

Медиадискурс Media discourse

Научная статья

УДК 81'27

DOI: 10.14529/ling240401

ИНВЕКТИВА КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОГО МЕДИАДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ НОВОСТНЫХ ПРЕСС-РЕЛИЗОВ)

А.Ю. Серебрякова, *serebrjakova_a@mail.ru*

*Южно-Уральский государственный университет, филиал в г. Златоусте,
Златоуст, Россия*

Аннотация. Сегодня ученые говорят о глобальных изменениях, связанных с новыми компьютерными технологиями. Речь идет о формировании общества, зависимого от непрерывного получения новой информации. Медиатизация проникает во все сферы жизнедеятельности человека, и в первую очередь ее влияние становится заметно при общении людей в социальных сетях. Тот факт, что любой пользователь социальных сетей может оставить свой комментарий к новостным пресс-релизам, демонстрирует современные тенденции нарушения всех языковых и стилистических границ. Целью нашего исследования является вопрос о выявлении основных типов инвектив в текстах, содержащих комментарии, данные пользователями социальных сетей к новостным пресс-релизам, и определение их словообразовательных моделей. Для решения этого вопроса мы использовали качественный методологический подход сбора и анализа данных. Сбор данных осуществлялся в форме выборки. Нами были проанализированы в общей сложности 400 комментариев, данных пользователями социальных сетей на сайте 74.ru. Тексты для выборки были опубликованы за последний год. Объем текстов для выборки не превышал 2–3 предложения. Адресантами выступали любые группы лиц без учета их возраста и профессиональной направленности. Данное исследование показало, что большую часть инвектив, присутствующих в комментариях, составили этнические инвективы, которые могут стать источником разжигания социальной и национальной розни. Основными способами словообразования будут сложение, усечение, аббревиация и конверсия. Полученные результаты способствуют расширению эмпирических знаний по заданной теме и могут быть применены в области переводоведения и психолингвистики.

Ключевые слова: медиадискурс, медиатизация, инвективная лексика, социальные сети

Для цитирования: Серебрякова А.Ю. Инвектива как феномен современного медиадискурса (на материале новостных пресс-релизов) // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». 2024. Т. 21, № 4. С. 5–10. DOI: 10.14529/ling240401

Original article

DOI: 10.14529/ling240401

INVECTIVE AS A PHENOMENON OF MODERN MEDIA DISCOURSE (BASED ON NEWS RELEASES)

A. Yu. Serebryakova, *serebrjakova_a@mail.ru*

South Ural State University, Zlatoust Branch, Zlatoust, Russia

Abstract. Today scientists are discussing about global changes associated with new computer technologies. We refer to the formation of a society dependent on the continuous receipt of new information. Mediatization penetrates into all spheres of human life, and its influence is especially noticeable when people communicate on social networks. The fact that any user of social networks can leave a comment on news press releases demonstrates modern trends in breaking down linguistic and stylistic boundaries. The purpose of our research is to identify the main types of invective in texts containing comments made by social network users to news releases, and to determine their word formation models. To address this issue, we employed a qualitative methodological approach to data collection and analysis. Data collection was carried out through sampling. We analyzed a total of 400 comments posted by social network users on the website 74.ru. The texts in the sample were published during the last year, and the volume of each text

© Серебрякова А.Ю., 2024.

did not exceed 2–3 sentences. The addressees included any groups of people, regardless of their age and profession. This study showed that most of the invectives present in the comments were ethnic invectives, which can become a source of inciting social and national hatred. The main methods of word formation are compounding, clipping, abbreviation, and conversion. The results obtained contribute to the expansion of empirical knowledge on this topic and can be applied in the fields of translation studies and psycholinguistics.

Keywords: media discourse, mediatization, invective vocabulary, social networks

For citation: Serebryakova A.Yu. Invective as a phenomenon of modern media discourse (based on news releases). *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*. 2024;21(4):5–10. (in Russ.). DOI: 10.14529/ling240401

Система коммуникаций претерпела за последние годы глобальные изменения. Эти изменения связаны в первую очередь с развитием компьютерных технологий и глобальной сети. А.Н. Гуреева говорит о формировании «абсолютно нового общества, которое зависит от медиа потребления, обеспечивающего непрерывное получение необходимой информации» [4, с. 68–69]. Еще одной важной причиной этих изменений стала медиатизация, под которой принято понимать «распространение влияния медиа на важнейшие области социальной жизни и обратный процесс вовлечения в информационную сферу различных сторон общественной жизни» [6, с. 203].

