



## Теоретические основы исследования языковых средств в создании лингвокультурного образа страны в художественном тексте

Садури Хасанет

*Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Москва, Россия  
hassanetsadouri@gmail.com*

**Аннотация.** В статье анализируются языковые единицы, употребляемые для описания образа страны в художественном тексте. В работе были применены следующие методы: анализ и синтез, метод логического сопоставления, типологический метод, методы наблюдения и описания. Проведен обзор произведений, отражающих образы других стран, в том числе африканских. В ходе работы было выявлено, что образ страны в научной литературе имеет широкое представление, который создается при помощи безэквивалентной, коннотативной и фоновой лексики, имен собственных и эмоционально-оценочных слов.

**Ключевые слова:** художественный текст, лингвокультурный образ страны, языковые средства создания лингвокультурного образа, лингвистический анализ

**Для цитирования:** Садури Хасанет. Теоретические основы исследования языковых средств в создании образа страны в художественном тексте // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 5 (886). С. 101–107.

---

Original article

## Theoretical Foundations for the Research of Linguistic Means in the Creation of a Country Image in a Literary Text

Hasanet Sadouri

*Peoples' Friendship University of Russia, Moscow Russia  
hassanetsadouri@gmail.com*

**Abstract.** This article deals with the problem of research of linguistic units involved in the creation of the image of the country in a literary text. The following methods were used to achieve this aim: analysis and synthesis, method of logical comparison, typological method, methods of observation and description. The main part of this research is a review of the material, which is devoted to the images of other countries. As a result of the study, it was revealed that the image of the country in the scientific literature has a broad representation. The linguistic means that create the image of the country include non-equivalent, connotative and background vocabulary, proper names and emotionally evaluative words.

**Keywords:** literary text, linguistic and cultural image of the country, linguistic means of creating a linguistic and cultural image, linguistic analysis

**For citation:** Hasanet Sadouri. (2023). Theoretical foundations for the research of language means in the creation of a country image in a literary text. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 5(886), 101–107. (In Russ.)

## ВВЕДЕНИЕ

Образы других стран, создаваемые в сознании и воображении человека, являются одним из способов восприятия категории «чужого» пространства. Данная категория и средства ее языкового выражения привлекают современных исследователей: вопросы взаимодействия языка и культуры, отдельных реалий, являющихся выражением принадлежности к той или иной культуре, и их языкового выражения устойчиво сохраняют свою значимость для лингвистики, создавая основание для междисциплинарного подхода к их рассмотрению.

Теоретической базой исследования стали труды по проблемам образа: В. Гумбольдта, О. А. Леонтовича, А. Р. Ощепковой; медиалингвистики: Т. Г. Добросклонской, О. Б. Сиротининой; лингвокультурологии: А. Вежбицкой, В. Г. Костомарова, Н. И. Формановской и др.

Интерпретация лингвокультурных компонентов художественного текста является *актуальной* в условиях современной социально-политической ситуации в мире, так как репрезентация типологических характеристик лингвокультурного образа страны выступает инструментом конструирования национальной идентичности.

Материалом для таких исследований служат художественные и публицистические тексты.

*Цель* исследования – описать теоретическую базу выявления языковых средств создания образа страны в художественном тексте и проанализировать работы, которые передают образы других стран.

В связи с этим были поставлены задачи:

- 1) систематизировать работы ученых, занимающихся разработкой передачи образа страны;
- 2) рассмотреть основные факторы, которые влияют на формирование образа страны;
- 3) определить терминологию и средства языка, которые используются авторами для создания образа страны.

*Новизна* исследования заключается в комплексном анализе языковых средств, которые участвуют в создании образа стран мира, и в обобщении опыта подобных исследований. Описывается влияние факторов «свой», «чужой», «другой» на выбор языковых единиц, отражающих образ страны.

## «ОБРАЗ» И «ОБРАЗ СТРАНЫ» КАК ПРЕДМЕТ АНАЛИЗА

Образ – это предмет интереса исследователей в области литературы, лингвистики, языкознания, культурологии и иных отраслей научного знания. В языкознании изучением понятия «образ»

занимался немецкий мыслитель-гуманист В. Гумбольдт, в своих трудах он определил его как субъективное восприятие окружающей действительности или как отпечаток, который появился в душе человека [Гумбольдт, 2018].

