

Научная статья  
УДК 81'25



## Доминанты перевода текстов индустрии моды

Т. А. Волкова<sup>1</sup>, Д. Д. Рудь<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова, Нижний Новгород, Россия

<sup>1</sup>Московский педагогический государственный университет, Москва, Россия

<sup>1</sup>tatia.volkova@gmail.com

<sup>2</sup>darya.13.3@yandex.ru

**Аннотация.** Цель исследования – определить доминанты перевода англоязычных текстов индустрии моды и способы их передачи в текстах перевода. Материал исследования представлен книгами, относящимися к инструктирующему подвиду дискурса моды. В результате были выявлены общие доминанты перевода (информативность, экспрессивность, диалогичность коммуникации, коммуникативные стратегии манипуляции и самопрезентации), которые потенциально могут быть экстраполированы на дискурс моды в целом, а также частные доминанты перевода, свойственные конкретному исходному тексту (адресность текста, ценности дискурса, интердискурсивность, метаязыковая функция коммуникации).

**Ключевые слова:** мода, текст индустрии моды, доминанта перевода, дискурсивно-коммуникативная модель перевода, переводческое решение

**Для цитирования:** Волкова Т. А., Рудь Д. Д. Доминанты перевода текстов индустрии моды // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2025. Вып. 11 (905). С. 32–38.

Original article

## Translation Dominants of Fashion Industry Texts

Tatiana A. Volkova<sup>1</sup>, Daria D. Rud<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Linguistics University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia

<sup>1</sup>Moscow State Pedagogical University, Moscow, Russia

<sup>1</sup>tatia.volkova@gmail.com

<sup>2</sup>darya.13.3@yandex.ru

**Abstract.** The article presents the study of translation dominants of English-language fashion industry texts and the analysis of the techniques of their representation in the target texts. Analyzing two fashion books belonging to the instructive subtype of fashion discourse, authors identify translation dominants common to both books (informativity, dialogic interaction, expressivity of communication, communicative strategies of manipulation and self-presentation) that can potentially be extrapolated to the fashion discourse at large, as well as translation dominants typical of each book in particular (source text recipient, discourse values, interdiscursivity, metalinguistic function of communication).

**Keywords:** fashion, fashion industry text, translation dominant, discourse and communication translation model, translation solution

**For citation:** Volkova, T. A., Rud, D. D. (2025). Translation Dominants of Fashion Industry Texts. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 11(905), 32–38. (In Russ.)

## ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время мода стала неотъемлемой частью нашей жизни и проявляет себя в абсолютно разных ситуациях – от выбора одежды в магазине и оформления интерьера дома до тех случаев, когда мода выступает в качестве способа самоидентификации или формирования критериев оценки людей и предметов. Как следствие, мода «в силу своей значимости в культуре социума может стать самостоятельным объектом и лингвистического исследования» [Башкатова, 2010, с. 3] – и является таковым с XIX века. Тем не менее с точки зрения перевода мода остается недостаточно изученной – к настоящему моменту проведено небольшое число исследований, которые в полной мере рассматривают специфику англоязычных текстов индустрии моды и особенности их перевода на русский язык.

Настоящее исследование представляет собой лингвистический и переводческий анализ дискурса моды с целью выявления доминант перевода текстов индустрии моды с английского языка на русский и способов их передачи в текстах перевода. Цель обуславливает, в частности, постановку следующих задач:

- рассмотреть специфику инструктирующего подвида дискурса моды, к которому принадлежит исследуемый материал;
- проанализировать основные особенности перевода текстов индустрии моды;
- с опорой на дискурсивно-коммуникативную модель выявить доминанты перевода текстов индустрии моды и проанализировать соответствующие переводческие решения.

Материалом исследования послужили книги Д. Брин, Т. Джетт, Д. Годдард “Figure It Out!” (Sixth&Spring Books, 2004), А. Риз “The Curated Closet: A Simple System for Discovering Your Personal Style and Building Your Dream Wardrobe” (Ten Speed Press, 2016) и их русскоязычные переводы – «Примерьте это немедленно!» («Эксмо», 2007) и «Умный гардероб. Как подчеркнуть индивидуальность, наведя порядок в шкафу» («Азбука-Аттикус», 2019), соответственно.

