



УДК 81`22

DOI: 10.21209/1996-7853-2019-14-1-58-63

Валентина Аераамовна Маслова¹,

*доктор филологических наук, профессор,
Витебский государственный университет им. П. М. Машерова
(210015, Беларусь, г. Витебск, Московский пр-т, 33),
e-mail: mvavit@tut.by
orcid: 0000-0002-7856-0396*

Татьяна Сергеевна Гурина²,

*аспирант,
Витебский государственный университет им. П. М. Машерова
(210015, Беларусь, г. Витебск, Московский пр-т, 33),
e-mail: tati_gurina@mail.ru
orcid: 0000-0001-5844-7241*

Речевой портрет политика на материале твитов Д. Трампа

Статья посвящена исследованию речевого портрета сорок пятого президента США – Дональда Трампа. Исследование проводится на стыке изучения языковой личности Д. Трампа, а также изучения его языкового портрета с позиций политической лингвистики. Как известно, образное описание личности позволяет выявить её характерные особенности и создать в массовом сознании ментальную ассоциативную картину политического деятеля. В качестве дополнительного метода используется концептуальный анализ контекстов высказываний Д. Трампа. В связи с этим политик, как правило, считает необходимым задействовать стратегии самопрезентации, позволяющие конструировать положительное видение и чувство единения с аудиторией. Именно для этого была создана The Trump Organization, в которой для Д. Трампа работает штат идеологов, представителей СМИ, спичрайтеров и имиджмейкеров. Фигура Д. Трампа – одиозного, противоречивого политика, известного своими провокационными резкими высказываниями, ставшего медиаперсоной в 1968 году благодаря участию в разнообразных телепередачах – представляет интерес для изучения способов создания речевого портрета политического деятеля, что и является целью данной работы. Лингвистическая оценка твитов Д. Трампа производилась с использованием методов когнитивного анализа и дискурс-анализа, путём выборки 75 цитат за ноябрь–декабрь 2018 года.

Ключевые слова: речевой портрет, языковая личность, политический дискурс, речевая стратегия, медиалингвистика

Введение. На современном этапе развития науки всё больше учёных-языковедов ориентируются на антропоцентрическую парадигму при проведении исследований, в том числе разного типа дискурса [1–4; 12; 13]. Концепты «языковая личность» и «речевой портрет личности» являются взаимосвязанными и взаимообусловленными [9; 11; 12]. Однако в основе разграничения данных понятий лежит необходимость различения языка и речи. Отношения между языком и речью складываются таким образом, что в систему языка включаются только наиболее устойчивые и неслучайные компоненты речи [10]; для наиболее полного и точного описания языковой личности требуется, в первую очередь, реконструкция и анализ её речевого портрета [11, с. 6]. Согласно исследованиям последних лет, проведённых методом ассоциативного опроса, реакции оценочно-

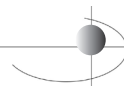
го компонента лексемы «политик» схожи по своей негативной окраске в русской и американской лингвокультурах: лжец, лицемер, вор, коррупция, подлость, беспринципность, dishonest (нечестный), self-interest (эгоизм), untrustworthy (не заслуживающий доверия) [5, с. 198; 6; 14; 15]. Таким образом, в сознании информантов лексема «политик» актуализируется через фактор «недоверие».

Стратегия позитивной самопрезентации Д. Трампа, главным образом, заключается в сравнении своей президентской деятельности с другими, что достигается путём противопоставления (оппозиция «Я» – «другой политик», где другой представляется «чужим», «враждебным», не для самого Трампа, а для американской нации):

– *There has never been a president who has been tougher (but fair) on China or Russia – Never, just look at the facts! /Здесь никогда не*

¹ В. А. Маслова осуществляла анализ и систематизацию материала исследования.

² Т. С. Гурина осуществляла сбор, анализ и систематизацию материала исследования, оформляла статью.



было президента, который относился бы жёстче, но честнее к Китаю или России. Никогда, взгляните на факты!

– *Even President Ronald Reagan tried for 8 years to build a Border Wall, or Fence, and was unable to do so. Others also have tried. We will get it done, one way or the other!*//Даже президент Рональд Рейган 8 лет пытался построить пограничную стену, но оказался неспособен сделать это. Другие тоже пытались. Мы добьёмся этого любой ценой!

