Philology Matters / ISSN: 1994 – 4233 / E-ISSN: 2181–1237
Uzbekistan State World Languages University
2026 Vol. 1 No. M 2/1
LINGUISTICS
MAXSUS SON

Гулноза Нарбаева – PhD, доцент

Узбекский государственный университет мировых языков (Ташкент, Узбекистан)
ORCID: https://orcid.org/: 0000-0002-9224-1922

МАНИПУЛЯТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В МЕДИАТЕКСТЕ: НА ПРИМЕРЕ РУССКОГО И ИСПАНСКОГО ЯЗЫКОВ

Аннотация. Статья посвящена исследованию манипулятивного потенциала гендерных стереотипов, функционирующих в медиатекстах на русском и испанском языках. Актуальность исследования обусловлена возросшей ролью средств массовой информации в формировании общественного сознания и тиражировании нормативных представлений о социальных ролях мужчин и женщин. Целью работы является сопоставительный анализ лексических, грамматических и дискурсивных механизмов, посредством которых гендерные стереотипы выполняют функцию языкового воздействия в русскоязычных и испаноязычных медиатекстах. Методологическую основу составляют положения критического дискурс-анализа, медиалингвистики и гендерной лингвистики. Материалом исследования послужили тексты интернет-изданий, газет и рекламных сообщений двух языковых культур. Установлено, что в обоих языках гендерные стереотипы реализуются через номинативные стратегии, семантические асимметрии, эксплуатацию прецедентных образов и риторические приёмы. При этом испанский язык демонстрирует более развитую грамматикализацию гендера, тогда как в русском языке манипулятивный потенциал стереотипов реализуется преимущественно на лексическом и синтаксическом уровнях. Результаты исследования показывают, что медиатекст является ключевой площадкой воспроизводства и трансформации гендерных стереотипов, а их выявление требует применения комплексных лингвистических методов. Полученные выводы могут быть использованы в практике медиаграмотности и при разработке антидискриминационных языковых стратегий.

Ключевые слова: гендерный стереотип, медиатекст, манипулятивный потенциал, гендерная лингвистика, критический дискурс-анализ, медиадискурс, языковое воздействие, русский язык, испанский язык, семантическая асимметрия, номинативная стратегия, сопоставительное языкознание

Gulnoza Narbayeva – PhD, dotsent
O‘zbekiston davlat jahon tillari universiteti (Toshkent, O‘zbekiston)

MEDIA MATNIDAGI GENDER STEREOTIPLARINING MANIPULYATIV SALOHIYATI: RUS VA ISPAN TILLARI MISOLIDA

Annotatsiya. Maqola rus va ispan tillaridagi media matnlarda faoliyat yurituvchi gender stereotiplarining manipulyativ salohiyatini o‘rganishga bag’ishlangan. Tadqiqotning dolzarbligi ommaviy axborot vositalarining ijtimoiy ong shakllantirishdagi va erkaklar hamda ayollarning ijtimoiy rollari haqidagi normativ tasavvurlarni tarqatishdagi rolining ortishi bilan izohlanadi. Ishning maqsadi rus va ispan tilidagi media matnlarda gender stereotiplarining til ta’siri vazifasini bajarishdagi leksik, grammatik va diskursiv mexanizmlarini qiyosiy tahlil etishdan iborat. Metodologik asosni tanqidiy diskurs-tahlil, media tilshunoslik va gender tilshunoslikning qoidalari

tashkil etadi. Tadqiqot materiali sifatida ikki til madaniyatining internet nashrlari, gazetalar va reklama xabarlaridan olingan matnlar ishlatilgan. Ikkala tilda ham gender stereotiplari nominativ strategiyalar, semantik assimetriyalar, pretsedent obrazlarni ekspluatatsiya qilish va ritorik usullar orqali amalga oshirilishi aniqlandi. Bunda ispan tili genderning rivojlangan grammatikalizatsiyasini namoyish etsa, rus tilida stereotiplarning manipulyativ salohiyati asosan leksik va sintaktik darajada ro‘yobga chiqadi. Tadqiqot natijalari media matnning gender stereotiplarini ko‘paytirish va o‘zgartirishning asosiy maydonchasi ekanligini ko‘rsatadi. Olingan xulosalar media savodxonligi amaliyotida va kamsitmaslik bo‘yicha til strategiyalarini ishlab chiqishda qo‘llanilishi mumkin.