Научная новизна исследования заключается в том, что оно представляет собой первую попытку выявления доминант перевода текстов индустрии моды. В ходе исследования отмечены доминанты перевода, которые, вероятно, могут быть экстраполированы на дискурс моды в целом и, соответственно, служить опорой при переводе текстов, относящихся к указанному дискурсу.

Актуальность исследования определяется востребованностью текстов указанного типа и тематики на современном рынке печатной продукции, а также необходимостью комплексного изучения специфики англоязычных текстов индустрии моды и особенностей их перевода на русский язык с позиций дискурсивно-коммуникативного подхода.

Практическая ценность исследования состоит в возможности применения результатов в практике и дидактике перевода и для дальнейших исследований дискурса моды.

Перейдем к рассмотрению основных особенностей текстов индустрии моды и их перевода с английского языка на русский.

## ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ ИНДУСТРИИ МОДЫ

Согласно типологии В. И. Карасика, дискурс моды относится к институциональному, поскольку отражает «специфику соответствующего социального института» [Карасик, 2002, с. 286].

Ю. С. Болотова и Н. Ю. Мороз выделяют три подвида дискурса моды, исходя из коммуникативной интенции автора:

- информирующий (знакомит адресата с биографией деятелей моды, историей моды, тенденциями и т. д.);
- инструктирующий (помогает адресату изготовить определенное изделие, поясняет способ использования продукции индустрии моды, содержит советы по выбору одежды);
- ориентированный на маркетинг (знакомит адресата с новинками мира моды и побуждает приобрести их) [Болотова, Мороз, 2016].

Тексты, анализируемые в настоящем исследовании, можно отнести к инструктирующему подвиду. Как и другие подвиды дискурса моды, инструктирующий выполняет две основные функции – информирующую функцию и функцию воздействия. Информирующая функция реализуется за счет использования терминологии, дискурсивных формул, имен собственных. Функция воздействия реализуется за счет использования оценочной лексики, стилистических тропов, разговорных выражений, французских заимствований [Криворот, Василюк, 2017]. Главная особенность перевода текстов индустрии моды заключается, на наш взгляд, в передаче элементов, за счет которых упомянутые функции находят отражение в текстах.

Основные приемы передачи информирующих компонентов – транскрипция, транслитерация, калькирование, описательный перевод,

конкретизация, генерализация, метод прямого включения. Что касается воспроизведения элементов воздействия, то в переводах текстов индустрии моды на русский язык наблюдается смещение компонентов информирования и воздействия в сторону расширения второй страты: переводчик может приносить уменьшительно-ласкательные формы, эвфемизмы, разговорные элементы, перифразы, конструкции с оценкой внешнего облика [Губина, 2014]. В то же время тексты перевода могут уступать текстам оригинала в образности и экспрессивности в силу недостатка фоновых знаний переводчика о символичности, присущей некоторым элементам текста, или в силу опущения подобных элементов в связи с их неактуальностью для адресата [Сыромолотова, Поморцева 2015].

## ОБЩИЕ ДОМИНАНТЫ ПЕРЕВОДА

Под доминантой перевода мы понимаем комплекс ключевых характеристик исходного текста, которые должны быть обязательно воспроизведены в тексте перевода [Волкова, 2022]. В рамках настоящего исследования доминанты перевода выделяются в соответствии с параметрами дискурсивно-коммуникативной модели перевода Т. А. Волковой [там же]. Рассмотрим доминанты перевода, свойственные обоим анализируемым книгам.

Первая доминанта перевода – *информативность* как типовое свойство коммуникации. Исследуемые тексты насыщены терминами индустрии моды, для передачи которых используются следующие приемы:

- подбор эквивалентных терминов в русском языке: *shoulder yoke* – *кокетка*, *blanket scarves* – *палантины*.
- транслитерация и транскрипция: *oxfords* – *ботинки* – *оксфорды*, *desert boots* – *дезерты*, *blazer* – *блейзер*;
- описательный перевод: *Mary Jane heels* – *туфли на высоком каблуке с перемычкой*, *camisoles* – *топики с тонкими лямками*;
- генерализация: *gingham pants* – *штаны в клетку*.

