kemerovo, Russia.

Rabkina Nadezhda Vladimirovna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Translation Studies and Linguistics, Institute of Philology, Foreign Languages and Media Communications, Kemerovo State University, Kemerovo, Russia.

Grigor'yeva Natal'ya Valentinovna, Candidate of Pedagogy, Associate Professor of Department of Social and Humanitarian Disciplines, Prokopyevsk Branch of T. F. Gorbachev Kuzbass State Technical University, Prokopyevsk, Russia.

FOR CITATION: *Kameneva V. A., Potapova N. V., Rabkina N. V., Grigorieva N. V*. (2026). A Specific Feature of Associative Thinking: The National Flag in Targeted Associative Experiments with Russian and Indian Bilinguals from the Second Language Perspective. In *Political Linguistics*. No 5 (119), pp. 213-223. (In Russ.).

ВВЕДЕНИЕ

Символическая система определенного общества выступает ресурсом консолидации этого общества [Ковригина 2015]. Гербы и флаги воспринимаются как целостные поликодовые образы, не требующие интерпретации или разложения на составляющие [Максименко 2019]. Семиотический анализ символизма флагов тридцати стран показал, что каждая нация наделяет свой флаг особыми, цементирующими идентичность узнаваемыми смыслами, среди которых религиозные убеждения, культурные влияния, исторические события, география, экология, а также социальные, политические и экономические факторы [Shakeel 2023].

Флаг — это целостная комбинация цветов, форм и пространственных взаимоотношений на ткани. Примечательно, что флаг реализует свою смысловую полноту, только если он трехмерен: двухмерное изображение флага, например, на экране компьютера, будет его метонимией [Leone 2024].

Культурные символы, подобные флагам, представляют смыслы, разделяемые всеми членами данной общности. С этой позиции флаг — часть так называемого культурного капитала, то есть «активов» общества, включающих в себя ценности, убеждения, язык и культуру. Культурный капитал может использоваться как для стимуляции чувства принадлежности, так и для социальной и культурной изоляции [Wagner 2019].

Хотя национальные символы пронизывают большинство современных обществ, и государственная политика поощряет их демонстрацию, психологические и социальные последствия воздействия национальных символов на разные группы населения всё еще изучены недостаточно [Butz 2009]. Тем не менее присутствие национального флага подсознательно воздействует на политическое поведение [Hassin 2007]. Так, в одном немецко-американском опросе реципиенты были склонны более негативно высказываться по вопросу иммиграционной политики своих стран, если на анкете присутствовало изображение национального флага [Becker 2012]. В аналогичном эксперименте, проведенном в южных штатах США, присутствие флага конфедерации на анкете негативно

воздействовало на намерение реципиента-южанина голосовать за темнокожего президента [Ehrlinger 2010].

Манипуляции с флагом в ходе истории — не просто физический, а перформативный акт создания социального смысла, в котором символические представления стратегически деконструируются и реконструируются для передачи сложных политических и культурных противоречий внутри общества [Adler 2025]. Национальные флаги — невербальные выражения, визуальные артефакты, чье значение однозначно (они представляют нацию), а коннотации, наоборот, чрезвычайно разнообразны и могут меняться со временем [Leone 2024].

ИССЛЕДОВАННОСТЬ ПРОБЛЕМАТИКИ

В 2015 г. социологами был проведен ассоциативный эксперимент, включавший в себя визуальные стимулы в виде герба и флага России, а также аудиальный стимул — гимн страны. В 30 % случаев были получены ассоциации с административными органами, спортивными мероприятиями (25 %), праздниками (20 %) и брендами (10 %), а ассоциации историко-патриотического характера составили всего 15 %. «Возвышенные» эмоции указали 50 % опрошенных против 50 % «снисходительных», «негативных» и «безразличных». Авторы пришли к неутешительному выводу, что образы государственной символики настолько активно реплицируются в массовой культуре, что их транслируемое значение начинает кардинально расходиться с изначальным, отсюда утрата ценностных смыслов и размывание значимых образов. В результате, несмотря на универсальный, узнаваемый код этих символов, они перестают работать на уровне макросоциальной консолидации общества [Ковригина 2015]. В сравнительном ассоциативном эксперименте 2018 г. с тремя словами-стимулами — Россия, Великобритания и США — только стимул *США* вызвал ассоциацию с флагом [Тарасенко 2018].

В августе 2026 г. опрос ВЦИОМ показал, что ключевая вербальная ассоциация, вызываемая у россиян изображением флага своей страны, — гордость (41 %) (на втором месте — Родина и Отечество). У 82 % флаг России вызывает чувство гордости независимо от их политических убеждений, а для 84 % он является консолидирующим напоминаем об общем прошлом и будущем нации[1].

Изображение флага — визуальный стимул. В ассоциативных экспериментах визуальный стимул и вербальное наименование изображаемого предмета могут вызвать разные реакции, сигнализируя о неких глубинных герменевтических процессах. Так, в период коронавируса изображение короны вызывало совсем другие ассоциации, нежели аудиальный стимул *корона* [Конева 2022]. Визуальные стимулы часто используются в психолингвистических исследованиях, в которых требуется идентифицировать расхождение между смыслом, заложенным в изображение его создателями, и смыслом, который возникает в процессе его интерпретации аудиторией, или же противоречие между вербальным и невербальным компонентами реализованного текста, например, где требуется выявить нарушения рекламного законодательства [Никаева 2020].

