

ФИЛОЛОГИЯ. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА PHILOLOGY. THEORETICAL, APPLIED AND COMPARATIVE LINGUISTICS

Научная статья
УДК 811.521

Филологические науки

<https://doi.org/10.26907/2658-3321.2023.6.2.223-235>

ГЕНДЕРНАЯ СТРАТИФИКАЦИЯ ОБРАЩЕНИЙ-СИНТОНОВ В ЯПОНСКОЙ ОНЛАЙН КОММУНИКАЦИИ

С.Н. Бредихин¹, Б.А. Шишкин²

Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия

¹*bredichinsergey@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2191-4982>*

²*boris-shishkin.work@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8694-3637>*

Аннотация. В данной статье осуществляется комплексный лингвостатистический анализ японской онлайн-коммуникации с точки зрения гендерной и прагмалингвистики. Проблематика исследования актуализируется непрерывающимся развитием как мировой онлайн-коммуникации в целом, так и японской в частности, а также существующими в ней проявлениями гендерной идентификации. Основной целью исследования является выявление обращений-синтонов в японской онлайн-коммуникации и их гендерной стратификации. За счет использования метода сплошной выборки был осуществлен сбор статистических данных исследования из различных социальных сетей и видеохостингов японского интернет-пространства. Посредством лингвостатистического метода данные были распределены в несколько групп, отражающих основные паттерны употребления обращений в онлайн-коммуникации: отсутствие обращения в сообщении; наличие обращения в сообщении; гиперссылка в качестве обращения. В дальнейшем из группы «Наличие обращения в сообщении» в соответствии с гендером адресантов статистические данные были распределены в несколько подгрупп: мужчины, женщины и анонимы. С целью выявления их глубинных компонентов также были использованы дескриптивный, коммуникативно-прагматический и структурно-ноэматический методы. В результате проведенного исследования было выявлено, что обращения-синтоны в японской онлайн-коммуникации являются достаточно низко-частотной составляющей общения, порождающей благоприятную среду для взаимодействия. В них отражается гендерная составляющая японской речи, что проявляется в предпочтении определенных форм обращения, а также в многообразии данных форм в зависимости от гендера адресантов и адресатов.

Ключевые слова: японская онлайн коммуникация; гендерная лингвистика; гендерная стратификация; прагмалингвистика; лингвостатистический анализ; обращения-синтоны

Для цитирования: Бредихин С.Н., Шишкин Б.А. Гендерная стратификация обращений-синтонов в японской онлайн коммуникации. *Казанский лингвистический журнал*. 2023;6(2): 223–235. <https://doi.org/10.26907/2658-3321.2023.6.2.223-235>

Original article

Philology studies

<https://doi.org/10.26907/2658-3321.2023.6.2.223-235>

GENDER STRATIFICATION OF ADDRESSES-SYNTONES IN JAPANESE ONLINE COMMUNICATION

S.N. Bredikhin¹, B.A. Shishkin²

FSAEI HE "North-Caucasus Federal University", Stavropol, Russia

¹bredichinsergey@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2191-4982>

²boris-shishkin.work@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8694-3637>

Abstract. In this article, from the point of view of gender and pragmalinguistics, a comprehensive lingua-statistic analysis of Japanese online communication is carried out. The research problem is updated by the continuous development of both global online communication and Japanese online communication, as well as existing manifestations of gender identity in it. The main goal of the study is to identify addresses-syntones in Japanese online communication and their gender stratification. Through the use of the continuous sampling method, the statistical data of the study were collected from various social networks and video hosting sites of the Japanese Internet space. Using the lingua-statistic method, the data were divided into several groups, reflecting the main patterns of using addresses in online communication: the absence of an address in the message; the presence of an address in the message; hyperlink as an address. Subsequently, from the group “The presence of an address in the message”, according to the gender of the addressers, the statistical data were distributed into several subgroups: men, women and anonymous. In order to identify their deepest components, descriptive, communicative-pragmatic and structural-noematic methods were also used. As a result of the study, it was revealed that addresses-syntones in Japanese online communication are a fairly low-frequency component of communication that creates a favorable environment for interaction. They reflect the gender component of Japanese speech, which is manifested in the preference for certain forms of address, as well as in the variety of these forms depending on the gender of addressers and addressees.