За относительно небольшой период времени медиатизация проникла во все сферы деятельности социума. В нашей работе нас будет интересовать одна из этих сфер, а именно социальные сети как средство общения людей с целью обмена информацией и получения информационно-коммуникативного опыта. Российские СМИ очень активно перенимают сегодня западноевропейские и американские медийные технологии с целью распространения непроверенной массовой информации. В условиях глобальной медиатизации неизбежным становится слияние массмедийного канала коммуникации и разговорной речи пользователей социальных сетей. Тот факт, что любой пользователь социальных сетей может оставить свой комментарий к новостным пресс-релизам, указывает на деконструкцию официальных форм и размывает стилистические границы [7].

Яркой демонстрацией нарушения всех языковых и стилистических норм является инвективная лексика, которая сегодня широко используется пользователями социальных сетей. *Инвективная лексика* – это те слова и выражения, в семантике которых содержится намерение говорящего унижить или оскорбить адресата речи, а также выразить свое отрицательное отношение к предмету речи. Часто это делается в очень агрессивной и циничной форме [1, с. 12].

Оскорбительная речь направлена на *сам объект оскорбления*, который тоже является важным и неотъемлемым компонентом инвективной стратегии. Эта речь, как правило, воспринимается данным объектом как несправедливая и не имеющая никакого отношения к действительности. Часто это так и происходит, так как целью речи является

не объективная оценка ситуации, а понижение уровня самооценки и статуса объекта. Одной из главных филологических проблем является соотнесение реальности и текста как ее возможной интерпретации. Один и тот же текст может интерпретироваться пользователями социальных сетей по-разному. Поэтому пользователи социальных сетей чаще других могут прибегать к инвективной стратегии, так как характерными особенностями общения в социальных сетях являются виртуальность и анонимность [5, с. 23]. Благодаря дистантности общения они порождают чувство безнаказанности. Это приводит к разрушению так называемой речевой и этической нормативности, что и делает эти тексты потенциально опасными [8, с. 43].

Те тенденции, которые мы сегодня наблюдаем (речь в первую очередь идет о всемирной глобализации), требуют постоянной коммуникации в Интернете и социальных сетях. Поэтому речь пользователей социальных сетей и их комментарии к новостным пресс-релизам являются предметом пристального психолингвистического анализа [3, с. 83].

Несмотря на то, что данной проблемой сегодня занимается большое количество ведущих ученых, таких как В.Н. Базылев, М.Б. Ворошилова, не все аспекты отражены в их работах. Как нам кажется, эта тема раскрыта не полностью и требует дальнейшего доисследования.

Мы не ставим задачу провести подробный анализ всех видов используемых в текстах данного жанра инвектив. К этому вопросу мы обращаемся с целью демонстрации большого разнообразия данной лексики. Обобщив все существующие квалифицированные подходы к выявлению типов инвектив [2, с. 71], мы установили, что в современных СМИ, как и в социальных сетях, для создания образа врага используются следующие основные группы инвектив:

- 1) инвективы, указывающие на какую-либо антиобщественную деятельность (жулики, маньяки, барыги);
- 2) инвективы с негативной оценкой чьей-либо личности (дебилы, уроды);
- 3) этнические инвективы (этнофолизмы), которые прямо делят людей по национальному признаку и придают этим названиям негативный характер (черномордые, жида и т. д.);

4) метафорические инвективы (включая зоо-морфные инвективы).

Наша задача заключается в том, чтобы изучить инвективную лексику в текстах комментариев, данных пользователями социальных сетей к новостным пресс-релизам, выявить ее основные группы и проследить, какие способы словообразования используют авторы, употребляя в своей речи инвективную лексику. Исходя из существующей классификации инвективной лексики, приведенной выше, мы можем предположить, что основным типом инвектив в данных текстах будут этнические, которые могут быть приравнены в медийном дискурсе к экстремистским действиям, так как возбуждают социальную и национальную рознь. А основными способами словообразования будут сложение, усечение, аббревиация и конверсия.