Аналогичным образом наивная интерпретация смыслов, транслируемых национальным флагом, может противоречить интенции его создателей. В одном социопсихологическом исследовании ассоциативный эксперимент с гербами разных стран в качестве визуального символа был направлен на выявление чувства угрозы, связанного с восприятием образов оружия или хищных зверей (так называемые потенциально конфликтосодержащие геральдические символы). Он проводился среди иностранных студентов, которые подтвердили (87 %) гипотезу авторов о подсознательной интерпретации геральдического бестиария как источника опасности, даже если официальная трактовка анималистического элемента в геральдических энциклопедиях не была связана с агрессией [Максименко 2019].

В целом визуальные символы оказываются более эффективны для психофизиологических тестов (например, опроса на полиграфе), так как правополушарная латеризация встречается достаточно часто, а связана она с одномоментным, целостным восприятием: для респондента, испытывающего негативные эмоции в связи с узнаванием стимула, визуальный способ предъявления информации более эффективен [Арефьева 2023].

Несмотря на то что визуальная подача информации в современном обществе играет огромную роль, социологические науки уделяют вопросам визуального восприятия недостаточно внимания: слова традиционно считаются важнее образов [Arruda 2015], хотя визуальные образы обрабатываются более непосредственно, чем вербальная

[1] ВЦИОМ: флаг вызывает гордость у 82 % россиян // ЭИСИ. — 20.08.2026. — URL: https://eisr.ru/news-and-announcements/vtsiom-flag-vyzyvaet-gordost-u-82-rossiyan-/ (дата обращения: 28.08.2026).

коммуникация, и, следовательно, в меньшей степени подвержены критическому восприятию, что делает их более эффективными стимулами для изучения мнений. Визуальные образы — эффективные стимулы в ассоциативных исследованиях, потому что обладают иллюзорным реализмом, имеют конкретную форму и работают как механизмы памяти [Hakoköngäs 2016]. В случае с флагами целесообразнее говорить о связи коллективной памяти с социальными репрезентациями истории. Коллективная память — это разделяемая некоторой группой память об общем прошлом [Hakoköngäs 2016].

Психосемантические эксперименты показывают, что визуальные стимулы-символы по-разному вписываются в сознание респондентов разного пола и возраста, что предполагает дифференцированную диагностику смыслов-ценностей населения на невербальном ассоциативно-смысловом уровне восприятия [Носс 2025]. Логично, что носители разных культур будут продуцировать разные реакции на одни и те же визуальные стимулы, так как реакции эти будут культурно обусловлены. Особенно это касается такой важной составляющей национального флага, как цвет.

Семиотика цвета такова, что цвета могут функционировать как инструменты денотации и ассоциироваться с конкретными объектами — флагом или целым народом (в этом смысле можно говорить о «грамматике» цвета) [Kress 2002]. Ассоциативный эксперимент применялся в целях выяснения смыслов, которые несут цвета российского влага [Кузнецова 2024].

Сравнительный семиотический анализ этих флагов показал, что основные смыслы, транслируемые флагом России, — гордость и идентичность, при этом белый цвет символизирует чистоту, синий — веру, а красный — мужество, передавая национальную идентичность через идеи культурного наследия, силы, жертвенности и храбрости, которые являются неотъемлемой частью истории и самобытности страны. Для флага Индии основными смыслами стали разнообразие и единство: флаг передает идею мирного сосуществования множества культур и языков, а также идеалы самопожертвования и самоотречения [Shakeel 2023]. Примечательно при этом, что послушание и смирение — аксиологические смыслы, вычленяемые на основе реакций, полученных на визуальный стимул — флаг родной страны в таких коллективистских сообществах, как Индия или Сингапур [Becker 2017]. С точки зрения смыслов, заложенных в композицию индийского флага изначально, его пафос — историческая борьба, этические обязательства и коллективные устремления на пути нации от колониального порабощения к демократическому правлению. Он призван объединить граждан разных регионов, языков и религий под общей национальной идентичностью, напоминая, что свобода неотделима от ответственности [Narasimha Sharma 2026].

В условиях экспорта российского образования преподаватели русского языка как иностранного выбирают страноведческий подход, чтобы формирование коммуникативной компетенции шло параллельно с познавательным, воспитательным и развивающим. В этом смысле национальная символика — тот культурный капитал, который иностранные студенты непременно должны приобрести. Информация о российском флаге часто включается в контекст сравнения с индийским. В одном опросе, предваряющем такое страноведческое занятие, приняли участие 14 индийцев, получающих высшее образование в России. В итоге они разошлись во мнениях относительно смысла национального флага Индии. Шафрановую полосу интерпретировали или как силу и смелость, или же как жертвенность, белую — как мир или как гармонию, зеленую — как рост, плодородие или же как природу. Колесо с 24 лучами в центре флага трактовали как символ религии (30 %), торжество правды (30 %), количество часов в сутках (25 %) или же без объяснения указывали, что это Брахма чакра или Ашока чакра (25 %) [Волкова 2024]. Когда студентов из Индии просили указать, с каким цветом ассоциируется у них Россия, они указывали белый (72 %: холод, зима, умирание природы), красный (60 %: флаг, Красная площадь, пролитая в войнах кровь), коричневый (40 %: медведь как символ России), синий (16 %: водные ресурсы) [Волкова 2023].