– *I've done more damage to ISIS than all recent presidents... not even close!*//Я нанёс больший урон ИГИЛУ, чем все другие президенты... намного больше!

– *I can't imagine any President having a better or closer relationship with their Vice President than the two of us. Just more FAKE NEWS, the Enemy of the People!*//Я не могу представить ни одного президента, у которого сложились лучшие или более близкие взаимоотношения с вице-президентом, чем у нас (Д. Трамп и М. Пейс). Всё остальное (о нас) – это очередные ФАЛЬШИВЫЕ НОВОСТИ, враги народа!

Средствами экспрессивности в вышеуказанных примерах выступают прилагательные в сравнительной форме (лучше, ближе, жёстче), отрицательные наречия (никогда), прилагательные с негативной коннотацией (бесконечный, неспособный), многочисленные лексические повторы, акцентирующие внимание на предмете речи.

Метафорическая оппозиция «родной» – «чужой», часто наблюдаемая в твитах Д. Трампа, носит аксиологический характер, являясь буквальной апелляцией к общенародным моральным ценностям. Глубинный образ близкого, родного, пронизывающий коллективное сознание любого этноса, задействует эмоциональную память реципиентов. Дидактическая функция данных сообщений заключается в том, что адресант транслирует информацию эмотивно, сопровождая её субъективными, но в то же время одобряемыми большинством оценочными суждениями:

– *The Democrats policy of Child Separation on the Border during the Obama Administration was far worse than the way we handle it now. Remember the 2014 picture of children in cages – the Obama years. Smugglers use the kids!*//Политика демократов в отношении передачи детей на границах в период правления Обамы была намного хуже, чем та, что есть у нас сейчас. Помните фото детей в клетках в 2014 – в годы Обамы? Контрабандисты используют детей!

Здесь используется стратегия дискредитации личности Обамы, реализуемая через образную референцию к негативной для большинства адресатов картине – дети, заключённые в клетки.

– *The pathetic and dishonest Weekly Standard, run by failed prognosticator Bill Kristol (who, like many others, never had a clue), is flat broke and out of business. Toobad. May it rest in peace!*//Жалкий и нечестный журнал Weekly Standard, которым управляет неудавшийся прогнозист Бил Кристол (который, как и многие другие, ничего не смыслил), полностью обанкротился и разорился. Очень жаль! Покойся с миром!

В данном сообщении Д. Трамп снова затрагивает проблему новостей-фальшивок и, помимо инвективов, направленных на подрыв доверия к представителю СМИ, использует иронию (Очень жаль! Покойся с миром!).

– *Emmanuel Macron suggests building its own army to protect Europe against the U. S., China and Russia. But it was Germany in World Wars One & Two – How did that work out for France? They were starting to learn German in Paris before the U. S. came along. Pay for NATO or not! By the way, there is no country more Nationalist than France, very proud people-and rightfully so! MAKEFRANCEGREATAGAIN!*//Эммануил Макрон предложил создать собственную армию, чтобы защитить Европу от США, Китая и России. Но так же поступала Германия в Первую и Вторую мировую войну – и как это отразилось на Франции? Парижане учили немецкий язык, пока на помощь не пришла Америка. Заплатите долг НАТО или нет?! Кстати, кроме Франции, нет больше стран, где так сильно сплочён народ; очень гордые люди – и им есть чем гордиться! СДЕЛАЕМ ФРАНЦИЮ ВЕЛИКОЙ СНОВА!

В вышеуказанном примере используется стратегия, негативно характеризующая оппонента – президента другой страны. Сравнивая идеи нынешнего правителя Франции с действиями фашистской Германии, адресант апеллирует к образу войны, после чего использует иронию (прежде, чем тратиться на армию, лучше верните долг Америке), а затем выражает уважение французской нации и озабоченность нынешним состоянием страны. Таким образом, реализуется стратегия подрыва авторитета оппонента и одновременно поднятия собственного образа в глазах массового адресата.

– *Universities will someday study what highly conflicted (and NOT Senate approved) Bob*

Mueller and his gang of Democrat thugs have done to destroy people. Why is he protecting Crooked Hillary, Comey, McCabe, Peter S, and all of his friends on the other side?/Однажды в университетах начнут изучать конфликтные (и НЕ одобренные сенатом) действия, которые совершал Боб Мюллер и его банда головорезов-демократов, разрушая народ. Почему мы защищаем продажную Хилари, Коми, Маккейба, Питера Эс и всех остальных его дружков с той стороны (демократов)?