В литературоведении образ представлен как конкретная категория искусства и эстетики, назначение которой – представлять собой форму воплощения и интерпретации реальности, запечатленной в обобщенной картине.

Е. О. Опарина при анализе понятия «образ» выделяет в его осмыслении ряд составляющих:

- 1) образ – отдельная категория сознания, которая предполагает результатом работу восприятия, памяти и воображения;
- 2) образ – единая картина отдельного реального объекта;
- 3) образ не равен предмету, который является предметом его отражения;
- 4) образ обладает субъективным уникальным характером;
- 5) факт распознавания, сравнения и восприятия собственных, опирающихся на опыт действий;
- 6) образ образовался самостоятельно, самопроизвольно, стихийно и бесконтрольно;
- 7) образ не обладает четкими границами, является носителем состава семиотических знаний в сознании человека, а также частью многочисленных ассоциативных связей;
- 8) образ способен значительно измениться в сознании человека при накоплении этим человеком собственного опыта и знаний [Опарина, 2017].

Понятие «художественный образ» тесно связано с понятием «художественная картина мира», которая является индивидуальным, личностным представлением реальности автором, имеющим определенную географическую привязку, а также субъективное понимание видимых им событий и отношение к этой действительности личности, как ее субъекта или объекта.

Страны обязательно формируют свой самостоятельный образ. Образ страны – важнейший способ ее самоидентификации. С. М. Мезенин выделяет особую трехчленную структуры этого образа:

- 1) референт, создающий собственное мнение, находясь внутри страны;
- 2) агент, создающий мнение о стране извне;
- 3) обоснование образа страны с помощью научного подхода [Мезенин, 1983].

Понятие «образ страны» зависит от понятия «национальный стереотип», представляет собой стандартизированной и устойчивый образ, который создает возможность получить широкие

представления обо всех категориях однородных явлений или объектов. Стереотипы обязательно обладают устойчивостью [Гринберг, 2009].

Говоря об образе страны, следует уточнить существующую разницу между этим понятием и близкими ему по своему содержанию понятиями «концепт» и «имидж».

Ю. С. Степанов понимает концепт в виде сгустка «культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека. Концепт – это то, посредством чего человек – рядовой, обычный человек сам входит в культуру, а в некоторых случаях и влияет на неё. Концепты не только мыслятся, они переживаются. Они – предмет эмоций, симпатий и антипатий, а иногда и столкновений» [Степанов, 2004, с. 43–44]. По мнению А. Д. Макаровой, «концепт несет отпечаток культуры, является одной из его важнейших характеристик» [Макарова, 2011, с. 243].

Ряд исследователей, в число которых входят Н. Ф. Алефиренко, Ю. С. Степанов, В. В. Колесов, утверждают, что понятие «образ» напрямую связан и даже зависит от понятия «концепт». В работе В. В. Колесова отмечается, что концепт имеет свойство «овнешняяться» в лексеме, проходя ряд этапов развития:

- 1) концепт данной культуры репрезентируется в психологически представленном образе, который имеет денотативное и десигнативное значения, но не обладает референтным значением;
- 2) постепенное оформление образа как понятия (приращение референта): концепт вербализуется определенными лексическими единицами;
- 3) языковая объективация концепта посредством внутренней формы слова или его значения;
- 4) создание символа на базе понятия [Колесов, 2002].

Уточняя понятие «имидж», мы обращаемся к «Большому энциклопедическому словарю», где сказано, что «имидж – целенаправленно формируемый образ (какого-либо лица, явления, предмета), призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т. д.»<sup>1</sup>

В данной статье, говоря об отличиях указанных понятий, мы будем опираться на черты, которые отмечает А. Д. Макарова: «Лингвокультурный образ изучается в единстве языка, сознания и культуры на основе дискурса, в котором преимущественно используется. Важно осознавать, что лингвокультурный образ отражает национально-культурные

признаки, значимые для того лингвокультурного сообщества, где он формируется. Следовательно, лингвокультурный образ обладает национально-культурной спецификой и стереотипизированными характеристиками, которые реализуются в языке» [Макарова, 2011, с. 244].