В аналогичном ассоциативном эксперименте по семиотике цвета национальных флагов обеих стран реакции студентов из России и Индии существенно различались. И те, и другие обозначили белый как цвет мира, но для индийцев он также символизировал святость и чистоту, а для русских — свободу и благородство. Синий у индийцев означал мужественность, силу и борьбу со злом, а у русских — веру и духовность; красный для индийцев символизировал новое начало и власть, а для русских — любовь, красоту и огонь. Шафрановый у русских студентов не вызвал никаких ассоциаций, а для индийцев это цвет чистоты, огня, очищения. При этом они отделяли его от оранжевого, который описывали как цвет просветления и поиска знания, в то время как для русских это цвет огня. Зеленый для индийских студентов ассоцииро-

вался с природой, процветанием и плодородием, а для русских — с цветением и юностью. Черный индийцы определяли как зло, а русские — как скорбь. Желтый для иностранных студентов был цветом непорочности, надежды и солнца, в то время как русские студенты ассоциировали его с изменой и разлукой [Волкова 2023].

Как следует из обзора научных работ, на сегодня за рамками исследований остается выявление специфики ассоциирования билингвами на неродном языке через призму неродного языка.

Цель статьи — выявить специфику ассоциирования у билингвов на неродном языке в психолингвистическом эксперименте с символьным стимулом, имеющим политическую семантику.

МЕТОДЫ И МАТЕРИАЛ ИССЛЕДОВАНИЯ

В ассоциативном эксперименте приняли участие 62 индийских студента и 62 российских студента. Индийским студентам в качестве стимула было предложено символьное изображение национального флага Индии, а российским — флаг России. Условия эксперимента были ограничены языком реагирования и количеством ассоциатов. Студентам была предоставлена онлайн-анкета со стимулом и заданием. Такой формат был выбран для минимизации получения нечитабельных рукописных ассоциатов. В онлайн-анкете рядом с символом-стимулом было дано задание на английском языке: Look at the image below. Take 1 minute to write down 5 first words (in English) that come to your mind as you look at it. Please DO NOT use dictionaries or machine translation. Все участники эксперимента на момент проведения эксперимента являлись студентами второго и третьего курсов, обучающимися по медицинскому и педагогическому направлениям подготовки Кемеровского государственного университета.

Уровни владения языками у индийских студентов:

1. Родной язык (L1): различные диалекты хинди.
2. Английский язык (L2): свободное владение, уровень профессионального общения.

Уровни владения языками у российских студентов:

1. Родной язык (L1): русский язык.
2. Английский язык (L2): свободное владение, уровень профессионального общения.

Для сбора и интерпретации данных в исследовании применялись методы анкетирования, направленного цепочечного психолингвистического эксперимента, семантического гештальта Ю. Н. Караулова.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Визуальный стимул *флаг Российской Федерации*

Флаг Российской Федерации — официальный символ страны — представляет собой прямоугольное полотнище, состоящее из трех равновеликих горизонтальных полос: белой (символизирующей чистоту, мир, совершенство), синей (веру, постоянство, честность) и красной (мужество, смелость, силу) (рис. 1).

Наиболее частотными вербальными реакциями, полученными от российских респондентов на визуальный стимул *флаг Российской Федерации*, оказались слова *flag* (35), *Russia* (24), *country* (14), *white* (14), *red* (13), *blue* (12), *home* (10). Все зафиксированные слова-реакции были проанализированы по методу семантического гештальта [Караулов 2000] и распределены по семантическим зонам. Основой для наименования семантических зон стали ассоциирующиеся со стимулом *форма, цвет, идея* (стоящая за комбинацией формы и цвета). Слова-реакции каждой семантической зоны были распределены в порядке убывания (табл. 1).

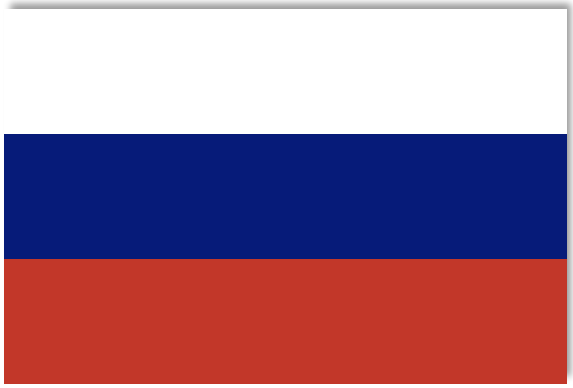


Рис. 1. Флаг Российской Федерации

Таблица 1

Семантическая классификация реакций на визуальный стимул *флаг Российской Федерации*

Семантическая зона	Вербальные реакции (количество)
Форма	banner (1), rectangle (1), stripes (1), three-striped (1)
Цвет	
простое цветообозначение	white (14), red (13), blue (12)
лексические единицы с элементом *-colour*	tricolour (5), three-colored (1), colours (1)
Идея	
пространство	Russia (24), country (14), home (10), sky (7), homeland (6), Motherland (4), Federation / Russian Federation (3), Moscow (3), fields (2), size/big-sized (2), Siberia (1), forest (1), Kemerovo (1), sea (1), river (1)
органы правления	government (6), Kremlin (1)
мощь / сила	blood (6), power (4), army (1), aviation (1), tanks (1), parade (1)
люди	nation / national (5), Putin (3), people (2), family (2), Slavic (1), Russian (1), patriot (1)
животные	bear/s (2)
растения	corn (1), birch (1)
язык	language / Russian language (2)
символика / символизм	flag (35), symbol / symbolism (4), anthem (3), three (2)
природа / природные явления	snow (1), winter (1), fire (1)
лексика восприятия, оценки и качества:	
с нейтральной коннотацией (9)	history (3), music (1), literature (1), politics (1), meaning (1), law (1), force (1)
с положительной коннотацией (40)	patriotism / patriotic (4), peace (4), love (3), unity (3), beauty / beautiful (3), independence (2), belonging (2), pride (1), stability (1), life (1), freshness (1), grace (1), traditions (1), honesty (1), self-awareness (1), purity (1), identity (1), potential (1), prestige (1), fairness (1), holiday (1), Victory Day (1), strong (1), majestic (1), sovereign (1), democracy (1)
с отрицательной коннотацией (3)	terror (1), kill (1), rigid (1)

