

ТЕНДЕНЦИИ УПОТРЕБЛЕНИЯ КРЫЛАТИКИ В СОСТАВЕ СОВРЕМЕННЫХ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ: СЕРИЙНОСТЬ, ВАРИАТИВНОСТЬ, ЛОЗУНГОВОСТЬ

Алексей Александрович Хохлов¹

Православный Свято-Тихоновский гуманитарный университет¹
Москва, Россия

¹Аспирант филологического факультета,
e-mail: bart.reutov@list.ru

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению функционирования крылатых единиц (КЕ) в составе современного российского заголовка. Показано, какие особенности крылатики задействуются при формировании заголовка автором статьи. Заголовок, как элемент текста, имеет общую природу со своим референтом, а также обеспечивает читателю предварительное ознакомление с основным содержанием сообщения, что реализует его содержательную функцию. Употребление крылатых единиц в заголовках статей позволяет реализовать каждую из его функций, а языковая игра, достигаемая путем трансформов КЕ, позволяет автору сделать заголовок ярким, содержательным, привлекающим внимание читателя. В статье также рассмотрены основные способы трансформации КЕ, среди которых самым популярным по итогам исследования можно считать субституцию. Научная новизна исследования состоит в том, что в результате многоаспектного анализа были дополнены имеющиеся в науке сведения об особенностях употребления крылатики в составе газетных заголовков (на материале современных периодических изданий).

Ключевые слова: серийность, заголовок, крылатая единица, вариативность, воспроизводимость.

Для цитирования: Хохлов А. А. Тенденции употребления крылатики в составе современных газетных заголовков: серийность, вариативность, лозунговость // Известия Воронежского государственного педагогического университета. 2021. № 2. С. 200–204. DOI 10.47438/2309-7078_2021_2_200.

Введение

Исторически публицистику было принято относить к определенной части литературного творчества, рассматривать ее как полноценное эстетическое явление. В лингвистических трудах второй половины XX века можно встретить различные способы интерпретации публицистических текстов. М.М. Бахтин в своих трудах говорит о журналистике как о «современной риторике» [1], в то время как Г.Я. Солганик рассматривает публицистику как «разновидность словесного искусства» [2].

Сегодня понятие «журналистика» трактуется довольно обширно. Под ним также можно понимать и определенную разновидность высказывания, в которой «максимально развернуто такое свойство мышления и коммуникативной ситуации, как <...> прямое выражение мысли автором высказывания» [3]. Предмет журналистики формируется под действием окружающей нас действительности во всех ее проявлениях, при этом не следует забывать о том, что отличительной чертой публицистического текста остаётся связь *автор – читатель*.

Газетный текст, являясь на сегодняшний день неотъемлемой частью журналистики и средством формирования медиасреды, все чаще встречается среди центральных объектов лингвистических исследований (Г.Ю. Богданович, Н.И. Клушина, О.В. Ломакина, А.С. Макарова и др.). Газетный текст выполняет основные функции – информирование и воздействие. Он рассчитан на массовую аудиторию, что обуславливает необходимость адекватно восприниматься всеми читателями. Информационная функция в газетном тексте вызывает стандартиза-

цию речевых единиц, в то время как воздействующая позволяет задействовать в тексте экспрессивность. Не менее важное свойство газетного текста – диалогичность, что обязывает журналиста при создании текста ориентироваться на совокупный образ потенциального читателя, а также прогнозировать возможную реакцию на материал. Любой текст ориентирован на чье-либо восприятие, что подразумевает обратную реакцию со стороны читателя. Таким образом образуется «...взаимосвязанная триада: автор (производитель текста) – текст (материальное воплощение речемыслительной деятельности) – читатель (интерпретатор)...» [4]. Коммуникативный фон, который задействуется в процессах текстообразования и декодирования, является важным фактором в процессе реализации адекватного восприятия текста. Это позволяет говорить о том, что ключевую роль при восприятии текста играет пресуппозиция, предварительное знание, предопределяющее адекватное восприятие информации, содержащейся в тексте. Оно составляет часть индивидуального когнитивного пространства каждого индивида, поскольку практически каждый член того или иного лингвокультурного сообщества обладает определенной когнитивной базой, которую формируют обязательные знания и представления. Таким образом, в качестве обязательного условия адекватного восприятия медиатекстов, функционирующих в едином межкультурном пространстве, выступает наличие общей когнитивной базы для членов того или иного лингвокультурного сообщества.

Современные подходы журналистов к языку публицистических текстов позволяют решить ряд важных задач газетного текста: эмоциональное воздействие на читателя, оценка определенных собы-

тий и фактов, создание у читателей ощущения объективности. Все это зачастую достигается посредством языковых средств, среди которых можно отметить различные фразеоресурсы языка: идиомы, пословицы, крылатые единицы. По наблюдениям О.В. Ломакиной, в процентном соотношении в функции заголовка газетных статей 2014-2018 гг. преобладают крылатые единицы – около 60% [5]. Желание автора статьи привлечь внимание к опубликованному материалу, необходимость репостов и большого количества скачиваний выдвигает на первый план прагматическую функцию заголовка [5, с. 38–39].

Доступность для широкой аудитории, содержательность, информативность, эмоциональность – все эти особенности публицистических текстов определяют условия выбора и способы употребления КЕ в газетных заголовках. Отличительной чертой заголовка как элемента системы указателей является тот факт, что он имеет общую природу со своим референтом, то есть относится к речевым явлениям. Способность заголовка обеспечить читателю предварительное ознакомление с основным содержанием сообщения реализует его содержательную функцию. Заголовок также можно считать организующим элементом текста. Прочитав текст, читатель получает возможность ретроспективно переосмыслить заголовки в связи со всем текстом произведения, в то время как его смысловое содержание может подвергаться значительным изменениям под влиянием всего текста. КЕ, по мнению Г.В. Баевой, способны придавать тексту авторитетность, что обуславливает частотность их употребления в различных текстах публицистической направленности [6]. При этом, как утверждает Г.Н. Большакова, каждая трансформация КЕ способна реализовать индивидуальные авторские смыслы [7].