В этом сообщении Д. Трамп не только обличает оппонентов (партию демократов), но и использует эпитет со стилистически сниженной лексикой в адрес своего бывшего противника на президентских выборах (**продажная Хилари**).

В указанных выше твитах наиболее яркими средствами экспрессивности являются эпитеты с негативной коннотацией (*жалкий, нечестный, конфликтный, продажный*), оценочная сленговая лексика (*головорезы, банда*), риторические вопросы, восклицательные предложения. Помимо этого, конструируется яркий образ всеобщего врага страны – в данном случае это конкурирующая партия демократов, а также другие общественные деятели, пытавшиеся когда-то обличить самого Д. Трампа.

Таким образом, «огрубление» речи является характерной чертой современного политического дискурса наряду с интернет-дискурсом. Менее строгая по сравнению со СМИ цензура твиттера не только позволяет, но и обуславливает использование инвективной лексики, сблизжая адресанта и массового адресата и подчёркивая концепцию свободы слова. Согласно В. И. Жельвису, инвективу в узком смысле слова можно определить как способ существования словесной агрессии, воспринимаемый в данной социальной (под)группе как резкий или табуированный. В несколько ином ракурсе инвективой можно назвать вербальное нарушение этического табу, осуществлённое неcodифицированными средствами [6, с. 55]. Оскорбительные высказывания, направленные на оппонента, являются проявлением стратегии доминирования; Д. Трамп использует их для выражения возмущения, негодования, угрозы, разоблачения и прочих речевых намерений:

Watched Da Nang Dick Blumenthal on television spewing facts almost as accurate as his bravery in Vietnam (which he never saw). As the bullets whizzed by Da Nang Dicks head, as he was saving soldiers left and right, he then woke

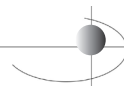
up from his dream screaming that HE LIED. Next time I go to Vietnam I will ask “the Dick” to travel with me!/Я посмотрел выступление Дананг Дика Блументала на телевидении, где он плевался фактами так же, как и своим бесстрашием во Вьетнаме (которого он в глаза не видел). Пули свистели над головой Дананг Дика, когда он спасал солдат направо и налево, а потом он проснулся с криками ОН (Трамп) СОЛГАЛ. Во время следующего визита во Вьетнам я приглашу «этого Дика» поехать вместе со мной!

Здесь Д. Трамп изобличает демократа Ричарда Блументала, который многократно негативно отзывался в адрес нынешнего президента. Адресант даёт прозвище своему оппоненту (Дананг – город во Вьетнаме, где якобы служил Р. Блументал, *Дик* – его ник в Твиттере), уничижительно не называя его настоящего имени. Помимо этого, используются устойчивые выражения с негативной окраской (*направо и налево*), стилистически сниженная лексика (*“spewing”* букв. «изрыгать»; сленг. – «блевать»), каламбур (*“theDick”* с артиклем может быть и именем, и словом, относящимся к пласту нецензурной инвективной лексики).

– *Just watched Wacky Tom Steyer, who I have not seen in action before, be interviewed by @jaketapper. He comes off as a crazed & stumbling lunatic who should be running out of money pretty soon. As bad as their field is, if he is running for President, the Dems will eat him alive!/Только что посмотрел программу с @jaketapper, который брал интервью у Чокнутого Тома Стайра. Том показал себя обезумевшим, споткнувшимся психом, который очень скоро обанкротится. Несмотря на то, что они (демократы) очень плохи в своей сфере, если он будет баллотироваться в президенты, демократы съедят его живьём!*

В указанном выше Твиттере адресант речи пользуется уже разработанной и часто применяемой им стратегией – конструированием негативного образа противника путём присвоения прозвищ-ярлыков (*Чокнутый Том*), также прибегает к тавтологии (*обезумевший псих*), метафоре (*съедят живьём*).