Визуально флаг Российской Федерации лаконичен и представляет собой прямоугольное полотнище с тремя горизонтальными полосами: белой, синей и красной. Так, **в семантическую зону *ФОРМА*** вошли элементарные наименования — единичные реакции *banner, rectangle, stripes, three-striped.*

В семантическую зону *ЦВЕТ* вошли базовые реакции, спровоцированные цветовой гаммой стимула. Ассоциации на этом уровне также элементарны и сводятся к наименованиям простых цветообозначений: *white, blue, red.* Кроме этого, в данной зоне зафиксированы лексемы с элементом *-colour* (*tricolour, three-colored* и др.).

Подавляющее большинство полученных реакций на предъявленный визуальный стимул вызвало в сознании респондентов ассоциации, связанные не с формой (4) и цветом (46), а с идеей, передаваемой эмблемой в целом. **В семантической зоне *ИДЕЯ*** (самой многочисленной (222)) слова-реакции распределены на несколько групп: *пространство, органы правления, мощь / сила, люди, животные, растения, язык, символика / символизм, природа / природные явления*.

Кроме этого, в данной семантической зоне были зафиксированы лексические единицы с нейтральной, положительной и отрицательной эмоциональной окраской. Реакций с положительной коннотацией подавляющее большинство — 40. Среди них такие абстрактные существительные, как *peace, love, unity, independence, belonging, pride, stability, life* и др., а также качественные прилагательные *patriotic, beautiful, strong* и др. Реакции *Victory Day, traditions* считаем правомерно отнести к словам с положительной окраской, так как в данном контексте они могут свидетельствовать о чувстве гордости у респондентов за победу русского народа в Великой Отечественной войне и крепких традициях, связанных с национальным праздником.

Слов-реакций с нейтральной коннотацией зафиксировано 9: *history, music, literature, politics* и др.

Слов-реакций с отрицательной коннотацией в сознании опрошенных респондентов всего 3: *terror, kill, rigid.*

Примечательно, что русские студенты-билингвы предлагают все реакции исключительно на английском языке, переход на родной язык не фиксируется. Данное обстоятельство, вероятно, связано с механизмом тормозного контроля: мозг блокирует сильные, но ситуативно нерелевантные реакции ради выполнения текущей задачи (Take 1 minute to write down 5 first words (in English) that come to your mind). У русских студентов торможение родного языка достигает такой степени, что даже мощный визуальный стимул (флаг России) не в состоянии преодолеть этот барьер.

При анализе полученных данных были зафиксированы замены ассоциации на узнавание-наименование эмблемы. Слово-реакция *flag* встретилась 35 раз, что составляет около 13 % от общего числа зафиксированных реакций (272).

Из проведенного анализа можно заключить, что основным триггером извлечения ассоциаций из языкового сознания русских респондентов на визуальный стимул *флаг Российской Федерации* является идея, стоящая за формой и цветом предъявленной эмблемы.

Визуальный стимул *флаг Индии*

Слова-реакции, полученные от индийских студентов на визуальный стимул *флаг Индии*, также были проанализированы по методу семантического гештальта и распределены по семантическим зонам. В данном случае основу для наименования семантических зон составили *объект*, *форма, цвет, идея.* Как и флаг РФ, флаг Индии представляет собой прямоугольный триколор, состоящий из трех горизонтальных полос: шафрановой (символизирующей мужество), белой (мир и истину) и зеленой (плодородие). Однако, в отличие от флага РФ, на полотнище которого отсутствуют какие-либо объекты, в центральной части флага Индии расположен визуальный объект — темно-синее колесо с 24 спицами (Колесо Ашоки), означающее постоянное движение и развитие (рис. 2).

Как и в случае с российским флагом, слова-реакции на флаг Индии были распределены в порядке убывания по семантическим зонам (табл. 2).



Рис. 2. Национальный флаг Индии

Таблица 2

Семантическая классификация реакций на визуальный стимул *флаг Индии*

Семантическая зона	Вербальные реакции (количество)
Форма	circle (1), lines (1)
Объект	ashoka chakra / chakra (24)
Цвет	
простое цветообозначение	saffron (8), white (7), green (7), orange (4), blue (3)
лексические единицы с элементом *-colo(u)r*	tricolour (*хинди:* Tiranga) (22), color/s (3), blue color (1), white color (1) green color (1), orange color (1)
Идея	
пространство	India / country of India (33), country / my country / very vast country / mother country (8)
мощь / сила	Indian army (1)
люди	nation / developing nation / mother nation / nationality (5)
символика / лозунг	flag / Indian flag / national flag / flag of India (29), Bharat / Jai Bharat (*хинди:* Индия / Слава Индии) (2), Jai Hind (*хинди:* Да здравствует Индия, Слава Индии) (1)
природа	mother nature (1), greenery (1)

Окончание таблицы 2

Семантическая зона	Вербальные реакции (количество)
лексика восприятия, оценки и качества:	
с нейтральной коннотацией (9)	diversity (3), culture / cultural (2), food (1), songs (1), civilization (1), republic (1)
с положительной коннотацией (51)	unity (12), pride / proud (6), freedom (5), peace / peaceful (4), patriotism / patriotic (4), heritage (2), democracy (2), celebration (1), bravery (1), honour (1), love (1), life (1), equality (1), strength (1), identity (1), festivals (1), strong (1), independence (1), sovereignty (1), belonging (1), sacrifice (1)

Семантическую зону *ФОРМА* (самую малочисленную) составили элементарные единичные реакции *circle, lines*.