Чтобы подтвердить или опровергнуть эту гипотезу, мы провели анализ, основанный на концептуальной модели, предложенной И. Голиковым [3, с. 83]. Эта модель позволяет выявить основные виды инвектив в различного вида текстах, поэтому мы и посчитали возможным использовать эту модель для учета инвектив и в текстах комментариев, данных пользователями социальных сетей к новостным пресс-релизам.

Сбор данных осуществлялся в форме выборки. Нами были проанализированы в общей сложности 400 текстов комментариев, данных пользователями социальных сетей к новостным пресс-релизам на сайте 74.ru. Новости касались главным образом региональных проблем, которые не могли оставить равнодушными авторов текстов комментариев. При подборке лексики нами были использованы следующие критерии:

1) отобранные слова должны полностью подходить под определение инвективы, приведенное выше;

2) тексты для выборки должны исключительно относиться к исследуемому нами жанру, а именно содержать комментарии, данные пользователями социальных сетей к новостным пресс-релизам;

3) тексты для выборки должны быть опубликованы за последний год;

4) объем текстов для выборки не должен превышать 2–3 предложений;

5) адресантами могут выступать любые группы лиц без учета их возраста и профессиональной направленности.

В результате работы с текстами комментариев, учитывая все перечисленных выше критерии, мы выбрали 700 слов, подходящих под определение инвективы. Разберем это на конкретных примерах.

Так, на сайте 74.ru была опубликована статья следующего содержания:

«Курчатовский районный суд Челябинска отправил на пять с половиной лет в колонию-поселение водителя Mitsubishi Grandis, устро-

ившего пьяным смертельное ДТП на Комсомольском проспекте. Родным 78-летнего садовода Владимира Танчева, погибшего в результате аварии, фигурант дела обязан будет выплатить компенсации».

В ответ на это сообщение поступило 73 комментария. Из них авторы 55 комментариев резко осудили действия пьяного водителя. Например:

Рожа на фото протокольная! маньяк точно! (орфография этого и последующих комментариев пользователей социальных сетей сохранена).

А ничего, что эта пьяная нелюдь летела на красный свет с превышением скорости? И тор-мозного пути не было!

Как кориуны, ищут жертву.

Или вот один новостной пресс-релиз, опубликованный на сайте 74.ru:

Работавшие на рынке «Восточный город» предприниматели делятся сейчас на две категории: одни в огне потеряли всё, у других товар уцелел, но прокоптился гарью и дымом. Насмешки в интернете, дескать, давно нужно было убрать этот рынок, работники не понимают. Ведь десятки лет арендовали боксы и возили товар все вместе – и коренные челябинцы, и мигранты. Мы поговорили с ними.

Свои комментарии на это сообщение оставили 258 человек. Из них абсолютное большинство не только не проявило сочувствия к пострадавшим, но и, наоборот, оставило негативные комментарии, изобилующие инвективной лексикой, и в частности, этнофолизмами. Например:

И мне жуликов не жаль, это им за грехи их.

Сборище туняйцев. Даже непонятно из чего это тряпье, но вонь разносится по округе. Потому и горело так, что сплошная химия.

Сейчас накрутят, особенно копченые, те врут запредельно.

Моему отцу эти продаваны впарили кроссовки на 3 размера больше, стелек наложили, чтоб подошли, вот бумеранг.

Говорят кассы были, ага, на одного кассира с пирожками три черноголовых с резиновыми джинсами и без кассы.

Барыг в минус!!!

Чебуреков отправить домой по кишлакам!

Ряд пользователей социальных сетей выступил в защиту водителя маршрутного такси, объяснив его действия недостаточной моральной зрелостью:

Нет необходимости всех одной метлой метти. Есть и достойные (пусть и небогатые) водители со Средней Азии. Надо, чтобы хороших хвалили, а плохих ругали, нельзя всех одинаково по национальности судить...

В другой статье на сайте 74.ru обсуждалась ситуация, которая сложилась в регионе в результате роста цен на такси:

В Челябинске выросли цены на такси. В последние месяц-полтора поездки по одним и тем

же маршрутам обходятся дорожке, обращаются в редакцию 74.RU жители города.