Kalit so‘zlar: gender stereotip, media matn, manipulyativ salohiyat, gender tilshunoslik, tanqidiy diskurs-tahlil, media diskurs, til ta'siri, rus tili, ispan tili, semantik assimetriya, nominativ strategiya, qiyosiy tilshunoslik

Gulnoza Narbaeva – PhD, associate professor
Uzbekistan State World Languages University (Tashkent, Uzbekistan)

MANIPULATIVE POTENTIAL OF GENDER STEREOTYPES IN MEDIA TEXT: A CASE STUDY OF THE RUSSIAN AND SPANISH LANGUAGES

Abstract. The article is devoted to the study of the manipulative potential of gender stereotypes functioning in media texts in Russian and Spanish. The relevance of the study is determined by the growing role of mass media in shaping public consciousness and reproducing normative representations of social roles of men and women. The purpose of the work is a comparative analysis of lexical, grammatical and discursive mechanisms through which gender stereotypes perform the function of linguistic influence in Russian and Spanish media texts. The methodological basis is formed by the principles of critical discourse analysis, media linguistics and gender linguistics. The research material consists of texts from online publications, newspapers and advertising messages of two linguistic cultures. It has been established that in both languages gender stereotypes are realised through nominative strategies, semantic asymmetries, exploitation of precedent images and rhetorical devices. At the same time, Spanish demonstrates a more developed grammaticalization of gender, whereas in Russian the manipulative potential of stereotypes is realised primarily at the lexical and syntactic levels. The results of the study show that media text is the key platform for the reproduction and transformation of gender stereotypes, and their identification requires the application of complex linguistic methods. The conclusions obtained can be used in media literacy practice and in the development of anti-discriminatory language strategies.

Keywords: gender stereotype, media text, manipulative potential, gender linguistics, critical discourse analysis, media discourse, linguistic influence, Russian language, Spanish language, semantic asymmetry, nominative strategy, comparative linguistics

ВВЕДЕНИЕ

Проблема манипулятивного воздействия языка средств массовой информации на сознание аудитории приобрела особую актуальность в условиях глобальной медиатизации публичного дискурса. Медиатекст как специфическая форма коммуникации обладает значительным потенциалом формирования нормативных представлений о социальных практиках, ценностях и ролевых моделях. В этой связи гендерные стереотипы, воспроизводимые в медиапространстве, выступают одновременно инструментом репрезентации и инструментом манипуляции: они не только отражают уже существующие общественные установки, но и активно конструируют их, закрепляя определённые образы мужественности и женственности в коллективном сознании.

Особый интерес представляет сопоставительное изучение данных процессов в русском и испанском языках, поскольку оба они

принадлежат к разным языковым семьям, при этом оба располагают развитыми грамматическими категориями рода и богатой медиатрадицией. Русский язык относится к восточнославянской группе индоевропейских языков и функционирует преимущественно в пространстве постсоветских медиапрактик, сохраняющих ряд советских нормативных гендерных дискурсов. Испанский язык, в свою очередь, является романским языком с развитой системой грамматического рода, принадлежащим к широкому ареалу латиноамериканской и иберийской медиакультур.

Настоящее исследование ставит целью выявить и описать механизмы, посредством которых гендерные стереотипы реализуют манипулятивный потенциал в медиатекстах на русском и испанском языках. Объектом исследования являются гендерно-маркированные единицы медиатекстов обеих языковых традиций; предметом исследования служат языковые и дискурсивные механизмы их манипулятивной функции. Научная новизна работы определяется отсутствием специальных сопоставительных исследований, охватывающих именно русский и испанский языковой материал в аспекте манипулятивной функции гендерных стереотипов в медиадискурсе.

Теоретические основы

Теоретической базой настоящего исследования служат три взаимосвязанных научных направления: медиалингвистика, гендерная лингвистика и критический дискурс-анализ. В рамках медиалингвистики ключевой является концепция медиатекста, разработанная Т. Г. Добросклонской. Исследователь рассматривает медиатекст как «актуализованное в определённом медиаформате и объединённое общим смыслом последовательное единство вербальных и медийных знаков» (Добросклонская, 2008). Данный подход позволяет анализировать не только лингвистические, но и семиотические параметры медиасообщения при исследовании манипулятивных стратегий.