Keywords: Japanese online communication; gender linguistics; gender stratification; pragmalinguistics; lingua-statistic analysis; addresses-syntones

For citation: Bredikhin S.N., Shishkin B.A. Gender Stratification of Addresses-syntones in Japanese Online Communication. *Kazan Linguistic Journal*. 2023;6(2): 223–235. (In Russ.). <https://doi.org/10.26907/2658-3321.2023.6.2.223-235>

Введение

Гендерная стратификация является одной из характерных черт японского языка. Её проявления можно заметить начиная примерно с V века н.э., когда Япония заимствует китайскую иероглифику, и заканчивая эпохой Мэйдзи (1868-1912), окончательно закрепившей существующие по настоящее время денотативный характер мужской речи и коннотативный характер женской речи [1, с. 51].

Однако на современном этапе исторического развития отражение гендерных ролей, выступающих в качестве определённых социальных категорий [2], начинает претерпевать некоторые изменения. В частности, данные тенденции можно связать с возникновением интернет-пространства и, соответственно, онлайн-коммуникации. Определённые черты, характерные данному типу коммуникации (анонимность, добровольность, глобальность и другие [3]), способны трансформировать гендерную составляющую японской речи.

Таким образом, представляется необходимым изучить гендерную стратификацию японской онлайн-коммуникации. Для этого в данном исследовании с точки зрения прагмалингвистики проводится её комплексный лингвостатистический анализ с дальнейшим выявлением в ней гендерно окрашенной лексики, а именно обращений-синтонов, элементов речи возвышающих адресатов над адресантами, создающих благоприятную среду для их коммуникации, а также не лишённых гендерной составляющей.

Тематика работы актуализируется непрекращающимся развитием как мировой онлайн-коммуникации в целом, так и японской онлайн-коммуникации в частности, а также существующими в ней проявлениями гендерной идентификации. С целью выявления различных смыслов, закладываемых авторами сообщений, и их последующего анализа и интерпретации были применены следующие методы: дескриптивный и коммуникативно-прагматический. Также особую роль в исследовании сыграло использование структурно-ноэматического метода, обеспечивающего обнаружение глубинных компонентов в употреблении обращений-синтонов в японской онлайн-коммуникации [4].

Система обращений в японском языке и её отражение в онлайн-коммуникации

Система обращений в японском языке достаточно разнообразна. В её основе лежит не только ранее упомянутая гендерная стратификация, но и определённые иерархические компоненты, связанные как с возрастом, так и со стату-

сом тех или иных индивидов. Это приводит нас к необходимости рассмотрения сущности данной системы.

В основу толкования термина «обращение» в японском языке было положено определение, разработанное в исследовании по схожей тематике за авторством М.А. Кронгауза и К. Такахаси [5], дополненное идеями, отраженными в работе Аркадиуша Яблоньского «*Casein Japanese. A Morphological Approach*» [6]. Таким образом, под обращением японского языка понимается грамматически независимое и интонационно обособленное слово, в составе которого может находиться определенный аффикс, находящийся в форме основного падежа и называющее того, кому адресована речь.

Зачастую слова, выполняющие роль обращения, используются в сочетании с определенными именными суффиксами – кэйсё (敬称). Основной целью кэйсё является демонстрация отношения коммуникантов друг к другу. В них можно проследить как социальную составляющую речи, отражённую в вежливых суффиксах доно /殿; сама/様; си/氏, так и гендерную составляющую речи, проявляющуюся в использовании характерных мужчинам или женщинам суффиксов (кун 君 и тян ちゃん). При этом следует отметить, что последние два кэйсё хоть и являются гендерно окрашенной лексикой, закреплённой за конкретными полами, однако они также могут применяться иначе:

–けんちゃん、病み子ちゃん、おはようございます / Кэн-тян, Ямико-тян, доброе утро [7]. В данном примере автор сообщения обращается к двум мужчинам.