Противоречивый характер является одним из основных качеств понятия «образ страны», потому что изначально не было цели его создания, а если она существовала в скрытом виде, то средства, которые способствуют ее достижению, отсутствовали в связи с тем, что созданный образ не мог обладать стабильностью, целостностью, эффективностью и являлся противоречивым [Клименко, 2010]. Стремясь разграничить данные понятия, А. Д. Макарова проводит анализ определений и заключает, что «понятие имидж – это то же, что и образ, только в узком смысле: имидж объясняется посредством образа, имидж всегда формируется целенаправленно, а образ зависит от интенций автора» [Макарова, 2011].

В данной работе, вслед за О. И. Халупо, под лингвокультурным образом страны мы понимаем образовавшийся и укоренившийся в сознании образ страны, который имеет национальную и культурную особенности, кроме того, наделен рядом стереотипных характеристик, которые реализуются благодаря разнообразным языковым средствам [Халупо, 2016].

Для анализа языковых средств, участвующих в создании лингвокультурного образа любой страны, необходимо рассматривать ряд аспектов: образный, понятийный, ценностный. Лингвокультурный образ страны образуется благодаря следующим группам лексем: безэквивалентная, фоновая и коннотативная лексика, имена собственные (мифонимы, топонимы и др.), эмоционально-оценочные слова.

### ОБЗОР ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ ОБРАЗОВ ГОСУДАРСТВ

Образы разных стран, их культур, а также народов – это неотъемлемая часть любой лингвокультуры. Так, Е. В. Черкашина в работе «Языковые средства создания образа Украины в ранних произведениях Н. В. Гоголя: на материале цикла «Вечера на хуторе близ Диканьки» рассматривает возможность изучения образа страны путем реконструкции языковой картины мира через язык и поэтику народа. Данный путь позволяет автору открыть в тексте Н. В. Гоголя ряд пространственных оппозиций: «наше – ваше» пространство; «глобальное – локальное»; «реальное – ирреальное» [Черкашина, 2012]. По Е. В. Черкашиной, образ Украины на языковом уровне создается

<sup>1</sup>Большой энциклопедический словарь / А. М. Прохоров. М., 2004

с помощью отдельных единиц: лексем и фразеологических оборотов, а также пространственных оппозиций, выраженных лингвистическими средствами. Данные элементы культурно маркированы и связаны картиной мира, созданной при помощи украинского языка, что позволяет создать точный, емкий и яркий образ указанной страны.

В работе Цуй Ливэй «Языковые средства создания лингвокультурного образа Китая в лингвокультуре дальневосточной эмиграции» проводится анализ языковых особенностей лингвокультурного образа Китая, который основывается на художественных произведениях литературы русского зарубежья. Авторы этих работ попали в Китай вследствие эмиграции, обусловленной событиями и последствиями Октябрьской революции 1917 года.

Ц. Ливэй рассматриваются такие лексические единицы, которые стали основой в формировании лингвокультурного образа Китая, в их число входит безэквивалентная и фоновая лексика, имена собственные, а также эмоционально-оценочные слова. По утверждению автора, это дает возможность установить в образе Китая ряд характерных черт: «страна с особым бытом, религией и философией; древняя страна со своими обычаями и традициями; "чужой", "другой"; "вызывающий негативные эмоции – страх, тоску, печаль"; "агрессивный, жестокий"; "неподвижный, медленный"» [Цуй Ливэй, 2015, с. 118].