Переводчику закономерно необходимо обладать фоновыми знаниями в сфере моды и оперировать дискурсивными формулами для правильной передачи заложенного автором смысла (например, *pockets with an adequate length* – *карманы нормальной глубины*, *open stitches* – *отпарывать*). Позволим себе обратить внимание на неудачный вариант передачи информативного компонента текста в одной из книг. Так, фраза *thin knitted layers* переводится как *тонкая трикотажная двойка*,

однако костюм-двойка предполагает комплект из пиджака или жакета и брюк или юбки, в то время как в оригинале имеется в виду несколько слоев одежды из тонкого трикотажа, что также подтверждается изображением, сопровождающим текст.

Некоторые информирующие элементы нуждаются в прагматической адаптации, как, например, единицы измерения и размеры одежды: *2 inch* – *5 см*, *size 0 / 6* – *40 / 44 размер*.

Следующая доминанта перевода – *коммуникативная стратегия манипуляции*. Использование данной стратегии обусловлено стремлением автора показать преимущества книги над другими, чтобы вызвать у читателя желание прочитать ее. Один из способов реализации стратегии манипуляции – использование лексем французского происхождения, ассоциирующихся с миром высокой парижской моды, что делает книгу более «модной» и привлекательной в глазах реципиента: *with a soupçon of stretch* – с легким стрейчевым эффектом, *invited to a fabulous soirée at a moment's notice* – если пригласят в последнюю минуту, *coat du jour* – модель дня, *au naturelle* – в своем натуральном виде, *isn't it a little too risqué for work* – а для офиса это не чересчур. Однако данная особенность свойственна англоязычному дискурсу моды, в то время как в русскоязычном ту же функцию выполняют англицизмы, ср.: *let alone brunch on Sundays* – не говоря уж о воскресном бранче, *create a profile* – создать профайл, *must-haves the fashion industry is prescribing that season* – рекомендованные мэтрами фэшн-индустрии вещи, *sneakers* – сникерсы.

Коммуникативная стратегия манипуляции тесно связана с таким типовым свойством коммуникации, как *экспрессивность*. Различные экспрессивные средства позволяют создать более интересный текст. В тексте оригинала в качестве таких средств выступают тропы, фигуры речи и составные определения. В тех случаях, где экспрессивный компонент исходного текста не удастся передать в переводе, применяется компенсация.

Особый интерес представляют аттрактивные заголовки, основанные на перечисленных экспрессивных средствах (*double trouble* – *за бортом*, *waist not, want not* – *без талии нем Италии*, *furget about it* – *смех, а не мек*). При переводе подобных заголовков необходимо подбирать вариант, который не только не будет уступать оригинальному по красочности, но и не потеряет смысла в силу различий английского и русского языков, как это происходит в следующем примере. Заголовки *ruff ruff* и *meow meow* построены на игре слов, которая отсылает читателя к совету отказаться от ношения

Таблица 1

ТИПОВОЕ СВОЙСТВО КОММУНИКАЦИИ: ЭКСПРЕССИВНОСТЬ

Оригинал	Перевод
<i>Стилистически равноценные эквиваленты в русском языке</i>	
reasonable decision making goes out the window style shouldn't take weekend vacations	напрочь вылетает из головы все благоразумие у стиля не должно быть выходных
<i>Стилистически нейтральные эквиваленты</i>	
I kept close tabs on the sales section the seams of a garment should "seamlessly" integrate into the piece a jeans-and-T-shirt-kinda-gal now-cringe-worthy outfits	постоянно следила за скидками вы их [швы] вообще не должны замечать вы всегда носили джинсы да футболки на редкость неудачные образы
<i>Компенсация</i>	
these [fabrics and fits] are hard to get right think things through	элементы, с которыми легко попасть впросак ломать голову