Семантическую зону *ОБЪЕКТ* (вторую по числу реакций) составило существительное *ashoka chakra / chakra* — графический объект в центральной части флага Индии. Данный символ, объединяющий древнюю историю, философию, идеи свободы и развития страны, является одним из самых узнаваемых государственных символов Индии, который изучают в школах и видят повсеместно. Человек, выросший в культурном пространстве Индии, безошибочно интерпретирует данный объект.

В семантическую зону *ЦВЕТ* (третью по числу реакций) вошли базовые реакции, вызванные цветовой гаммой стимула — простые цветообозначения *saffron, white, green, orange, blue.* Также были зафиксированы лексические единицы с элементом *-colo(u)r*: *tricolour (Tiranga), color/s, blue color, white color* и др.

Однако, как и в случае с российским триколором, в сознании индийских респондентов наибольшее количество реакций на предъявленный визуальный стимул вызвали не форма (2), объект (24) и цвет (58), а идея, передаваемая сочетанием формы, объекта и цвета. Так, **в семантической зоне *ИДЕЯ*** (139) слова-реакции распределены на несколько групп: *пространство, люди, мощь / сила, символика / лозунг, природа*. Кроме этого, в данную семантическую зону вошла *лексика восприятия, оценки и качества*, то есть эмоционально окрашенные лексические единицы. Подавляющее большинство составили слова-реакции с положительной коннотацией — 51 (*unity, pride / proud, freedom, peace / peaceful, patriotism / patriotic, bravery, honour, love, life* и др.). Реакций с нейтральной коннотацией значительно меньше — 9 (*diversity, culture / cultural, food, songs, civilization*). Существительное *sacrifice* было отнесено нами к группе слов с положительной коннотацией, так как в индийской культуре оно связано с созидательным даром, долгом и поддержанием гармонии между людьми, силами природы и богами и не имеет отношения к трагедии или бессмысленной утрате.

Слов-реакций с отрицательной коннотацией зафиксировано не было.

Таким образом, основным триггером извлечения ассоциаций из языкового сознания индийских респондентов на визуальный стимул *флаг Индии* является идея, стоящая за формой, объектом и цветом предъявленной эмблемы.

Анализ показывает, что у хинди-английских билингвов доминирующий культурный контекст Индии обусловливает более быстрое извлечение понятий, связанных с родиной и домом, именно на хинди. Так, при виде флага Индии в языковом сознании студентов мгновенно возникают эмоциональные концепты *Tiranga*, *Bharat / Jai Bharat*, *Jai Hind* (иногда с пояснением на английском: *Tiranga (tricolor, meaning "tricolor")*). Подобные случаи квалифицируются как единичные «срывы» следования инструкции.

Поскольку эксперимент ограничен английским языком, у респондентов естественные эмоциональные реакции на хинди блокируются, и студенты вынуждены фиксировать ответы на запрашиваемом языке: *my country, mother country, belonging*.

Извлеченные ассоциации часто имеют яркий этнокультурный маркер, даже будучи облеченными в английскую языковую форму. Так, понятия, усвоенные в рамках школьного образования (касающиеся цветов индийского флага), вербализуются на английском. Оранжевый (шафрановый) цвет активирует ассоциации *bravery, strength, strong, sacrifice*. Белый цвет извлекает пары *peace / peaceful*. Зеленый цвет провоцирует ассоциации, связанные с природой и сельским хозяйством: *mother nature, greenery*. Ашока Чакра извлекает историко-политические ассоциации: *pride, freedom, democracy, identity, equality, independence, sovereignty* и др.

Наряду с базовыми ответами *country / nation* студенты выдают реакцию *mother country* (калька с хинди-концепта Родины-Матери), а также ключевые для индийского

общественно-политического дискурса *unity, diversity*, *patriotism / patriotic*. Кроме того, зафиксированы английские лексемы, наполненные специфическим индийским смыслом (*saffron* — в контексте жертвенности, *festivals, songs* — как маркеры духовного очищения и радости жизни).

При анализе полученных данных были зафиксированы замены ассоциации на узнавание-наименование эмблемы. Реакция *flag / Indian flag / national flag / flag of India* встретилась 29 раз, что составляет 13 % от общего числа зафиксированных реакций (223).

ВЫВОДЫ

Таким образом, сравнивая полученные данные по двум визуальным стимулам — *флаг России* и *флаг Индии*, — приходим к выводу, что в обоих случаях общими семантическими зонами являются *форма, цвет* и *идея*. В случае с индийским флагом уникальной является семантическая зона *объект*, включающая многократную реакцию *ashoka chakra / chakra*. Ассоциации в семантических зонах *форма* и *цвет* носят элементарный характер и представляют собой простые наименования.

Семантическая зона *идея* в обоих случаях является самой многочисленной по числу полученных реакций и состоит из ряда групп слов (*пространство, люди, мощь / сила, символика, природа* и др.). В языковом сознании российских респондентов ассоциации, связанные с *идеей*, более разнообразные и многочисленные.

Среди зафиксированных слов-реакций в обоих случаях имеет место *лексика восприятия, оценки и качества*. В обеих группах респондентов превалируют реакции с положительной коннотацией. Единичные отрицательные коннотации в сознании российских студентов могут быть связаны с политическими разногласиями или личными тяжелыми жизненными ситуациями. В языковом сознании индийских студентов слов с отрицательной коннотацией не зафиксировано.