Л. И. Крюкова и Е. Б. Охичева в статье «Языковые средства создания образа культуры России в современных англоязычных СМИ» обращаются к интернет-версиям крупнейших американских и британских изданий, представленных на английском языке, и рассматривают лингвистические средства создания образа России, раскрывая его через особенности культуры данной страны. «В современных СМИ используются разнообразные языковые средства. <...> Чаще всего встречаются лексические и синтаксические выразительные средства. К лексическим средствам относятся: эпитет, метафора, метонимия, сравнение, ирония и т. д. К синтаксическим: удвоение, антитеза, повторы, параллельные конструкции и т. д.» [Крюкова, Охичева, 2022, с. 63]. Отмечается, что «часто образ культуры России создается с помощью лексики, которая раскрывает такие понятия, как "величие", "мощь", что подчеркивает уникальность русской культуры и ее авторов» [там же, с. 65].

Как видно, исследуя средства создания образа той или иной страны, авторы современных трудов, раскрывающих данную тему, обращаются как к образцам классической русской литературы, так

и к произведениям литературы русского зарубежья и СМИ во всем их жанровом многообразии, написанных и на русском, и на других языках народов мира.

## ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА СТРАНЫ

Обратимся к особенностям использования различных языковых средств для создания уникального образа страны в литературных произведениях, учитывая при этом, что образ, как утверждает Е. Б. Борисова, обязательно взаимосвязан с жанром, композицией, эстетикой и стилистикой [Борисова, 2009].

Образ страны может быть репрезентирован с помощью онимов. Это ментальные объекты, которые являются предметом исследования когнитивной лингвистики. Так, например, концепты репрезентируются такими единицами, как *Америка*, *Германия*, *Объединенные Арабские Эмираты*. Особенности концептов могут быть выявлены через фреймовый и концептуальный анализ. Онимы входят в группу, называемую «культурно-географическим» и «социальным» концептом [Ященко, Руденко, 2011].

Безэквивалентная лексика создает культурный компонент лексического значения. По мнению исследователей, эквивалент является соответствием, равным по лексическому значению и не зависящим от контекста. Эквиваленты могут быть абсолютными или относительными, полными или частичными.

В. Г. Костомаров и Е. М. Верещагин выделяют безэквивалентные и неполноэквивалентные лексемы и определяют их как единицы, отличающиеся от соответствующих им лексем в другом языке. Причина различия таких слов заключается в том, что они являются отражением специфических черт национальной культуры конкретного народа [Костомаров, Верещагин, 2014].

Л. С. Бархударов, С. И. Влахов, С. П. Флорин, Г. Д. Томахин, Ю. С. Степанов и другие ученые выделяют такие языковые реалии, как варваризмы, экзотизмы, локализмы и лакуны.

С. И. Влахов и С. П. Флорин понимают под «реалиями» «слова, которые называют элементы быта и культуры, исторических эпох и социального строя, государственного устройства и фольклора, т.е. специфических особенностей данного народа, страны» [Влахов, Флорин, 2012, с. 6].

Л. С. Бархударов выделяет среди слов-реалий:

- 1) имена собственные, названия географических объектов, организаций, учреждений, газет, телепередач;



- 2) слова, обозначающие предметы, ситуации или понятия, не существующие в языковом опыте носителей иностранного языка. Экзотизмы, термины, аббревиатуры, обращения, междометия, звукоподражания также могут быть входить в состав реалий [Бархударов, 2021].

К лакунам же относятся такие иностранные слова или устоявшиеся речевые обороты, которые не закреплены и не имеют аналогов в том или ином языке.

Среди всей безэквивалентной лексики можно выделить только три группы, которые состоят из слов с этнографическим, социально-политическим и историческим значением. Так, названия бытовых предметов составляют группу этнографических реалий. К примеру, слова *коль*, *бурнусы*, *фибулы*, *кус-кус*, *пиалы*, употребленные А. Белым в его «Африканском дневнике», способствуют приданию колоритных черт образу африканской страны. Во многих языках наблюдаются лексические единицы, которые связаны с культурой и отсутствуют в других языках:

... вот черные, белые шашки на мощной дуге обрамленных ворот; приглашающих в крытые **«сукки»** [базары] (А. Белый. *Африканский дневник*).

... тот жезлик себе безбоязненно **дервиши** [монах] тыкают в нос и в глаза; кто пройдет все ступени познания, того назовет **ассауей имам** [титул наиболее выдающегося богослова] (А. Белый. *Африканский дневник*).