В японской онлайн-коммуникации традиционные формы обращения продолжают сохранять свои характерные черты, связанные с гендерной и социальной стратификацией. Однако, как можно заметить, изредка данная система претерпевает определённые изменения, что можно связать с той средой, в которой она функционирует.

Интернет-пространству и, соответственно, онлайн-коммуникации характерны определённые черты, одной из которых является гипертекстуальность, предоставляющая дополнительные возможности для восприятия информации коммуникантами, а также повышающая общий уровень иммерсивности, порождая при этом гипертекст [8].

Ключевым элементом гипертекста является гиперссылка, которая в рамках онлайн-коммуникации приобретает дополнительную функцию, заключающуюся в исполнении роли обращения. Структурно оно имеет следующий вид: <@> + <имя адресата>, что обеспечивает повышенную скорость взаимодействия коммуникантов (см. рис. 1).

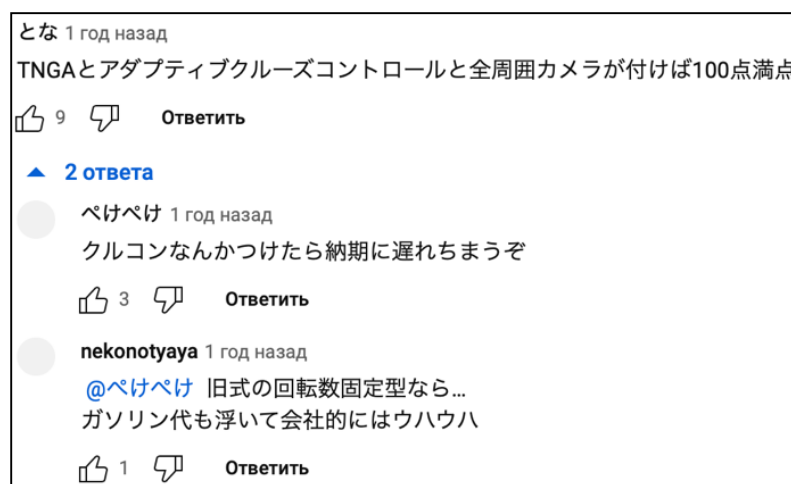


Рисунок 1. Гиперссылка в роли обращения [9]

Как уже было сказано ранее, анонимность является одной из характерных черт онлайн-коммуникации, что, следовательно, относится и к её основным элементам, то есть к гиперссылкам. В результате в них перестает содержаться какой-либо иерархический компонент (социальный статус, гендер, возраст), свойственный традиционным обращениям. Таким образом, гиперссылки можно считать одним из способов гендерной нейтрализации в онлайн-коммуникации.

Методика сбора данных

Сбор данных для проведения лингвостатистического анализа японской онлайн-коммуникации осуществлялся посредством метода сплошной выборки. Из различных социальных сетей и видеохостингов японского интернет-

пространства было отобрано порядка 20 публикаций, принадлежащих как мужчинам, так и женщинам, которые в рамках исследования являются адресатами. При этом наибольший интерес для работы представляли сообщения, оставляемые пользователями (адресантами) под данными материалами – комментарии. Таким образом, было проанализировано порядка 6813 комментариев пользователей сети. Данная совокупность была подразделена на основе трех признаков: отсутствие обращения в сообщении; наличие обращения в сообщении; гиперссылка в качестве обращения. Представленные группы характеризуют паттерны, существующие в онлайн-коммуникации, связанные с употреблением обращений.

В дальнейшем из группы «Наличие обращения в сообщении» с целью обнаружения гендерно стратифицированных обращений статистические данные были распределены в несколько подгрупп в соответствии с гендером адресантов: мужчины, женщины и анонимы. Последняя подгруппа была выделена, поскольку не всегда имеется возможность узнать пол автора сообщения (комментария).

Результаты исследования

Анализ генеральной совокупности

На основе полученных данных была составлена таблица 1, в которой были отражены общие тенденции в употреблении обращений в японской онлайн-коммуникации.

Таблица 1.