– *His predecessor, Rex Tillerson, didn't have the mental capacity needed. He was dumb as a rock and I couldn't get rid of him fast enough. He was lazy as hell. Now it is a whole new ballgame, great spirit at State!/Его предшественник, Рекс Тиллерсон, не обладал достаточными умственными способностями. Он был тупым, как пробка, и я не мог избавиться*



от него достаточно быстро. Он был чертовски ленив. Теперь мы играем по-новому, с великим духом в государстве!

Данным сообщением Д. Трамп сообщает об избрании М. Помпейо на должность нового госсекретаря. О предыдущем, несмотря на то, что он принадлежит к той же партии, что и президент, автор твита отзывается, используя эмоциональную оценку, чем обуславливается наличие градации (*...не обладал достаточными умственными способностями; был тупым, как пробка*), стилистически сниженной сленговой лексики (он был *тупым*, он был *чертовски ленив*), устойчивых выражений (*тупой, как пробка*), от него нужно было *избавиться*, а не просто отправить в отставку.

Для формирования в глазах аудитории собственного положительного имиджа справедливого политика Д. Трамп в своём медиадискурсе выражает благодарность или адресует поздравления своим оппонентам (что не мешает ему дискредитировать их в дальнейшем):

Beautiful ceremony today in Paris commemorating the end of World War One. Many World leaders in attendance. Thank you to @EmmanuelMacron, President of France! Now off to Suresnes American Cemetery to make speech in honor of our great heroes! Сегодня в Париже состоялась прекрасная церемония, посвящённая окончанию Первой мировой войны. Многие мировые лидеры посетили её. Спасибо, @EmmanuelMacron, президент Франции! Теперь отправляемся на американское кладбище в Сюрене, чтобы выступить в честь наших великих героев!

– I hope everyone, even the Fake News Media, is having a great Christmas! Our Country is doing very well. We are securing our Borders, making great new Trade Deals, and bringing our Troops Back Home. We are finally putting America First. MERRYCHRISTMAS! Я надеюсь, что все, даже лживые СМИ, замечательно проводят Рождество. Наша страна справляется очень хорошо! Мы защищаем наши границы, совершаем новые отличные торговые сделки, возвращаем наших солдат домой. Мы, наконец, вернули Америке позицию лидера. СЧАСТЛИВОГО РОЖДЕСТВА!

Позитивный посыл обоих сообщений, речевые намерения благодарности и поздравления Д. Трампа выражает в начале своего речевого сообщения. Затем автор, вполне обоснованно и логично, затрагивает тему Америки – великой и сильной державы, в которой под его руководством положение дел постоянно улучшается. Слово “great” в сообщении

в различных значениях повторяется 3 раза, и эта речевая избыточность указывает на активное внедрение в семантическую память реципиентов ассоциативной связи «Трамп – величие».

Дихотомия «родной, свой» – «чужой, враждебный» как способы создания образа «врага» и как отношение действующего президента США к СМИ упоминались во многих лингвистических исследованиях, однако следует отметить, что для речи Трампа (как письменной, так и устной) зачастую характерна лозунговость. Использование подобных риторических приёмов успешно достигаются разные намерения: выражение заботы о стране и нации, проявление доминирования над оппонентами, обличение врагов и сближение с массовым адресатом:

– Justrememberthewords – FAKENEWS! Просто помните два слова – ФАЛЬШИВЫЕ НОВОСТИ!

– FAKE NEWS – THE ENEMY OF THE PEOPLE! ФАЛЬШИВЫЕ НОВОСТИ – ВРАГ НАРОДА!

– Together, we can KEEP MAKING AMERICA GREAT AGAIN!! Все вместе мы сможем ПРОДОЛЖИТЬ ВОЗРОЖДАТЬ БЫЛОЕ ВЕЛИЧИЕ АМЕРИКИ!

– MAKEAMERICARICHAGAIN!/СДЕЛАЕМ АМЕРИКУ СНОВА БОГАТОЙ!

– MAKEAMERICASAFEAGAIN!/СДЕЛАЕМ АМЕРИКУ СНОВА БЕЗОПАСНОЙ!

Помимо лозунгов, интернет-дискурс Трампа изобилует аллюзиями, отсылающими адресатов к культурным и социальным явлениям жизни американского общества (концепт американской мечты, рассерженные демократы – рассерженные молодые люди), тем самым придавая своим сообщениям образность и недосказанность как пищу для размышлений:

– The Republican Agenda is the AMERICAN DREAM! Программа республиканцев – АМЕРИКАНСКАЯ МЕЧТА!