Наименования государственных символов и исторических событий относятся к историческим и социально-политическим реалиям, которые, безусловно, также способствуют формированию лингвокультурного образа страны. Так, в том же произведении А. Белого использовано слово *каид*, акцентирующее внимание читателя на специфических особенностях государственного устройства данной страны:

Он женат на арабке; и дети его – мусульмане; **каид** [представитель центральной власти в Северо-Западной Африке] – его чтит; население – любит его (А. Белый. *Африканский дневник*).

Национальный колорит выражается и через коннотативную лексику, но не при указывании на предметы, а с помощью обозначения их отличительных свойств. Коннотат – это часть системного лексического значения слова, которая добавляет понятийное содержание смыслами, выражающими социально-психологические оценки и ассоциации,

может дополнительно привносить одобрительную или неодобрительную окраску.

Эмоциональность и оценочность составляют эмоционально-оценочный компонент, который имеет социальный характер, что является поводом как для положительных, так и для отрицательных эмоций. Оценке могут подвергаться люди (*тунеядец*), результаты их деятельности (*мазня*), поведение (*шляться*), явления, имеющие социальный характер (*показуха*).

Эмоционально-оценочная лексика – важная часть формирования образа страны, она включает слова с положительным и отрицательным значением. И те, и другие, используются А. А. Ширинской в ее произведении «Бизерта. Последняя стоянка»:

В музее Бардо в Тунисе пунические могильные плиты свидетельствуют о **духе терпимости к культуре других народов...** (А. А. Ширинская Бизерта. *Последняя стоянка*).

Тунис **возмущен**, к середине восьмого столетия дружно **войска\*\*\*\*** кореджитов идут из Туниса на им **ненавистный** суннизм (А. А. Ширинская Бизерта. *Последняя стоянка*).

Образность, которая не имеет отношения к отражению действительности, является необязательным компонентом при создании образа страны, но невозможно достоверно сформировать этот образ без знания и понимания коннотаций, которые имеются в языке живущих на данной территории людей.

Топонимы классически разделяют на две группы: 1) общеизвестные географические объекты; 2) микротопонимы – географические объекты, известные лишь жителям страны или определенной местности. Также можно выделить и урбанонимы – узкую группу слов, которые представляют собой названия достопримечательностей крупных городов или известных по этим достопримечательностям населенных пунктов. Необходимо упомянуть и мифонимы – слова, связанные с религией и мифологией.

Лингвокультурный образ страны создают и антропонимы: имена правителей, исторических деятелей, представителей культуры, искусства и спорта. Так, к примеру, упоминание полководца Сиди-Окба в «Африканском дневнике» А. Белого заставляет читателя перенестись в исторический период, связанный с его деятельностью.

Фоновая лексика включает в себя информацию национально-культурного и национально-исторического толка, что требует серьезного лингвострановедческого или лингвокультурологического комментария. Так, А. Белый в «Африканском дневнике» упоминает течение суфизма, что заставляет читателя обратиться к историческим реалиям страны указанного периода:

Когда же возникло **течение суфизма**, оно разлилось, залетев из Египта сюда; и **суфизм** — это орденство, подобное францисканству искание бедности, подвиг, аскеза характеризует **суфизм** (А. Белый. *Африканский дневник*).

Лексика общего употребления также формирует лингвокультурологический образ государства. Например, арабские страны вызывают ассоциацию с морем, пляжем, пустыней, солнцем:

Кто думает о Бизерте – видит **море!** (А. Белый. *Африканский дневник*).

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, образ с точки зрения лингвистики – это категория сознания, включающая работу восприятия, памяти и воображения, в результате которой предстает картина реального объекта, характеризующаяся субъективностью; она опирается на

субъективный опыт, не имеет определенных границ, обладает законченными семиотическими знаниями в сознании человека и входит в многочисленные ассоциативные связи.

К языковым средствам, принимающим участие в создании образа, относятся безэквивалентная, фоновая и коннотативная лексика, а также имена собственные и эмоционально-оценочные слова.