Распределение генеральной совокупности сообщений в японской онлайн-коммуникации

№ группы	Признак группы	Количество комментариев	Процентное соотношение
1	Отсутствие обращения в сообщении	6094	89,45%
2	Наличие обращения в сообщении	579	8,5%
3	Гиперссылка в качестве обращения	140	2,05%
	Всего	6813	

Как можно заметить, подавляющее большинство комментариев (89,45%) в рамках японской онлайн-коммуникации не содержат в себе обращений. Данная ситуация может быть связана с рядом факторов: отсутствие необходимости в их употреблении из-за подразумеваемой направленности сообщения автору конкретной публикации (адресату), а также ускорение коммуникации посредством упрощения синтаксиса. В целом, адресность сообщений не нарушается при отсутствии традиционных обращений, поскольку может достигаться наличием других элементов, например определительных придаточных предложений:

– ピケさんが普段使っているバックはどこのものでしょうか? / Пикэ-сан, откуда у вас сумка, которую вы обычно носите?[10].

Продолжая анализ собранных данных, мы зафиксировали, что в сумме остальные группы, отражающие наличие обращения в сообщении, составили 10,55% от генеральной совокупности. Распределение свидетельствует о том, что в рамках японской онлайн-коммуникации употребление подобного элемента речи не распространено, однако обращения и гиперссылки, выполняющие роль обращений, вносят свой вклад в повышение уровня синтонности сообщения, что делает их неотъемлемой частью вежливой речи японского языка и оставляют за ними определенное место в рамках онлайн-коммуникации.

Анализ комментариев, содержащих обращения к женщинам

Далее проанализируем данные, полученные благодаря распределению комментариев из группы «Наличие обращения в сообщении», взяв за основу обращения к женщинам (см. табл. 2), при этом также разграничив их в соответствии с гендером адресантов: мужчины – а.м.; женщины – а.ж.; анонимы – а.а.

Таблица 2.

Таблица употребления обращений по отношению к женщинам в японской онлайн-коммуникации

Формы обращения	Частотность обращений а.м.	Частотность обращений а.ж.	Частотность обращений а.а.	Общая частотность обращений
-----------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	-----------------------------

Имя+さん	35,9%	38,8%	15,8%	27,0%
Имя+様	-	-	0,9%	0,4%
Имя+先生	2,6%	-	-	0,4%
Имя+ちゃん	23,1%	57,5%	57,9%	51,9%
Имя	38,5%	3,8%	25,4%	20,2%

Как можно заметить из приведенной таблицы 2, неформальные и краткие формы обращений (51,9% и 20,2%) доминируют над вежливыми (в сумме 27,8%). В мужской речи по отношению к противоположному полу чаще используется имя собственное (38,5%):

— ゆっぴー、この動画は凄く得した気分になりました!

そして、角戸さんはさすがにプロボーラーですね / Юппи, мне кажется, что это видео было невероятно полезным! А Какуто-сан действительно профессиональный боулер [11].

Как можно заметить, в данном комментарии присутствует определённая стратификация пользователей (Какуто / 角戸 и Юппи / ゆっぴー) автором сообщения. Подобная ситуация может быть связана как с гендерными, так и с социальными аспектами японского языка. Что именно оказало большее влияние, определить затруднительно, поэтому рассмотрим дополнительный пример, иллюстрирующий данную тенденцию (см. рис. 2).

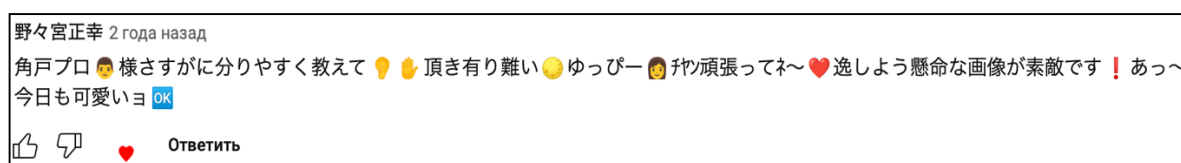


Рисунок 2. Пример комментария с обращением от мужчины [11]

В комментарии выше также можно обнаружить, что автор по отношению к мужчине предпочитает использовать более вежливый и нейтральный по ген-

дерному признаку кэйсё (сама / 様), в отличие от обращения к женщине (уменьшительно-ласкательный тян / ちゃん), при этом дополнительно обозначая пол адресатов сообщения специальными эмотивными символами. Это демонстрирует сохранившуюся иерархию в общении между представителями разных полов, пришедшую из офлайн-коммуникации.