Bob Mueller (who is a much different man than people think) and his out of control band of Angry Democrats, don't want the truth, they only want lies. The truth is very bad for their mission! Боб Мюллер (который совсем не такой, каким его представляют люди) и его неконтролируемая банда Рассерженных Демократов не хотят правды, они хотят только лжи. Правда губительна для их целей!

Главной характерной чертой твитов Трампа является синтаксический параллелизм. Практически каждое сообщение из вышеперечисленных имеет повторяющуюся

структуру «информирование – оценка происходящего – экскламация». Это объясняется ростом недоверия массовой аудитории к информации, полученной из медиаисточников. В контексте данной ситуации применение технологий драматизации и infotainment (информирование + развлечение) объясняет использование повторяющейся текстовой структуры с обилием риторических восклицаний и вопросов.

Выводы. Исходя из проанализированных сообщений, можно заключить, что при создании собственного речевого портрета Д. Трамп прибегает к укоренившимся в политическом медиадискурсе стратегиям, таким, как внедрение образа «врага» и сближение с массовым реципиентом в качестве человека, близкого к нации и способного её защитить. Для дискредитации оппонентов, отражения их нападок, обличения, высмеивания Д. Трамп использует разноразрядные инвек-

тивы, тем самым снижая авторитет других политических деятелей и подрывая доверие адресата к ним. Благодаря этим стратегиям, происходит формирование образа жесткого, принципиального, справедливого, честного, доминантного общественного деятеля.

С помощью разнообразных риторических приёмов, таких как параллелизм, риторические вопросы, градация, восклицание, ирония, каламбур и т. д., Д. Трамп придаёт своему дискурсу эмоциональность, живость, реализует стратегии убеждения и манипуляции, представляя себя в первую очередь человеком, а не политиком, заботящимся о своей стране и соперничающим с американской нацией. Таким образом, при создании своего речевого портрета главной целью политика является преодоление укоренившихся негативных стереотипов и создание социально одобряемого образа общественного деятеля для завоевания и удержания доверия избирателей.

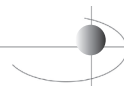
Список литературы

1. Алещанова И. В. Цитация в газетном тексте (на материале современной английской и российской прессы): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Волгоград, 2000. 230 с.
2. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс. М.: Прогресс, 1990. С. 5–32.
3. Беззубов А. Н. Жанрово-стилистическая типология. Л.: Изд-во ЛГУ, 1987. С. 5–10.
4. Дементьев В. В. Изучение речевых жанров: обзор работ в современной русистике // Вопросы языкознания. 1997. № 1. С. 109–121.
5. Ерофеева Т. И., Орлатых Е. В. Лексема политик/politician в наивном представлении русских и англичан // Политическая лингвистика. 2016. № 2. С. 197–203.
6. Жельвис В. И. Слово и дело: юридический аспект сквернословия // Юрислингвистика. 2007. № 2. С. 51–58.
7. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Алгоритм, 2000. 314 с.
8. Карасик В. И. Культурные доминанты в языке // Языковая личность: культурные концепты: сб. науч. тр. Волгоград; Архангельск: Перемена, 1996. С. 3–16.
9. Мамаева С. В. Речевой портрет коллективной языковой личности школьников 5–8-х классов: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Лесосибирск. 2007, 202 с.
10. Іўчанкаў В. І. Дыскус беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту. Мінск: БДУ, 2003. 256 с.
11. Dijk T. A. van. Text and context: explorations in the semantics and pragmatics of discourse. London: Longman, 1977. 194 p.
12. Fowler R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. London: Routledge, 2011. 326 p.
13. Harcup T. What Is News? London: Routledge, 1999. 206 p.
14. Kress G. Language as Ideology. London: Routledge, 1996. 251 p.
15. Thompson J. The Media and Modernity. Cambridge: Polity Press, 1995. 428 p.

Статья поступила в редакцию 09.01.2019; принята к публикации 12.02.2019

Библиографическое описание статьи

Маслова В. А., Гурина Т. С. Речевой портрет политика на материале твитов Д. Трампа // Гуманитарный вектор. 2019. Т. 14, № 1. С. 58–63. DOI: 10.21209/1996-7853-2019-14-1-58-63.