Личный вклад автора статьи в исследование языковых средств, служащих формированию лингвокультурного образа страны, заключается в обобщении информации, изложенной в уже существующих работах по теме. Кроме того, автором был произведен собственный анализ текста А. Белого «Африканский дневник», благодаря которому удалось проследить и выявить лексические средства, способствующие формированию образа Туниса.

Геополитическая ситуация оказывает принципиальное влияние на создание образа страны. За способами формирования часто стоит текст, в том числе и художественный

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Гумбольдт В. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человеческого рода. М.: Едиториал УРСС, 2018.
2. Опарина Е. О. Языковой образ в коммуникации: Сб. науч. трудов / РАН. ИНИОН. Центр гуманитарного научно-информационных исследований. Отделение языкознания. М., 2017.
3. Мезенин С. М. Образность как лингвистическая категория // Вопросы языкознания. 1983. № 6. С. 48–58.
4. Гринберг Т. Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели // Пресс-служба. 2009. № 2. С. 74–82.
5. Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры. М., Академический проект, 2004.
6. Макарова А. Д. Лингвокультурный образ: сущность понятия. Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2011. № 33 (248). С. 243–245.
7. Колесов В. В. Философия русского слова. СПб.: ЮНА, 2002.
8. Клименко Д. А. Основные составляющие странового имиджа и технологии его продвижения (на примере формирования имиджа Италии в России) // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 1. С. 165–182.
9. Халупо О. И. Лингвокультурные аспекты взаимодействия субъектов национальных коммуникативных странств: дис. ... д-ра филол. наук. Челябинск, 2016.
10. Черкашина Е. В. Языковые средства создания образа Украины в ранних произведениях Н. В. Гоголя: на материале цикла «Вечера на хуторе близ Диканьки»: дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 2012.
11. Цуй Ливэй. Языковые средства создания лингвокультурного образа Китая в лингвокультуре дальневосточной эмиграции // Вестник Российского университета дружбы народов. 2015. № 4. С. 112–119.
12. Крюкова, Л. И., Охичева Е. Б. Языковые средства создания образа культуры России в современных англоязычных СМИ // Молодой ученый. 2022. № 20 (415). С. 63–65.
13. Борисова Е. Б. О содержании понятий «художественный образ» и «образность» в литературоведении и лингвистике // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2009. № 35 (173). С. 20–26.
14. Ященко Т. А., Руденко Ж. А. Артефакты как составляющая культурного концепта // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия: филология. Социальные коммуникации. 2011. Т. 24 (63). № 1. С. 202–209.
15. Верещагин Е. М., Костомаров, В. Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / под ред. Ю. С. Степанова. М.: Директ-Медиа, 2014.
16. Влахов С., Флорин С. Непереваемое в переводе. М.: Р. Валент, 2012.
17. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). М.: URSS, 2021.