Со стороны адресантов-женщин наблюдается доминирование формы обращения с употреблением суффикса тян (ちゃん) – 57,5%, что можно связать с коннотативным и эмоциональным аспектом женского японского языка (см. рис. 3).

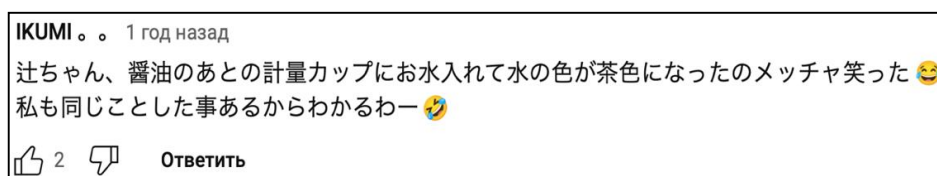


Рисунок 3. Пример комментария с обращением ちゃん от женщины [12]

Второе место среди форм обращения от адресантов женщин занимает нейтрально-вежливый суффикс сан (さん) – 38,8% со значительным отрывом от использования имени собственного в качестве обращения (3,8%). Данная ситуация свидетельствует о сохранении одной из лидирующих позиций за вежливым тоном в женском японском языке: «Livさん！編集お疲れさまです！» [13] (Liv-сан, спасибо за монтаж видео!).

Показатели частотности обращений адресантов анонимов подтверждают общую тенденцию в доминировании более неформальных форм обращения в онлайн-коммуникации (57,9% и 25,4%). Однако отметим, что принятие того или иного обращения зависит от конкретного адресата. В пример можно привести пользователя «辻ちゃんネル» – Цудзитяннэру [12], имя которой является игрой слов, достигаемой за счет использования различных систем письма. Так, адресатом сигнализируется, какая именно форма обращения предпочтительна

и, соответственно, является синтонной. В случае если подобные маркеры отсутствуют, то адресантами используются более вежливые варианты обращений (о чём может свидетельствовать высокая частотность суффикса сан – 27%), иначе комментарий мог быть воспринят скорее фамильярно, что может потребовать дальнейших извинений со стороны адресанта: こっち勝手にちゃん呼びしちゃってすみません～ / Прости, что в комментарии без спроса назвал тебя, сказав тын... [13].

Анализ комментариев, содержащих обращения к мужчинам.

Далее проанализируем данные, полученные благодаря распределению комментариев из группы «Наличие обращения в сообщении», взяв за основу обращения к мужчинам (см. табл. 3).

Таблица 3.

Таблица употребления обращений по отношению к мужчинам в японской онлайн-коммуникации

Формы обращения	Частотность обращений а.м.	Частотность обращений а.ж.	Частотность обращений а.а.	Общая частотность обращений
Имя+さん	48,0%	54,5%	66,1%	61,7%
Имя+様	4,0%	-	0,9%	1,1%
Имя+先生	14,0%	1,0%	1,6%	2,8%
Имя+ちゃん	2,0%	10,1%	5,7%	6,2%
Имя+くん	20,0%	23,2%	15,8%	17,8%
Имя	12,0%	11,1%	9,8%	10,3%

Из данной таблицы можно сделать несколько выводов. Первый – это наличие большего разнообразия в формах обращения по отношению к мужчинам. Исходя из проанализированных данных, можно увидеть шесть различных форм обращения, которые зачастую используются всеми группами адресантов. При этом по отношению к адресатам женщинам применялось лишь пять, а в зависимости от гендера авторов комментариев их количество могло быть меньше.