Таблица 2

КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ

Оригинал	Перевод	Способ
<i>Предостережение</i>		
Coats that are too short... can make you look like a stuffed sausage. silly little buckles ridiculous	В слишком коротких куртках... вы можете выглядеть как фаршированная сарделька. дурацкие маленькие пряжки смехотворно	Юмор, сарказм  Лексемы с отрицательной коннотацией
<i>Совет</i>		
winsome waist pretty hands A crisp white shirt... and a silky scarf will suddenly take you on a Roman Holiday.	бесподобная талия прелестные ручки Благодаря крахмальной белой блузке... в сочетании с шелковым белым платком вы внезапно окажетесь на «Римских каникулах».	Лексемы с положительной коннотацией  Прагматическое воздействие (за счет отсылки к фильму)

рюшей. В переводе заголовки передаются как «гав-гав» и «мяу-мяу», в результате чего читателю может быть неясна связь между названием совета и его содержанием.

Еще одна доминанта перевода – *диалогичность* коммуникации. Автор стремится установить дружескую атмосферу и имитировать разговор в неформальной обстановке, в связи с чем отдает предпочтение лексике разговорного стиля: *penny-pincher, high roller, no-no, pizzazz, itsy-bitsy, mishmash*. Для передачи подобной лексики используются соответствия в русском языке, выполняющие ту же функцию (*скряга, транжирка*), и диминутивные формы слов (*крошечный, местечко*). В случаях, где сохранить разговорный характер исходного текста не удастся, переводчик прибегает к компенсации: *stuff* – *шмотки*, *skew the overall feel of your collection* – *вносить сумятицу в ваш гардероб*.

В обеих книгах выявлена такая доминанта перевода, как коммуникативная *стратегия самопрезентации*, цель которой – продемонстрировать реципиенту, как изменится его имидж, если он прислушается к советам автора. Данная стратегия реализуется за счет создания оппозиции – неудачный вариант (предостережение) и удачный вариант (он же совет автора). Ниже приведены некоторые способы, используемые автором для создания данной оппозиции.

В тексте перевода в большинстве случаев коммуникативная стратегия самопрезентации реализуется за счет тех же средств. Однако в некоторых случаях используются иные средства – например, с учетом указанной оппозиции переводчик усиливает уничижительное отношение автора к неудачным образам и использует гиперболизацию при описании удачных образов: *fall straight*

*down* – висеть мешком, *baby bracelets* – детские бирюльки, *look great* – выглядит сногшибательно.

В следующем разделе рассмотрим доминанты перевода, свойственные каждой из книг в отдельности.

## ЧАСТНЫЕ ДОМИНАНТЫ ПЕРЕВОДА

В книге “The Curated Closet: A Simple System for Discovering Your Personal Style and Building Your Dream Wardrobe” доминантой перевода становится метаязыковая функция коммуникации, обусловленная интердискурсивностью, то есть «пересечением разных дискурсов в конкретном исходном тексте» [Волкова, 2022, с. 114–115]. В данном случае можно говорить о пересечении дискурса моды с учебным дискурсом. Интердискурсивность прослеживается в установлении значений терминов и использовании развернутых сравнений, которые помогают читателю понять суть совета на простом примере из другой области. Кроме того, в переводе используется дробный синтаксис для отделения совета от менее релевантной информации.

Позволим себе отметить, что при переводе развернутых сравнений важно последовательно описывать образ и не «бросать» его, как это происходит, на наш взгляд, в следующем примере:

Developing a personal style is like creating a sculpture. Your favorite colors, materials, silhouettes, and other aesthetic preferences are *the clay*. Before you can do anything else, you first have to *gather your clay*: dig deep, immerse yourself in inspiration... If you are a

complete fashion newbie, get ready to *gather your clay*. – Процесс работы над собственным стилем схож с созданием скульптуры. Любимые цвета, ткани, силуэты выступают в роли *своеобразной глины*, без которой невозможно приступить к творческому процессу. Самый первый шаг на пути к индивидуальному стилю – поиск вдохновения... Ну а если вы новичок, самое время окунуться в *водоворот вдохновения*.