## REFERENCES

1. Humboldt, V. (2018) O razlichiyakh v stroenii chelovecheskikh yazykov i ikh vliyaniy na dukhovnoye razvitiye chelovecheskogo roda = On the differences in the structure of human languages and its influence on the spiritual development of the human race. Moscow: Editorial URSS. (In Russ.)
2. Oparina, E. O. (2017). Yazykovoy obraz v kommunikatsii = Language image in communication: Sat. scientific Proceedings / RAS. INION. The center is humane. scientific information research Dept. linguistics. Moscow. (In Russ.)
3. Mezenin, S. M. (1983) Obraznost kak yazykovaya kategoriya = Imagery as a linguistic category // Questions of linguistics. No. 6. pp. 48–58. (In Russ.)
4. Grinberg, T. E. (2009) Imidzh strany ili imidzh gosudarstva: poisk konstruktivnoy model = The image of the country or the image of the state: the search for a constructive model. Press service, 2, 74–82. (In Russ.)
5. Stepanov, Yu. S. (2004) Konstanty: Slovar russkoy kultury = Constants: Dictionary of Russian culture. Moscow: Academic Project. (In Russ.)
6. Makarova, A. D. (2011) Yazyko-kulturnyy obraz: sushchnost ponyatiya = Linguistic and cultural image: the essence of the concept. Bulletin of Chelyabinsk State University. Philology. Art history, 33(248), 243–245. (In Russ.)
7. Kolesov, V. V. (2002) Filosofiya russkogo slova = Philosophy of the Russian word. St. Petersburg: YuNA. (In Russ.)
8. Klimenko, D. A. (2010). Osnovnyye sostavlyayushchiye imidzha strany i tekhnologiya ego prodvizheniya (na primere formirovaniya imidzha Italii v Rossii) = The main components of a country's image and the technology of its promotion (using the example of the formation of the image of Italy in Russia). Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism, 1, 165–182. (In Russ.)
9. Khalupo, O. I. (2016) Lingvisticheskiye i kulturologicheskiye aspekty vzaimodeystviya subyektov natsionalnykh kommunikativnykh prostranstv = Linguistic and cultural aspects of interaction between subjects of national communicative spaces. PhD in Philology. Chelyabinsk. (In Russ.)
10. Cherkashina, E. V. (2012) Yazykovyye sredstva sozdaniya obraza Ukrainy v rannem tvorchestve N. V. Gogolya: na materiale tsikla «Vechera na khutore bliz Dikanki» = Linguistic means of creating the image of Ukraine in the early works of N. V. Gogol: based on the material of the cycle “Evenings on a Farm Near Dikanka”: PhD in Philology. Belgorod. (In Russ.)
11. Cui Liwei. (2015). Lingvisticheskiye sredstva sozdaniya lingvokulturnogo obraza Kitaya v lingvokulture dalnevostochnoy emigratsii = Linguistic means of creating a linguistic and cultural image of China in the linguistic culture of Far Eastern emigration. Bulletin of the Russian Peoples' Friendship University, 4, 112–119. Moscow. (In Russ.)
12. Kryukova, L. I., Okhicheva, E. B. (2022) Yazykovyye sredstva sozdaniya obraza russkoy kultury v sovremennykh angloyazychnykh SMI = Language means of creating an image of Russian culture in modern English-language media // Young scientist. No. 20 (415). 63–65. (In Russ.)
13. Borisova, E. B. (2009). O sodержanii ponyatiy «khudozhestvennyy obraz» i «obraznost» v literaturovedenii i lingvistike = On the content of the concepts of “artistic image” and “imagery” in literary criticism and linguistics. Bulletin of Chelyabinsk State University. Philology. Art history, 35(173), 20–26. (In Russ.)
14. Yashchenko, T. A., Rudenko, Zh. A. (2011). Artefakty kak sostavnaya chast kulturnoy kontseptsii = Artifacts as a component of a cultural concept. Scientific notes of the Tauride National University named after V. I. Vernadsky. Series: philology. Social communications, 24(63), 1–1, 202–209. (In Russ.)
15. Vereshchagin, E. M., Kostomarov, V. G. (2014). Yazyk i kultura: Lingvostranovedeniye v prepodavanii russkogo yazyka kak inostrannogo. = Language and culture: Linguistic and regional studies in teaching Russian as a foreign language, ed. by Yu. S. Stepanov. Moscow: Direct-Media. (In Russ.)
16. Vlahov, S., Florin, S. (2012). Neperevodimoye v perevode = Untranslatable in translation. Moscow: R.Valent. (In Russ.)
17. Barkhudarov, L. S. (2021). Yazyk i perevod (Voprosy obshchey i chastnoy teorii perevoda) = Language and translation (Questions of general and theory of translation). Moscow: URSS. (In Russ.)

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ:

### Садури Хасанет

аспирант филологического факультета Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы

## INFORMATION ABOUT THE AUTHOR:

### Hasanet Sadouri

postgraduate student of the Faculty of Philology of the Russian Peoples' Friendship University named after Patrice Lumumba

Статья поступила в редакцию  
одобрена после рецензирования  
принята к публикации

09.02.2024  
11.03.2024  
09.04.2024

The article was submitted  
approved after reviewing  
accepted for publication