Также в обеих группах у ряда опрошенных (13 %) наблюдается блокировка генерации ассоциативных смыслов, то есть замена ассоциации на наименование самой предъявляемой эмблемы (*flag*).

У русскоязычных билингвов нарушения инструкции (непроизвольного перехода на родной язык) зафиксировано не было ввиду высокого уровня тормозного контроля. У хинди-английских билингвов, напротив, подобные «срывы» следования инструкции наблюдаются, когда отдельные реакции выдаются на родном языке. Данный факт свидетельствует о слабом торможении родного языка вследствие постоянного использования смеси хинди и английского в повседневной жизни. При предъявлении визуального стимула (национального флага) у обеих групп респондентов активируется культурная идентичность, вызывающая сильные эмоциональные реакции. Однако если у русских студентов сильный тормозной контроль подавляет этот импульс, то у индийских студентов из-за низкого барьера торможения активация хинди пробивает ослабленный контроль, что приводит к неосознанному переходу на родной язык.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Арефьева, О. В. Восприятие визуальных стимулов обследуемым в рамках специального психофизиологического исследования с применением полиграфа / О. В. Арефьева // Прикладная юридическая психология. — 2023. — № 1 (62). — С. 84–93. — DOI 10.33463/2072-8336.2023.1(62).084-093. — EDN GSQPUZ.

2. Волкова, Е. А. Лингвострановедение на занятиях по РКИ в неязыковом вузе: государственный флаг России / Е. А. Волкова, В. Гаушалия // Проблемы модернизации современного высшего образования: лингвистические аспекты : материалы X Международ. науч.-практ. конф., Омск, 24 мая 2024 г. — Омск : Военная академия материально-технического обеспечения им. генерала армии А. В. Хрулева, 2024. — С. 117–121. — EDN USKFUF.

3. Волкова, Е. А. Символика цвета: Индия и Россия в диалоге культур / Е. А. Волкова, Б. Бхавеш // Проблемы модернизации современного высшего образования: лингвистические аспекты. Лингвометодические проблемы и тенденции преподавания иностранных языков в неязыковом вузе : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф., Омск, 19 мая 2023 г. — Омск : Омский автобронетанковый инженерный институт, 2023. — С. 24–27. — EDN PRQHLY.

4. Караулов, Ю. Н. Показатели национального менталитета в ассоциативно-вербальной сети / Ю. Н. Караулов // Языковое сознание и образ мира / отв. ред. Н. В. Уфимцева. — Москва : ИЯ РАН, 2000. — С. 191–206. — EDN SIJQLH.

5. Ковригина, Г. Д. Значение и восприятие государственных символов в современном российском обществе / Г. Д. Ковригина // Дискусся. — 2015. — № 7 (59). — С. 91–96. — EDN UIXYWH.

6. Конева, Е. А. Специфика способа восприятия испытуемыми стимулов в ходе проведения ассоциативного эксперимента / Е. А. Конева, Ю. Р. Мелихова // Русский лингвистический бюллетень. — 2022. — № 2 (30). — DOI 10.18454/RULB.2022.30.13. — EDN KZNABP.

7. Кузнецова, Л. Э. Анализ восприятия слов-цветообозначений Российского триколора в русском языковом сознании с помощью ассоциативного эксперимента / Л. Э. Кузнецова, В. Р. Вдовина // Национальные языки и культуры: мышление и понимание в условиях глобализации : материалы IV Всерос. науч.-практ. конф., Армавир, 30 ноября 2023 г. — Армавир : АГПУ, 2024. — С. 85–92. — EDN EVFTNM.

8. Максименко, О. И. Полисемиотические элементы государственных гербов — лингвоконфликтологический анализ / О. И. Максименко, П. Н. Хроменков // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. — 2019. — Т. 10, № 4. — С. 947–956. — DOI 10.22363/2313 2299-2019-10-4-947-956. — EDN GYQHEU.

9. Никаева, Т. М. Роль ассоциативного эксперимента при экспертизе визуальной рекламы / Т. М. Никаева, Т. А. Данилова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2020. — Т. 13, № 11. — С. 254–257. — DOI 10.30853/filnauki.2020.11.53. — EDN VHNQAE.

10. Носс, И. Н. Различия в выборе знака, или Как знак становится эйдосом и символом для исследований ценностей моло-

дежи в условиях профессионального обучения / И. Н. Носс // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Педагогика и психология. — 2025. — № 2 (71). — С. 67–79. — DOI 10.26456/vtpsyped/2025.2.067. — EDN UBZPDW.

11. Тарасенко, В. В. Моделирование стереотипов «Россия», «Великобритания» и «США» на материале ассоциативного эксперимента / В. В. Тарасенко, Ю. В. Краснoперова // Вопросы теории и практики журналистики. — 2018. — Т. 7, № 1. — С. 87–99. — DOI 10.17150/2308-6203.2018.7(1).87-99. — EDN YWINKP.

12. Adler, S. Discourse in the making: the shifting meaning of the national flag in the context of Israel's 2023 judicial overhaul / S. Adler, A. Kohn // Humanities and Social Sciences Communications. — 2025. — Vol. 12, № 1. — DOI 10.1057/s41599-025-05322-9. — EDN KKEWWA.

13. Arruda, A. Image, social imaginary and social representation / A. Arruda // The Cambridge handbook of social representations / eds. G. Sammut, E. Andreouli, G. Gaskell, J. Valsiner. — Cambridge, United Kingdom : Cambridge University Press, 2015. — P. 128–142. — DOI 10.1017/CBO9781107323650.012.