Гендерная лингвистика сформировалась на пересечении социолингвистики, феминистской теории и дискурсологии. Первым развёрнутым исследованием, обозначившим связь между языком и гендерной идентичностью, принято считать работу Р. Лакофф, в которой были выделены специфические черты «женского языка», обусловленные социальной подчинённостью женщин (Лакофф, 2004). В отечественном языкознании данное направление разрабатывала Г.Х.Нарбаева, определившая гендерную лингвистику как область, изучающую «особенности функционирования языковых единиц в зависимости от социального пола говорящего и слушающего» (Нарбаева, 2025). Применительно к медиадискурсу Е. И. Горошко и А. Н. Саенко зафиксировали, что гендерные стереотипы в языке «изменяются по мере изменения социальных представлений и норм, однако их трансформации происходят намного медленнее изменений, происходящих в самом обществе» (Горошко & Саенко, 2005).

Критический дискурс-анализ обеспечивает методологический инструментарий для изучения власти и манипуляции в тексте. В концепции Т. А. ван Дейка манипуляция определяется как коммуникативная практика, при которой дискурсивные стратегии используются для неправомерного воздействия на убеждения и действия людей, как правило, обходя их критическое мышление (ван Джик, 2006). Это определение принципиально важно для настоящего исследования: именно гендерные стереотипы, воспроизводимые в медиатексте в форме нейтральных описательных утверждений, функционируют как имплицитный манипулятивный ресурс. Таким образом, теоретическое ядро исследования составляет триада: медиатекст как дискурсивная форма, гендерный стереотип как идеологическая конструкция и манипуляция как цель дискурсивной практики.

Анализ исследований

Международная и отечественная научная литература по данной теме охватывает широкий спектр аспектов: от лингвистической репрезентации гендерного насилия в прессе до когнитивных механизмов усвоения стереотипов через медиапотребление. Испаноязычная медиалингвистика располагает значительным корпусом исследований, посвящённых реализации гендерных стереоти-

пов в текстах СМИ. Х. Сантаэмилия и С. Маруэнда провели корпусный анализ испанских газетных текстов 2005–2010 годов и установили, что медиадискурс о гендерном насилии систематически натурализует агрессию мужчин, представляя её как элемент частного сексуального уклада, а не как социальную проблему (Сантаемилиа & Маруенда, 2014). Данная стратегия представляет собой классический пример нормализующей манипуляции, при которой стереотип встраивается в нейтральный описательный регистр текста.

М. Прилер в сопоставительном исследовании испаноязычной и англоязычной телерекламы в США проанализировал 394 рекламных ролика и зафиксировал высокую частотность гендерных стереотипов в обеих выборках: женщины преимущественно представлены в домашнем пространстве, тогда как голос за кадром, маркирующий авторитетность, доминирует у мужских персонажей (Приелер, 2016). Исследователь интерпретирует полученные данные в рамках теории социальных когниций и теории культивирования, указывая на долгосрочный эффект медиапотребления на гендерные установки аудитории.

Сопоставительный анализ лексической репрезентации гендерных стереотипов в испанском языке выполнен группой Й. Андрийченко, Н. Поповой и Н. Чорной, которые установили, что в испанском языке гендерные стереотипы функционируют преимущественно на грамматическом, лексическом и семантическом уровнях, причём грамматикализация рода создаёт системную основу для воспроизводства неравенства (Андрийченко и др., 2024). Авторы фиксируют, что, несмотря на распространение инклюзивных форм, традиционные паттерны сохраняют устойчивость в институциональных и медиальных контекстах.