В книге “Figure It Out!” прослеживается ориентация текста на гендерную принадлежность реципиента. Поскольку текст адресован женщинам, для передачи обращений к читателю используются лексемы женского рода: *dear friend* – *дорогая подруга*. Кроме того, реципиентами выступают именно женщины с крупными формами, в результате чего фигура читательницы становится одной из *ценностей дискурса*. Автор использует эвфемизмы и лексемы с положительной коннотацией при описании форм и телосложения адресата: *great-looking bust*, *bountiful bosom*, *well-endowed hips*, *rubenesque*. В переводе эта особенность учитывается, для передачи подобных фраз используются аналогичные средства в русском языке: *великолепная грудь*, *пышный бюст*, *Богом данные бедра*, *рубенсовские формы*.

В книге “The Curated Closet: A Simple System for Discovering Your Personal Style and Building Your Dream Wardrobe” доминантами перевода становятся такие ценности, как индивидуальность и бережливость, которые эксплицируются за счет лексики с положительной коннотацией и при

Таблица 3

## ИНТЕРДИСКУРСИВНОСТЬ

Оригинал	Перевод
<i>Установление значений терминов</i>	
The most important property of cotton is its staple length, that is, the length of the individual fibers comprising the fabric.	Самая важная характеристика хлопка – это длина волокна, то есть длина отдельных частичек, составляющих вместе ткань.
<i>Развернутые сравнения</i>	
Think of your closet like a house that needs a top-to-bottom renovation. Before you can paint the walls and install new floors, you need to strip off that ugly wallpaper, tear up the old carpet, and get rid of broken, rusty hardware.	Смотрите на свой гардероб как на дом, который нуждается в капитальном ремонте. Прежде чем красить стены и перекладывать полы, нужно содрать уродливые обои и старый ковролин и избавиться от ржавого и сломанного старья.
<i>Дробный синтаксис</i>	
If you want to keep wearing a capsule wardrobe for the foreseeable future, either because you love the simplicity of it or have a work capsule, a good time frame to rebuild is every three months, to keep your wardrobe tailored to the weather.	Если вы не собираетесь отказываться от этой концепции в обозримом будущем (например, вам нравится простота капсульного гардероба или вы используете его для работы), я советую обновлять его раз в три месяца – просто чтобы ваша одежда соответствовала сезону.



помощи средств выразительности (эпитеты, ирония): *defining your unique aesthetic and perfecting your wardrobe – сосредоточиться на совершенствовании своего уникального стиля; represents your personal style to a tee – максимально полно отражает вашу индивидуальность; unless you have an unlimited budget (and who does?) – если, конечно, вы не обладатель бездонного кошелька.*

Указанные ценности переносятся в текст перевода при помощи тех же средств, в некоторых случаях имплицитно выраженные ценности эксплицируются за счет лексем с положительной и отрицательной коннотацией:

a pretty good idea of what you want your overall wardrobe to look like by now – довольно ясное представление о своем идеальном гардеробе;  
doesn't mean you have to wait that long until you can start dressing according to your personal style – еще не значит, что вы не можете начать одеваться в своем индивидуальном стиле;  
what's not such a good idea is spending a lot of money on new clothes – просто сама идея тратить кучу денег на новые вещи... – не очень-то удачная;  
it's better to wait before spending a lot of money – не торопитесь спускать все сбережения на новую одежду.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, на основе дискурсивно-коммуникативной модели выявлены доминанты перевода двух книг индустрии моды. Среди общих для обоих текстов доминант перевода отмечаются

информативность, диалогичность, экспрессивность коммуникации, использование коммуникативных стратегий манипуляции и самопрезентации. Можно предположить, что перечисленные доминанты перевода могут быть экстраполированы на дискурс моды в целом.

Также были выделены доминанты перевода, свойственные каждому из текстов. Для первого анализируемого текста это ориентация на гендерную принадлежность и телосложение реципиента, для второго – ценности «индивидуальность» и «бережливость», интердискурсивность (связь дискурса моды с учебным дискурсом) и метаязыковая функция коммуникации.