14. Becker, J. Beware of national symbols: How flags can threaten intergroup relations / J. Becker, A. Enders-Comberg, U. Wagner, O. Christ, D. Butz // Social Psychology. — 2012. — Vol. 43, № 1. — P. 3–6. — DOI 10.1027/1864-9335/a000073.

15. Becker, J. C. What do national flags stand for? An exploration of associations across 11 countries / J. C. Becker, D. A. Butz, C. G. Sibley, F. K. Barlow, L. M. Bitacola, O. Christ, S. S. Khan, C.-H. Leong, S. Pehrson, N. Srinivasan, A. Sulz, N. Tausch, K. Urbanska, S. C. Wright // Journal of Cross-Cultural Psychology. — 2017. — Vol. 48, № 3. — P. 335–352. — DOI 10.1177/0022022116687851.

16. Butz, D. National symbols as agents of psychological and social change / D. Butz // Political Psychology. — 2009. — Vol. 30, № 5. — P. 779–804. — DOI 10.1111/j.1467-9221.2009.00725.x.

17. Ehrlinger, J. How exposure to the confederate flag affects willingness to vote for Barack Obama / J. Ehrlinger, A. Plant, R. Eibach, C. Columb, J. Goplen, J. Kunstman, D. Butz // Political Psychology. — 2010. — Vol. 32, № 1. — P. 131–146. — DOI 10.1111/j.1467-9221.2010.00797.x.

18. Hakoköngäs, E. The naturalized nation: Anchoring, objectification and naturalized social representations of history / E. Hakoköngäs, I. Sakki // Journal of Social and Political Psychology. — 2016. — Vol. 4, № 2. — P. 646–669. — DOI 10.5964/jspp.v4i2.664. — EDN YFBSGH.

19. Hassin, R. R. Subliminal exposure to national flags affects political thought and behavior / R. R. Hassin, M. J. Ferguson, D. Shidlovski, T. Gross // Proceeding of the National Academy of Sciences of the USA. — 2007. — Vol. 104, № 50. — P. 19757–19761. — DOI 10.1073/pnas.0704679104.

20. Kress, G. Colour as a semiotic mode: Notes for a grammar of colour / G. Kress, T. J. Van Leeuwen // Visual Communication. — 2002. — Vol. 1, № 3. — P. 343–368. — DOI 10.1177/147035720200100306.

21. Leone, M. Bandeiras nacionais e retórica política: Uma comparação semiótica entre Itália e Brasil / M. Leone // Matrizes. — 2024. — Vol. 18, № 1. — P. 21–36. — DOI 10.11606/issn.1982-8160.v18i1p21-36. — EDN UGETIS.

22. Narasimha Sharma, J. The Indian national flag: History, symbolism and contemporary relevance / J. Narasimha Sharma, K. Rohan, C. Ganesh Vardhan, E. Bhargav Koushik // International Journal for Research Trends and Innovation. — 2026. — Vol. 11, № 2. — P. a248–a252.

23. Shakeel, M. An analysis of flags as cultural icons: A semiotic study of 30 countries / M. Shakeel, M. F. Arslan, H. Haroon // Harf-o-Sukhan. — 2023. — Vol. 7, № 2. — P. 122–145.

24. Wagner, G. Cultural symbols / G. Wagner // EBSCO. — 2019. — URL: https://www.ebsco.com/research-starters/social-sciences-and-humanities/cultural-symbols (date of access: 28.08.2026).

REFERENCES

1. Aref'eva, O. V. (2023). Vospriyatiye vizualnykh stimulov obsleduyemym v ramkakh spetsialnogo psikhofiziologicheskogo issledovaniya s primeneniyem poligrafa = Perception of visual stimuli by the subject in the framework of a special psychophysiological study using a polygraph. *Applied legal psychology, 1*(62), 84–93. DOI 10.33463/2072-8336.2023.1(62).084-093. EDN GSQPUZ.

2. Volkova, E. A., Gaushalea, V. (2024). Lingvostranovedeniye na zanyatiyakh po RKI v neyazykovom vuze: gosudarstvennyy flag Rossii = Linguistic country studies in the Russian language classes at a non-linguistic university: The national flag of Russia. *Problems of modernization of modern higher education: Linguistic aspects. Proceding of the 10 International scientific and practical conference*, 117–121. Russia. EDN USKFUF.

3. Volkova, E. A., Bkhavesh, B. (2023). Simvolika tsveta: Indiya i Rossiya v dialoge kultur = Symbolism of colour: India and Russia in the dialogue of cultures. *Problems of modernization of modern higher education: Linguistic aspects. Linguistic and methodological problems and trends in teaching foreign languages in a non-linguistic university. Proceding of the IX International scientific and practical conference*, 24–27. Russia. EDN PRQHLY.

4. Karaulov, Yu. N. (2000). Pokazateli natsionalnogo mentaliteta v assotsiativno-verbal'noy seti = Indicators of national mentality in the associative-verbal network. *Linguistic consciousness and the image of the world*, 191–206. Moscow: IYa RAN. EDN SIJQLH.

5. Kovrigina, G. D. (2015). Znacheniye i Vospriyatiye gosudarstvennykh simvolov v sovremennom rossiyskom obshchestve = Meaning and taking of state symbols in the modern Russian society. *Discussion, 7*(59), 91–96. EDN UIXYWH.

6. Koneva, E. A., Melikhova, Y. R. (2022). Spetsifika sposoba vospriyatiya ispytuyemymi stimulov v khode provedeniya assotsiativnogo eksperimenta = The specifics of the way subjects perceive stimuli during an associative experiment. *Russian Linguistic Bulletin, 2*(30). DOI 10.18454/RULB.2022.30.13. EDN KZNABP.