Водилы, вы и есть нищоброды самые настоящие. За 4 рубля сдачи хай поднимаете. Хуже попрошаек уличных.

– Те, кто ценит удобство и комфорт такси, всё равно будут ездить. А нищоброды, ждущие копеечную сдачу, сами убегут, – считает таксист Павел.

В реалиях РФ нищоброд находится за рулем такси, не обольщайтесь господа таксисты. Это Вам не Япония

подавитесь, собаки!

Да они там все клоуны, лицедеи и вруны.

Ездите на джамшиутках тогда...

Едут одни землекопы и подметайлы...

В еще одной статье на сайте 74.ru обсуждалась ситуация, которая сложилась в городе в результате проблем с общественным транспортом и большими пробками на дорогах в часы пик:

Наш автомобильный журналист Артем Краснов впервые за много лет попробовал ездить до офиса на маршрутном транспорте.

Эта тема вызвала бурную дискуссию среди людей, оставивших свои комментарии под этим пресс-релизом. Как видно из приведенных примеров, большинство инвектив, найденных нами в текстах комментариев, граничат с жаргонами и просторечиями и носят эмоционально-оценочный характер, привлекая тем самым внимание читателей.

Кондукторов набирают с деревень вахтой, привозят – увозят служебным автобусом, живут в гараже в хостеле. Эти деревенские тётки не видели ни разу банковские карты...

А почему гоняют пазики и маленькие маршрутки битком забитые. Взять Краснопольский проспект. Уехать проблема в любое время. Водятлы конченные хамы, общаются как последние мерзавцы!

Просто за рулем сидел баран.

Урод отчёт не отдаёт за людей.

Также мы заметили, что в ряде случаев авторы комментариев используют не только широко известную инвективную лексику, но и придумывают свои слова и выражения. Как известно, существуют два основных способа образования языковых единиц: морфологический и неморфемный. Чаще всего пользователи социальных сетей используют морфологический способ образования языковых единиц, поскольку он является наиболее распространенным и продуктивным. Морфологический способ – это способ словообразования, при котором новое слово образуется путем присоединения к производящей основе различных морфем (к ним относятся приставки и суффиксы) или другой основы. Окончания в число словообразовательных морфем не входят. Приведем пример:

Если вам не нравится такси, можете им не пользоваться и ездить на джамшиутках тогда...

Здесь автор берет слово *джамшиут*, которое тоже является недавно придуманным в СМИ, и с помощью суффикса образует от него новое слово «джамшиутка».

Вот еще один пример суффиксального способа словообразования:

Это не люди, а отморозки какие-то...

Моему отцу эти продаваны впарили кроссовки на 3 размера больше...

Распространенным морфологическим способом словообразования лексических единиц является сложение, при котором языковая единица формируется путем соединения производящих основ в единое целое. При таком способе соединяться могут не только целые слова, но и их части. Существуют различные виды сложения, например, слогословная аббревиация, при которой происходит сложение усеченной основы и слова. Это мы наблюдаем в одном из приведенных выше комментариев, где автор, объединив основу слова *водитель* и целое слово *дятел*, придумал новое слово – *водятел*, то есть водитель, который ведет себя неадекватно.

Похожий случай мы наблюдаем, читая следующий комментарий о том, как трудно добираться на работу из района «Парковый» г. Челябинска.

– Сядьте с северо-запада, например с ЖК АЛЕКСАНДРОВСКИЙ, и далее по северо-западу попробуйте сесть, а так же попробуйте залезть и уехать с паркового-1, с ЮУрГУ не мудрено уехать, там с конечной куча транспорта!

На это замечание автор ответил следующим образом:

– А зачем вам уезжать из Зоопаркового? Оставайтесь там и развлекайте друга. (Орфография этого и последующих комментариев пользователей социальных сетей сохранена).

Название района «Парковый» было метко переименовано автором в «Зоопарковый», чтобы указать на большое количество существующих там проблем.

Вот еще один пример, где мы наблюдаем случай слоговой аббревиации (сложение усеченных основ):

Как в Родном СССР делали потрясающие по архитектуре здания и улицы, без компюкеров и съёмок таких? Как Питер строили 300 лет тому назад? Как Екатеринбург?