В текстах перевода для реализации указанных доминант в основном используются те же средства, что и в исходных текстах, например, разговорная лексика, вопросно-ответная форма, апелляция к авторитету, терминология индустрии моды, средства выразительности, отрицательно и положительно окрашенная лексика. В случаях, где сохранить ключевые особенности оригинала не удается, применяется компенсация и иные средства, позволяющие добиться равноценного коммуникативного эффекта. Например, французские заимствования передаются при помощи англицизмов, а негативное отношение автора к определенным видам одежды выражается не только за счет лексики с отрицательной коннотацией, но и за счет диминутивов, передающих иронию.

Безусловно, для определения доминант перевода, типичных для дискурса моды в целом, необходима более репрезентативная выборка, что составляет перспективу исследования.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Башкатова Д. А. Современный русский дискурс моды: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2010.
2. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
3. Болотова Ю. С., Мороз Н. Ю. О стратегиях и тактиках дискурса моды // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2016. Вып. 20 (759). С. 23–32.
4. Криворот В. В., Василюк А. С. Специфика дискурса моды и особенности его перевода с английского на русский язык // Наука и инновации в XXI в.: актуальные вопросы, открытия и достижения: сборник статей IV Междунар. науч.-практ. конф. Ч. 3. 2017. С. 21–23.
5. Губина В. В. Современный русскоязычный дискурс моды как проблема филологической топологии // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. Вып. 4. 2014. С. 91–97.
6. Сыромолотова Е. М., Поморцева Н. П. Проблема перевода текстов в сфере моды с английского на русский язык // Terra linguae: сборник научных статей. Вып. 2. 2015. С. 168–171.
7. Волкова Т. А. Дискурсивно-коммуникативная модель как система детерминант стратегии перевода: дис. ... д-ра филол. наук. Нижний Новгород, 2022.

## REFERENCES

1. Bashkatova, D. A. (2010). *Sovremennyy russkiy diskurs mody* = Modern Russian fashion discourse: abstract of PhD thesis in Philology. Moscow. (In Russ.)

2. Karasik, V. I. (2002). Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs = Language circle: personality, concepts, discourse. Volgograd: Peremena. (In Russ.)
3. Bolotova, Yu. S., Moroz, N. Yu. (2016). On the strategies and tactics of fashion discourse. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 20(759), 21-32. (In Russ.)
4. Krivorot, V. V., Vasilyuk, A. S. (2017). Specific features of the discourse of fashion and peculiarities of its translation from English into Russian. Nauka i innovatsii v XXI veke: aktual'nyye voprosy, otkrytiya i dostizheniya (pp. 21-23): proceedings of the IVth International scientific and practical conference, part 3. (In Russ.)
5. Gubina, V. V. (2014). Modern Russian language fashion discourse as a subject of philological topology. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Linguistics and intercultural communication, 4, 91-97. (In Russ.)
6. Syromolotova, E. M., Pomortseva, N. P. (2015). The problem of translating fashion texts from English into Russian. Terra linguae: collection of scientific articles, 2, 168-171. (In Russ.)
7. Volkova, T. A. (2022). Diskursivno-kommunikativnaya model' kak sistema determinant strategii perevoda = Discourse and communication translation model as a system of translation strategy determinants: Senior Doctoral thesis in Philology. Nizhny Novgorod. (In Russ.)

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

### Волкова Татьяна Александровна

доктор филологических наук, доцент

профессор кафедры теории и практики английского языка и перевода

Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова

профессор кафедры теории и практики перевода и коммуникации

Московского педагогического государственного университета

### Рудь Дарья Дмитриевна

ассистент кафедры теории и практики английского языка и перевода

Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова

## INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

### Volkova Tatiana Aleksandrovna

Doctor of Philology (Dr. habil.), Professor

Professor at the Department of the English Language and Translation Theory and Practice

Linguistics University of Nizhny Novgorod

Professor at the Department of Translation and Communication Theory and Practice

Moscow State Pedagogical University

### Rud Daria Dmitrievna

Lecturer at the Department of the English Language and Translation Theory and Practice

Linguistics University of Nizhny Novgorod

Статья поступила в редакцию  
одобрена после рецензирования  
принята к публикации

30.07.2025  
25.08.2025  
09.09.2025

The article was submitted  
approved after reviewing  
accepted for publication