Таким образом, адресатами-мужчинами принимаются формы обращений: не свойственные их гендеру, например тян (ちゃん); различные статусные обращения – сэнсэй (先生) и сама (様), использование которых было отмечено и по отношению к женщинам, однако, частотность таковых была незначительной, а также неформальные варианты.

Второй вывод – доминирование обращения с суффиксом сан (61,7%), что можно связать с его универсальностью и более вежливой составляющей: ヒカルさん、牛宮城のお節を実家のお母さんに送ってあげるのですね / Хикару-сан, ты собираешься отправить своей маме осэти из Гюгудзё, не так ли? [14]

Данные положения свидетельствуют о наличии высокого иерархического статуса мужчины в интернет-пространстве, пришедшего из офлайн-коммуникации. Это проявляется в большей свободе выбора паттернов общения как по отношению к другим, так и по отношению к себе. Однако, как уже было отмечено ранее, необходимо учитывать позицию конкретных адресатов по поводу тех или иных обращений.

Заключение

Таким образом, обращения-синтоны в японской онлайн-коммуникации являются достаточно низкочастотной составляющей общения. За счет их использования создается более благоприятная среда для взаимодействия в интернет-пространстве. В то же время на обращения-синтоны оказывает непосредственное влияние гендерная составляющая японской речи. Это отражается в предпочтении определенных форм обращения, а также в многообразии данных форм в зависимости как от гендера адресанта, так и от гендера адресата.

Список литературы

1. Алпатов В.М. *Япония: язык и общество*. Москва: Муравей; 2003.
2. Бредихин С.Н., Серебрякова С.В., Лиховид А.А. Динамика восприятия гендерных ролей: сравнительно-сопоставительный анализ между США и Россией. *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология*. 2020;2(259):92–103.

3. Загоруйко И.Н. Интернет-дискурс в современном коммуникационном пространстве. *Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова*. 2012;18(3):56–60.
4. Бредихин С.Н., Вартанова Л.Р. Текстологические функции иносказательных переосмысленных конструкций в смыслообразовательном аспекте. *Фундаментальные исследования*. 2015;(2-3):639–643.
5. Кронгауз М.А., Такахаси К. Обращение по имени в русском и японском языках. Москва: *Труды по культурной антропологии: памяти Г.А. Ткаченко*. 2002; с. 252–274.
6. Jabłoński A. *Case in Japanese – A Morphological Approach*. Poznań: Wydawnictwo; 2022. DOI: 10.48226/978-83-66666-39-9.
7. 【胸糞】○春でボロ儲け...2000人の女性を生き地獄に. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=F3SQiFeBoeA> [дата обращения: 26.11.2022]. (На яп. яз.)
8. Худoley Н.В. Гипертекст как феномен информационной культуры и способ художественной коммуникации. Красноярск: *Красноярский государственный аграрный университет*. 2015;230–232.
9. [旧型に勝てる?!][追い越し車線の常連]現行プロボックス試乗動画. URL: https://www.youtube.com/watch?v=_eh0HsPuE4g [дата обращения: 24.11.2022]. (На яп. яз.)
10. 【vlog】大学生の1日 / 受験の願書を提出する. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9bcf5Th6kio> [дата обращения: 05.11.2022]. (На яп. яз.)
11. プロレスン！スコアアップのコツ. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=MHezg4nluY8> [дата обращения: 22.11.2022]. (На яп. яз.)
12. 【豚汁の作り方】ある日のリアルな夕飯準備を撮影してみました！【ザ・てきとー！】. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=66X2O7yMcwM> [дата обращения: 07.12.2022]. (На яп. яз.)
13. 【VLOG/8月の漫画購入品/作業用(約90分)】漫画買いに行ってブックカバーしてクジの开封. URL: https://www.youtube.com/watch?v=QhQ0l32_Wac [дата обращения: 03.11.2022]. (На яп. яз.)
14. 【溺愛】24時間いぬぽよと生活してみた. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cdE0O9ys-8g> [дата обращения: 05.12.2022]. (На яп. яз.)