В области сопоставительного анализа гендерного языка важен вклад К. Фернандес Мартин, проследившей историческую динамику сексистских выражений в испанском и английском языках. Исследователь показывает, что в обоих языках сексистские номинации функционируют по принципу семантической асимметрии: мужские термины сохраняют нейтральность или положительную коннотацию, тогда как женские эквиваленты систематически подвергаются пейорации (Фернандез Мартин, 2011). В русскоязычной традиции показательны работы Н. Слипачук, Л. Билоконенко и А. Девоса, установивших, что в медиадискурсе гендерные стереотипы встречаются чаще в новостных текстах, нежели в художественных, поскольку новостной жанр тяготеет к схематизации и типизации событий (Слипачук и др., 2024). Исследование Ю. Василюк показало, что в заголовочных комплексах российских женских журналов реализуется широкий спектр лексических средств речевого воздействия, включая апелляцию к гендерным стереотипам как к инструменту таргетирования аудитории (Василюк, 2020). Результаты приведённых исследований конвергируют в следующем: гендерные стереотипы в медиатексте функционируют не как случайные стилистические элементы, а как системные дискурсивные практики, обладающие измеримым манипулятивным потенциалом.

МЕТОДОЛОГИЯ

В основу исследования положен комплекс методологических подходов, соответствующих сопоставительному и дискурсологическому характеру задач. Ведущим методом является критический дискурс-анализ (КДА) в версии Т. А. ван Дейка, предусматривающий трёхуровневый анализ: текстуальный (лексика, синтаксис, риторика), дискурсивный (жанровые конвенции, интертекстуальность) и социальный (идеологические функции текста) (ван Джик, 2006). Наряду с КДА применяются методы гендерной лингвистики: анализ номинативных стратегий, выявление семантических асимметрий в парных гендерных номинациях, а также метод концептуального анализа для описания ценностных импликаций стереотипизированных образов.

Методологическое сопоставление русского и испанского языков строится на принципах сопоставительного языкознания (типологической компаративистики), при этом учитываются как типологические различия систем двух языков (различная степень грамма-

тикализации категории рода), так и социокультурные различия медиатрадиций. Следует подчеркнуть, что подобный подход соответствует концепции многоуровневого анализа медиатекста, включающего вербальный, паравербальный и экстралингвистический компоненты (Добросклонская, 2008). Корпусно-лингвистический подход обеспечивает верификацию выявленных закономерностей на репрезентативном языковом материале.

Материалом исследования послужила выборка медиатекстов объёмом около 600 единиц (по 300 на каждый язык): тексты новостных порталов, рекламные материалы печатных и электронных изданий, а также тексты публицистических колонок. Критериями отбора являлись наличие гендерно-маркированных лексических единиц или концептов, тематическая принадлежность к социально-ролевой проблематике и актуальность (период публикации: 2015–2024 годы). Таким образом, применяемая методология носит интегративный характер и позволяет описать манипулятивный потенциал гендерных стереотипов как на системно-языковом, так и на дискурсивно-прагматическом уровне.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Проведённый анализ позволил выявить ряд закономерностей в реализации манипулятивного потенциала гендерных стереотипов в медиатекстах обоих языков.

Номинативные стратегии. В русскоязычных медиатекстах устойчиво фиксируется использование маркированных номинаций типа «женщина-политик», «женщина-руководитель», в которых родовой маркер функционирует как указатель на девиантность или исключительность позиции. Аналогичная стратегия представлена в испанских медиатекстах через форму «la presidenta», где грамматический женский род несёт самостоятельную семантическую нагрузку, поскольку сам выбор между «presidente» и «presidenta» является манипулятивно значимым. Данная асимметрия описана в исследовании Й. Андрийченко с соавторами как проявление того, что «гендерные стереотипы передают и закрепляют неравенство через использование определённых слов, фраз и конструкций» (Андрийченко и др., 2024)

Семантические асимметрии. В обоих языках выявлены устойчивые парные оппозиции, в которых мужской и женский варианты номинации характеризуются различным коннотативным потенциалом. В русском языке пара «хозяин» / «хозяйка» в медиатексте сохраняет семантическую оппозицию власти и бытового управления. В испанском языке сходные закономерности обнаруживаются в парах hombre publico / mujer publica, где женская номинация несёт пейоративный оттенок в публичном дискурсе. К. Фернандес Мартин указывает, что подобная семантическая дивергенция закреплена исторически и создаёт систему ожиданий, оказывающую воздействие на жизнь женщин в обоих языковых сообществах (Фернандез Мартин, 2011).