Едут одни землекопы и подметайлы...

А вот пример буквенной аббревиации:

Фамилию то этого БСа почему не назвали? На Тагил поедет?

В данном комментарии автор сократил слово *балбес* до *БС*. В таких случаях важно, чтобы эти сокращения не мешали пониманию намерения автора и той мысли, которую он хотел донести до читателей.

Другим морфологическим способом словообразования, к которому часто прибегают авторы

постов в социальных сетях, является усечение, что в целом особенно характерно для общения в социальных сетях, так как авторы стремятся оставить более полный комментарий за относительно короткий промежуток времени.

В следующих примерах читатель использует этот способ, при котором новое слово возникает в результате сокращения глаголов «понаехать» и «подметать»:

*Эти **понаехи** совсем обнаглели!*

*Едут одни **землекопы** и **подметайлы**...*

Из неморфемных способом словообразования, который применяют авторы постов в социальных сетях, является конверсия. Конверсия – это переход лексемы из одной части речи в другую (глагола или прилагательного в существительное). Например:

***Красномордая** в кожаной жилетке, видимо, кушала руками жирную куриную ножку и попутно развешивала товар))*

Здесь мы видим переход прилагательного в существительное (*красномордая*).

Аналогичный пример конверсии можно наблюдать в следующем комментарии:

*Сейчас **накрутят**, особенно **копченые**, те врут за пределами.*

Несмотря на свой оскорбительный характер, в качестве инвективной лексики в социальных сетях не может использоваться нецензурная лексика, поэтому авторы часто вынуждены прибегать к эвфемизмам:

Что ж такое то? Дороги не расчищены но надо взять на 15 лимонов апельсинов! Твою ж дивизию...

Видимо старый не в тему сказал, послал на три буквы, мы же не знаем, что он ему высказал...

В таблице приведены способы словообразования, которые наиболее часто применяют авторы комментариев под новостными пресс-релизами в социальных сетях, изобретая новую инвективную лексику. Мы распределили все найденные нами способы по группам и установили их процентное соотношение в исследуемых текстах.

Данная таблица показывает, что способ сложения является наиболее распространенным при продуцировании новой инвективной лекси-

ки, присутствующей в комментариях, данных пользователями социальных сетей. Этим способом образованы около 54 % всех инвектив (компукер, нищоброд, водятлы, зоопарковый, землекоп и т. д.).

Было также отмечено большое количество слов (23 %), образованных способом конверсии (красномордая, копченые, красноголовые). Существенный процент (18 %) в текстах комментариев в социальных сетях составили слова, образованные суффиксальным способом словообразования (джамшутка). И только 5 % слов появились с использованием способа усечения.

В целом настоящее исследование показало, что инвективная лексика, демонстрирующая нарушение всех языковых и стилистических норм, является следствием медиатизации, которая сегодня широко проникла во все сферы деятельности социума. Инвективная лексика используется пользователями социальных сетей для разрядки психологического напряжения, а также для демонстрации раскованности говорящего и пренебрежительного отношения к системе запретов.

Данное исследование показало, что большую часть инвектив, присутствующих в комментариях, составили этнические инвективы, которые могут стать источником разжигания социальной и национальной розни (черномордые, чебуреки, копченые, азиаты и т. д.). Основными видами словообразовательных моделей стали сложение, усечение, аббревиация и конверсия.

Тем не менее полученные цифры могут оказаться недостаточными для получения приемлемых статистических данных, поскольку адресантами выступало ограниченное количество человек. Также количество слов, подходящих под определение инвективы, нельзя считать достаточным для получения точных и однозначных результатов.

Мы надеемся, что будущие исследования могут опираться на представленные результаты, чтобы уточнить основные виды инвектив в социальных сетях и провести исследование в более широком масштабе, с адекватной техникой выборки в зависимости от контекста исследования для подтверждения результатов и дальнейшего продвижения знаний в данной области. Нам видится, что

Способы словообразования инвективной лексики в текстах комментариев в социальных сетях

Способы словообразования	Примеры инвектив в текстах комментариев	Количество инвектив
Морфологический способ (суффиксальный)	Джамшутка, отморозок, продован	55 слов (18 %)
Сложение (слогословная, слоговая, буквенная аббревиация)	Компукер, нищоброд, водятлы, зоопарковый, БС, землекоп	162 слова (54 %)
Сложение (усечение)	Понаехи, подметайлы	15 слов (5 %)
Конверсия	Красномордая, копченые, красноголовые	68 слов (23 %)

современное пространство в социальных сетях должно постепенно освобождаться от агрессивных приемов ведения дискуссии и базироваться, главным образом, на четкой доказательности в сочетании со сдержанностью в оценках и полным исключении инвективной лексики.