References

1. Alpatov V.M. *Japan: language and society*. Moscow: Muravej; 2003. (In Russ.)
2. Bredichin S.N., Serebryakova S.V., Likhovid A.A. Dynamics in gender roles perception: a comparative study between USA and Russia. *Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta. Series 1: Regional studies: philosophy, history, sociology, jurisprudence, political science, cultural studies*. 2020;2(259):92–103. (In Russ.)
3. Zagoruiko I.N. Internet discourse in modern communication space. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.A. Nekrasova*. 2012;18(3):56–60. (In Russ.)
4. Bredikhin S.N., Vartanova L.R. Textual functions of allusive contemplative phrases in sense-making. *Fundamental'nye issledovanija*. 2015;(2-3):639–643. (In Russ.)
5. Krongauz M.A., Takahasi K. Address by name in Russian and Japanese. Moscow: *Trudy po kul'turnoj antropologii: pamjati G.A. Tkachenko*. 2002; p. 252–274. (In Russ.)
6. Jabłoński A. *Case in Japanese – A Morphological Approach*. Poznań: Wydawnictwo; 2022. DOI: 10.48226/978-83-66666-39-9.
7. [Disgusting] ○easy money in spring... 2000 women are living in hell. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=F3SQiFeBoeA> [accessed: 26.11.2022]. (In Japan.)

8. Khudoley N.V. Hypertext as the phenomenon of information culture and the way of aesthetic communication. Krasnoyarsk: *Krasnojarskij gosudarstvennyj agrarnyj universitet*. 2015;230–232. (In Russ.)
9. [Can it beat the old model?!][Regulars in the passing lane] Current Probox test drive video. Available from: https://www.youtube.com/watch?v=_eh0HsPuE4g [accessed: 24.11.2022]. (In Japan.)
10. [vlog] A day in the life of a college student/Submitting an application for an exam. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=9bcf5Th6kio> [accessed: 05.11.2022]. (In Japan.)
11. Professional lesson! Tips for improving your score. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=MHezg4nluY8> [accessed: 22.11.2022]. (In Japan.)
12. [How to make pork miso soup] I took a picture of a real dinner preparation one day! [The Tight!]. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=66X2O7yMcwM> [accessed: 07.12.2022]. (In Japan.)
13. [VLOG/August manga purchase/work (about 90 minutes)] Go buy manga, cover the book and open the lottery. Available from: https://www.youtube.com/watch?v=QhQ0l32_Wac [accessed: 03.11.2022]. (In Japan.)
14. [Doting] I tried living with Inupoyo for 24 hours. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=cdE0O9ys-8g> [accessed: 05.12.2022]. (In Japan.)

Автор публикации

Бредихин Сергей Николаевич –

доктор филологических наук, доцент, профессор
Северо-Кавказский федеральный университет
Ставрополь, Россия
Email: bredichinsergey@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0002-2191-4982>

Шишкин Борис Андреевич –

аспирант
Северо-Кавказский федеральный университет
Ставрополь, Россия
Email: boris-shishkin.work@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0002-8694-3637>

**Раскрытие информации о конфликте
интересов**

Автор заявляет об отсутствии
конфликта интересов.

Информация о статье

Поступила в редакцию: 14.03.2023
Одобрена после рецензирования: 30.04.2023
Принята к публикации: 5.05.2023

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

Информация о рецензировании

«Казанский лингвистический журнал» благодарит анонимного рецензента (рецензентов) за их вклад в рецензирование этой работы.

Author of the publication

Bredikhin Sergey Nikolaevich –

Doctor of Sciences (Philology), Associate Professor
North-Caucasus Federal University
Stavropol, Russia
Email: bredichinsergey@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0002-2191-4982>

Shishkin Boris Andreevich –

postgraduate student
North-Caucasus Federal University
Stavropol, Russia
Email: boris-shishkin.work@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0002-8694-3637>

Conflicts of Interest Disclosure

The author declares that there is no conflict of interest.

Article info

Submitted: 14.03.2023
Approved after peer reviewing: 30.04.2023
Accepted for publication: 5.05.2023

The author has read and approved the final manuscript.

Peer review info

Kazan Linguistic Journal thanks the anonymous reviewer(s) for their contribution to the peer review of this work.