7. Kuznetsova, L. E., Vdovina, V. R. (2024). Analiz vospriyatiya slov-tsvetooboznacheniy Rossiyskogo trikolora v russkom yazykovom soznanii s pomoshchyu assotsiativnogo eksperimenta = Analysis of the perception of color designations of the Russian tricolor in the Russian linguistic consciousness using an associative experiment. *National languages and cultures: Thinking and understanding in the context of globalization. Proceding of the IV All-Russian scientific and practical conference*, 85–92. Russia. EDN EVFTNM.

8. Maksimenko, O. I., Khromenkov, P. N. (2019). Polisemioticheskiye elementy gosudarstvennykh gerbov — lingvokonfliktologicheskiy analiz = Polysemiotic elements of the state emblems. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics, 10*(4), 947–956. DOI 10.22363/2313-2299-2019-10-4-947-956. EDN GYQHEU.

9. Nikayeva, T. M., Danilova, T. A. (2020). Rol assotsiativnogo eksperimenta pri ekspertize vizualnoy reklamy = Role of associative experiment in examination of visual advertising. *Philology. Theory & Practice, 13*(11), 254–257. DOI 10.30853/filnauki.2020.11.53. EDN VHNQAE.

10. Noss, I. N. (2025). Razlichiya v vybore znaka, ili kak znak stanovitsya eydosom i simvolom dlya issledovaniy tsennostey molodezhi v usloviyakh professionalnogo obucheniya = Differences in the choice of a sign, or how a sign becomes an eidos and a symbol for researching the values of youth in a professional learning environment. *Bulletin of Tver State University. Series: Pedagogy and Psychology, 2*(71), 67–79. DOI 10.26456/vtpsyped/2025.2.067. EDN UBZPDW.

11. Tarasenko, V. V., Krasnoperova, Yu. V. (2018). Modelirovaniye stereotipov "Rossiya", "Velikobritaniya" i "SShA" na materiale assotsiativnogo eksperimenta = Modeling of the stereotypes "Russia", "Great Britain" and "The USA" using the associative experiment data. *Theoretical and Practical Issues of Journalism, 7*(1), 87–99. DOI 10.17150/2308-6203.2018.7(1).87-99. EDN YWINKP.

12. Adler, S., Kohn, A. (2025). Discourse in the making: the shifting meaning of the national flag in the context of Israel's 2023 judicial overhaul. *Humanities and Social Sciences Communications, 12*(1). DOI 10.1057/s41599-025-05322-9. EDN KKEWWA.

13. Arruda, A. (2015). Image, social imaginary and social representation. *The Cambridge handbook of social representations*, 128–142. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.

14. Becker, J., Enders-Comberg, A., Wagner, U., Christ, O., Butz, D. (2012). Beware of national symbols: How flags can threaten intergroup relations. *Social Psychology, 43*(1), 3–6. DOI 10.1027/1864-9335/a000073.

15. Becker, J. C., Butz, D. A., Sibley, C. G., Barlow, F. K., Bitacola, L. M., Christ, O., Khan, S. S., Leong, C.-H., Pehrson, S., Srinivasan, N., Sulz, A., Tausch, N., Urbanska, K., Wright, S. C. (2017). What do national flags stand for? An exploration of associations across 11 countries. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 48*(3), 335–352. DOI 10.1177/0022022116687851.

16. Butz, D. (2009). National symbols as agents of psychological and social change. *Political Psychology, 30*(5), 779–804. DOI 10.1111/j.1467-9221.2009.00725.x.

17. Ehrlinger, J., Plant, A., Eibach, R., Columb, C., Goplen, J., Kunstman, J., Butz, D. (2010). How exposure to the confederate flag affects willingness to vote for Barack Obama. *Political Psychology, 32*(1), 131–146. DOI 10.1111/j.1467-9221.2010.00797.x.

18. Hakoköngäs, E., Sakki, I. (2016). The naturalized nation: Anchoring, objectification and naturalized social representations of history. *Journal of Social and Political Psychology, 4*(2), 646–669. DOI 10.5964/jspp.v4i2.664. EDN YFBSGH.

19. Hassin, R. R., Ferguson, M. J., Shidlovski, D., Gross, T. (2007). Subliminal exposure to national flags affects political thought and behavior. *Proceeding of the National Academy of Sciences of the USA, 104*(50), 19757–19761. DOI 10.1073/pnas.0704679104.

20. Kress, G., Van Leeuwen, T. J. (2002). Colour as a semiotic mode: Notes for a grammar of colour. *Visual Communication, 1*(3), 343–368. DOI 10.1177/147035720200100306.

21. Leone, M. (2024). Bandeiras nacionais e retórica política: Uma comparação semiótica entre Itália e Brasil. *Matrizes, 18*(1), 21–36. DOI 10.11606/issn.1982-8160.v18i1p21-36. EDN UGETIS.

22. Narasimha Sharma, J., Rohan, K., Ganesh Vardhan, C., Bhargav Koushik, E. (2026). The Indian national flag: History, symbolism and contemporary relevance. *International Journal for Research Trends and Innovation, 11*(2), a248–a252.

23. Shakeel, M., Arslan, M. F., Haroon, H. (2023). An analysis of flags as cultural icons: A semiotic study of 30 countries. *Harf-o-Sukhan, 7*(2), 122–145.

24. Wagner, G. (2019). Cultural symbols. *EBSCO*. Available at Aug. 28, 2026 from https://www.ebsco.com/research-starters/social-sciences-and-humanities/cultural-symbols.