Полученные результаты в силу многомерности исследуемого объекта носят ярко выраженный пограничный характер, что позволит им способствовать расширению эмпирических знаний не только по заданной теме, но и быть полезными в области переводоведения и психолингвистики.

Список литературы

1. Базылев В.Н., Бельчикова Ю.А., Леонтьева А.А. Как наше слово отзовется? // Советская юстиция, 1998, № 4. С. 34.
2. Ворошилова М.Б. Черная чума: номинации врага в экстремистском тексте // Юрислингвистика. 2012. № 1 (12). С. 67–72.
3. Голиков Л.М. Семиотика экстремистского текста // Юрислингвистика. 2012. № 1 (12). С. 83–87.
4. Гуреева А.Н. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2016. № 6. С. 192–208.
5. Жельвис В.И. Эмотивный аспект речи: Психолингвистическая интерпретация речевого воздействия. Ярославль, 1990. С. 23.
6. Клушина Н.И. Медиатизация современной культуры и русский национальный стиль // Русская речь. 2014. № 1. С. 66–73.
7. Монастырская А.А. Таблоидная пресса в России. 1990–2000 гг.: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2003. 28 с.
8. Серебрякова А.Ю. Виды инвективной лексики в медийном дискурсе // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». 2021. Т. 18, № 4. С. 42–46.

References

1. Bazylev V.N., Belchikova Ya.A., Leontieva A.A. *Kak nashe slovo otzovjotsja?* [How will our word respond?]. *Sovetskaja iustitsiya*. 1998, no. 4, p. 34.
2. Voroshilova M.B. *Chernaia chuma: nominazii vraga v extremistskom texte* [Black plague: category of the enemy in an extremist text]. *Yurislilingvistika*. 2012, no. 1 (12), pp. 67–72.
3. Golikov L.M. *Semiotika extremistskogo texta* [Semiotics of the extremist text]. *Yurislilingvistika*, 2012, no. 1 (12), pp. 83–87.
4. Gureeva A.N. [Theoretical Understanding of Mediatization in the Digital Environment]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow University. Series: Journalism]. 2016, no. 6, pp. 192–208 (in Russ.).
5. Zhelvis V.I. *Emotivnyi aspekt rechi: Psikholingvisticheseskaya interpretatsiya rechevogo vozdeystviya* [Linguistic aspect of speech: Psycholinguistic interpretation of speech impact]. Yaroslavl, 1990. 23 p.
6. Klushina N.I. *Mediatizatsija sovremennoj kul'tury i russkij nacional'nyj stil'* [Mediatization of Modern Culture and Russian National Style]. *Russkaja rech* [Russian Speech]. 2014, no. 1, pp. 66–73. (in Russ.)
7. Monastyrskaya F.F. *Tabloidnaya pressa v Rossii, 1990–2000 gg.* [Tabloid press in Russia 1990–2000]. Abstract of Cand. Sci. diss. in Philology. St. Petersburg. 2003. 28 p.
8. Serebryakova A.Yu. *Vidy invectivnoy lexiki v medijnom disкурсе* [Signs of extremist text in media discourse]. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*. 2021, vol. 18, no. 4, pp. 42–46.

Информация об авторе

Серебрякова Анна Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры социально-правовых и гуманитарных наук, Южно-Уральский государственный университет, филиал в г. Златоусте, Златоуст, Россия; serebrjakova_a@mail.ru

Information about the author

Anna Yu. Serebryakova, Candidate of Philology, Assistant Professor of the Department of Social-Law sciences and Humanities, South Ural State University, Zlatoust Branch, Zlatoust, Russia; serebrjakova_a@mail.ru

*Статья поступила в редакцию 29.01.2024.
The article was submitted 29.01.2024.*