Риторические стратегии нормализации. Медиатексты обоих языков широко используют риторику нормализации, при которой гендерные стереотипы подаются как «естественное» положение вещей. В русскоязычной прессе это выражается в безагентивных конструкциях («мужчины лучше справляются с...», «женщины по природе своей...»), тогда как в испаноязычных медиатекстах активно применяются апелляции к культурным ценностям семейности (familia, hogar), создающие идеологически нагруженный контекст для стереотипных утверждений. Анализ испанских газет, выполненный Х. Сантаэмилией и С. Маруэндой, демонстрирует, что данная стратегия систематически воспроизводилась в публикациях о гендерном насилии (Сантаэмилиа & Маруенда, 2014).

Интертекстуальность и прецедентность. В обоих языках манипулятивный потенциал стереотипов усиливается за счёт апелляции к прецедентным образам. В русскоязычных медиатекстах это архетипы «матери», «хозяйки», «слабой женщины», «сильного мужчины», отсылающие к культурным сценариям. В испанских медиатекстах аналогичную функцию выполняют образы marianismo (культ женщины-матери и жертвенности) и machismo (культ мужской силы и доминирования), являющиеся культурно-специфиче-

скими, однако структурно параллельными русскоязычным аналогам.

Грамматикализация и структурные различия. Ключевое межъязыковое различие состоит в том, что испанский язык располагает более развитым грамматическим инструментарием для маркирования гендера: грамматический род существительных, прилагательных, причастий и артиклей создаёт системную основу для имплицитной гендерной сигнализации в тексте. В русском языке манипулятивный потенциал гендерных стереотипов реализуется прежде всего на лексическом уровне (выбор номинаций, коннотативный потенциал слова) и на синтаксическом уровне (безагентивные конструкции, порядок слов, акцентуация). Это соответствует выводам А. Гарнхема и Я. Яковлева о том, что в русском языке «морфологический и стереотипный гендер взаимодействуют на разных уровнях языковой обработки» (Гарнхам & Яковлев, 2015). Таким образом, сопоставительный анализ подтверждает наличие общих манипулятивных стратегий при существенных различиях в языковых уровнях их реализации.

ОБСУЖДЕНИЕ

Полученные результаты позволяют сформулировать ряд концептуальных положений, имеющих значение как для теории медиалингвистики, так и для практики сопоставительного языкознания. Первое положение касается природы манипулятивного потенциала гендерных стереотипов. Исследование показало, что данный потенциал не является свойством отдельных лексем или грамматических форм как таковых, но возникает в результате взаимодействия языковых единиц с дискурсивным контекстом и культурным фоном. Это согласуется с концепцией Т. А. ван Дейка, согласно которой манипуляция реализуется на всех уровнях дискурсивного анализа и не сводима к конкретному стилистическому приёму (ван Джик, 2006).

Второе положение связано с межъязыковыми различиями в реализации стереотипов. Развитая грамматикализация рода в испанском языке создаёт ситуацию, при которой само использование или неиспользование феминитива (presidenta vs. presidente) становится идеологически нагруженным выбором. В русском языке аналогичная ситуация складывается в отношении феминитивов типа «авторка», «режиссёрка», вокруг которых в медиапространстве разворачиваются выраженные дискурсивные конфликты, отражающие столкновение нормативных гендерных идеологий. Данный процесс описан в исследованиях гендерных маркеров в русскоязычном медиадискурсе как проявление динамики гендерных норм (Василюк, 2020).

Третье положение касается соотношения универсальных и культурно-специфических механизмов. Сопоставление русского и испанского языкового материала показывает, что такие механизмы, как семантическая асимметрия парных номинаций, нормализующая риторика и апелляция к прецедентным образам, являются универсальными для обеих языковых культур. При этом конкретные культурные скрипты (marianismo / machismo vs. советский образ «труженицы» / «защитника Отечества») являются культурно-специфическими, что подтверждает тезис об обусловленности гендерных стереотипов историческим и социокультурным контекстом.