Valentina A. Maslova¹,
Doctor of Philology, Professor
P. M. Masherov Vitebsk State University
(33 Moskovsky ave., Vitebsk, 210015, Belarus),
e-mail: mvavit@tut.by
orcid: 0000-0002-7856-0396

Tatyana S. Gurina²,
Graduate Student,
P. M. Masherov Vitebsk State University
(33 Moskovsky ave., Vitebsk, 210015, Belarus),
e-mail: tati_gurina@mail.ru
orcid: 0000-0001-5844-7241

A Politician's Speech Portrait: a Case Study of D. Trump's Tweet Material

The article deals with the study of the speech portrait of the forty-fifth US President Donald Trump. The article is conducted at the intersection of the study of D. Trump's linguistic personality, as well as the study of his linguistic portrait from the standpoint of political linguistics. A figurative description of a personality makes it possible to reveal its characteristic features and to create a mental associative picture of a politician in the mass consciousness. A conceptual analysis of D. Trump's contexts is used as an additional method. The politician considers it necessary to use self-presentation strategies that allow him to construct a positive vision and a sense of unity with the audience. It was for this purpose that The Trump Organization was created, in which ideologues, media representatives, speechwriters and image-makers work for D. Trump. Trump's figure as an odious, controversial politician is known for his provocative harsh statements, he became a media person in 1968 thanks to his participation in various TV shows, which is of interest for exploring ways to create a politician's speech portrait. The linguistic assessment of D. Trump's tweets was made using the methods of cognitive analysis and discourse analysis, by sampling of 75 quotes for the period of November-December 2018.

Keywords: speech portrait, language personality, political discourse, speech strategy, media linguistics

References

1. Aleschanova, I. V. Citation in a newspaper text (on the material of the modern English and Russian press). *Filol.sci. diss. Volgograd, 2000. (In Rus.)*
2. Arutyunova, N. D. Metaphor and discourse. M: Progress, 1990: 5–32. (In Rus.)
3. Bezzubov, A. N. Genre-stylistic typology. L: Leningrad State University, 1987: 5–10. (In Rus.)
4. Dementiev, V. V. Study of Speech Genres: A Review of Works in Modern Russian Studies. *Voprosy yazykoznaniya*, no.1, pp.109–121, 1997. (In Rus.)
5. Yerofeeva, T. I., Orlatykh, E. V. The token of a politician/politician in the naive view of Russians and English. *Political linguistics*, no. 2, pp.197–203, 2016. (In Rus.)
6. Zhelvis, V. I. Word and deed: the legal aspect of bad language. *Jurilingvistika*, no. 2, pp. 51–58, 2007. (In Rus.)
7. Kara-Murza, S. G. Manipulation of consciousness. M: Algorithm, 2000. (In Rus.)
8. Karasik, V. I. Cultural dominants in the language. *Language personality: cultural concepts. Volgograd-Arkhangelsk: Peremena, 1996: 3–16. (In Rus.)*
9. Mamaeva, S. V. A speech portrait of a collective language personality of schoolchildren of 5–8 grades. *Filol. sci. diss. Lesosibirsk. 2007. (In Rus.)*
10. Іўчанкаў, В. І. Dyskurs of Belarusian SMI. Organization of the public text. Minsk: BDU, 2003. (In Bel.)
11. Dijk, T. A. van. Text and context: explorations in the semantics and pragmatics of discourse. London: Longman, 1977. (In Eng.)
12. Fowler, R. *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press.* London: Routledge, 2011. (In Eng.)
13. Harcup, T. *What Is News?* London: Routledge, 1999. (In Eng.)
14. Kress, G. *Language as Ideology.* London: Routledge, 1996. (In Eng.)
15. Thompson, J. *The Media and Modernity.* Cambridge: Polity Press, 1995. (In Eng.)

Received: January 9, 2019; accepted for publication February 12, 2019

Reference to the article

Maslova V. A., Gurina T. S. A Politician's Speech Portrait: a Case Study of D. Trump's Tweet Material // *Humanitarian Vector.* 2019. Vol. 14, No.1. PP. 58–63. DOI: 10.21209/1996-7853-2019-14-1-58-63.

¹ V. A. Maslova: analysis and systematization of the research data.

² T. S. Gurina: collection and analysis of the research data, documentation.