Четвёртое положение связано с динамикой стереотипов под влиянием цифровых медиа. В исследовании Е. И. Горошко и Л. В. Павловой показано, что речевое воздействие в медиатекстах осуществляется с помощью вербальных и невербальных средств и что в условиях новых медиа данные средства приобретают дополнительные измерения (Горошко & Павлова, 2015). Это означает, что анализ манипулятивного потенциала гендерных стереотипов требует учёта мультимодального измерения медиатекста. В целом, результаты подтверждают, что медиатекст является не пассивным носителем гендерных стереотипов, но активным дискурсивным пространством их продуцирования, трансформации и в ряде случаев деконструкции.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведённое исследование позволяет сделать следующие выводы. Гендерные стереотипы в медиатекстах на русском и испанском языках выполняют выраженную манипулятивную функцию, реализуемую через но-

минативные стратегии, семантические асимметрии, нормализующую риторику и апелляцию к прецедентным культурным образам. При наличии универсальных механизмов манипуляции языки демонстрируют существенные типологические различия: испанский реализует манипулятивный потенциал стереотипов во многом через грамматическую систему, тогда как русский опирается преимущественно на лексические и синтаксические ресурсы.

С точки зрения медиалингвистики, установлено, что медиатекст является привилегированным дискурсивным пространством воспроизводства гендерных стереотипов именно в силу своей жанровой природы: тяготение к схематизации и типизации делает его особенно восприимчивым к стереотипным конструктам. С позиций критического дискурс-анализа подтверждено, что данные стереотипы функционируют как имплицитные идеологические ресурсы, чей манипулятивный потенциал тем выше, чем более нейтральным или «само собой разумеющимся» предстаёт в тексте их содержание.

Перспективы дальнейшего исследования связаны с расширением эмпирической базы за счёт цифровых медиа, социальных сетей и мультимодальных форматов, а также с применением методов компьютерной лингвистики для автоматического выявления гендерно-стереотипных конструктов в больших корпусах текстов на обоих языках. Полученные выводы представляют практический интерес для разработки программ медиаграмотности и для формирования антидискриминационных языковых рекомендаций в русскоязычном и испаноязычном медиапространстве.

ЛИТЕРАТУРА

1. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: Флинта: Наука, 2008. 264 с.
2. Lakoff R. T. Language and Woman's Place: Text and Commentaries. New York: Oxford University Press, 2004. 304 p.
3. Нарбаева, Г. Х. (2025). Влияние национальных стереотипов на перевод гендерно маркированных высказываний в медиадискурсе (на материале русского, узбекского и испанского языков). O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti konferensiyalari, 431-437.
4. Горошко Е. И., Саенко А. Н. Гендер и жанр (попытка рефлексии) // Жанры речи. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2005. Вып. 4. С. 23–32.
5. Van Dijk T. A. Discourse and manipulation // Discourse and Society. 2006. Vol. 17. № 3. P. 359–383.
6. Santaemilia J., Maruenda S. The linguistic representation of gender violence in (written) media discourse: the term 'woman' in Spanish contemporary newspapers // Journal of Language Aggression and Conflict. 2014. Vol. 2. № 1. P. 36–66.
7. Prieler M. Gender stereotypes in Spanish- and English-language television advertisements in the United States // Mass Communication and Society. 2016. Vol. 19. № 3. P. 275–300.
8. Andriychenko Y., Popova N., Chorna N., Bratel O. Linguistic representation of gender stereotypes in Spanish // Jurnal Arbitrer. 2024. Vol. 11. № 1. P. 111–120.
9. Fernandez Martin C. Comparing sexist expressions in English and Spanish: (De)-constructing sexism through language. Valladolid: Universidad de Valladolid, 2011. 29 p.
10. Slipachuk N., Bilokonenko L., Devos A., Savchuk N., Mykolenko T. Linguistic analysis of gender stereotypes in the language of mass media // Cadernos de Educacao Tecnologia e Sociedade. 2024. Vol. 17. № 1. P. 61–72.

11. Wasiluk J. Lingvisticheskie sredstva rechevogo vozdeystviya v zagolovochnykh kompleksakh rossiyskikh zhurnalov dlya zhenshchin: gendernyy aspekt // Linguodidactica. 2020. Vol. 24. S. 123–138.
12. Garnham A., Yakovlev Y. The interaction of morphological and stereotypical gender information in Russian // Frontiers in Psychology. 2015. Vol. 6. P. 1–12.
13. Goroshko E. I., Pavlova L. V. Lingvistika novykh mediy kak odin iz vyzovov lingvisticheskoy traditsii proshlogo // Voprosy psikholingvistiki. 2015. № 1(23). S. 136–155.