Целью настоящего исследования является анализ функционирования крылатых единиц в составе современных заголовков российских газет с выявлением таких процессов, как серийность, лозунговость, вариативность.

Научная новизна исследования состоит в том, что результаты многоаспектного анализа, примененного при рассмотрении заголовков, позволили дополнить имеющиеся в науке сведения об особенностях употребления крылатики (термин В.М. Мокиенко, используемый для обозначения крылатых слов и выражений [8]) в составе современных газетных заголовков. В первое десятилетие XXI века наблюдается все более частое использование термина «крылатика» в качестве самостоятельного раздела науки о крылатых единицах языка. С.Г. Шулежкова отмечает, что лингвистика «...обращается к «крылатике» лишь недавно, стимулируемая мощным влиянием теоретической и прикладной фразеологии...» [9]. Следует также отметить, что на сегодняшний день все более возрастает правомерность признания языкового статуса крылатых единиц, формулируются принципы их лексикографического описания, а также появляются новые справочные издания (словари, энциклопедии), отображающие их анализ.

На сегодняшний день исследование крылатки подразумевает объективную оценку собственно языкового статуса КЕ, что позволяет их отграничивать от других единиц текста. Как утверждает Е.Д. Горячева, в качестве критерия данного процесса выступают три категориальных признака: «...1) паспортизация конкретным текстуальным источни-

ком т.е. в разной степени осознаваемое носителями языка авторство таких единиц; 2) стереотипизированность и воспроизводимость в готовом виде (не исключающая активной вариативности); 3) интертекстуальность, т.е. способность служить строевыми элементами текста (или его фрагментов), маркируя его семиотически (на уровне концептов и символов) или стилистически...» [10]. Следует отметить, что у В.М. Мокиенко набор категориальных признаков КЕ более широкий: «...это сочетание слов, обладающее относительной устойчивостью, воспроизводимостью в готовом виде, экспрессивностью и целостным значением...» [11].

Как отмечает О.В. Ломакина, в ходе лингвистических исследований удалось подтвердить наличие у современных авторов публицистического текста шорт-листа КЕ, выступающего в роли «самого употребительного разряда фразеологических ресурсов языка, которые активно используются при выборе заголовков». Это позволяет говорить о серийном использовании ряда крылатых единиц «в инвариантном и/или трансформированном виде» в текстах, которые могут различаться в том числе и тематической направленностью [12]. Исследователь также связывает серийность при создании заголовков с «реализацией трансформационного потенциала крылатых единиц, получением ими категории пословицности и вхождением в концентр – перечень наиболее употребительных единиц, служащих раскрытию интенции автора и отражающих его систему ценностей [13].

Результаты

Как показало исследование, вышеописанные процессы актуальны для современных заголовков российских газетных изданий. Примером для их демонстрации послужили КЕ, возникновение которых можно отнести к недалекому прошлому и квалифицировать их как составную часть неофразеологии. Так, КЕ *Денег нет, но вы держитесь* является производным от фразы, которую произнес в мае 2016 года председатель правительства России Дмитрий Медведев во время визита в Крым. Ниже приводится серия заголовков газетных статей с указанной единицей и ее трансформами: *Год прошел, а вы держитесь* (об основных событиях уходящего 2020-го года, «Коммерсантъ», 31.12.2020), *Неделя в экономике. «Денег нет, но вы держитесь» – эта фраза уже вошла в историю* (об итогах заседания президиума Экономического совета в Кремле, который состоялся 25.05.2016, «Независимая газета», 29.05.2016), *Но вы держитесь* (о комплексе мер по поддержке бизнеса в условиях распространения коронавирусной инфекции, которые вводят в Ульяновской области, «Коммерсантъ (Самара)», 25.03.2020), *Помощь есть, но вы держитесь* (о намерении правительства Самарской области оказать поддержку бизнесу, «Ъ-Волга-Online», 03.04.2020), *Тесты есть, коты – держитесь* (о появлении тестов, способных выявить наличие коронавирусной инфекции у домашних животных, «Коммерсантъ», 05.04.2020). Таким образом, вариативность КЕ, реализующаяся посредством замены определенных компонентов (субституции), а также ряда синтаксических преобразований, приводящих к изменению плана содержания и плана выражения рассматриваемой единицы, позволяет задействовать ее в заголовках статей различной тематической направленности.

Следующая серия заголовков представлена КЕ *Мы за ценой не постоим* из песни «Нам нужна од-

на победа», которую написал поэт и исполнитель собственных песен Б.Ш. Окуджава (в примерах также фигурируют трансформы представленной КЕ) [14]: *Мы за ценой не позовним* (об удорожании сотовой связи и способах ее реализации, «Коммерсантъ», 30.12.2020), *За гуманитария ценой не стоим* (о новых правилах финансирования высших школ и распределении бюджетных мест, «Независимая газета», 24.07.2013), *Сбербанк за ставной не постоит* (о том, как «Сбербанк» устроил вторую продажу своей недвижимости в Перми, «Коммерсантъ», 10.07.2020), *Постояли за ценой* (статья, посвященная экспертным оценкам эффективности малых госзакупок, «Коммерсантъ», 25.05.2020), *Мы за ценой не постоим* (статья посвящена решению представителей коммунистической партии опротестовать итоги самой успешной для них кампании – выборы в городской совет Твери, в результате чего потребовала от ЦИКа и Генпрокуратуры пересчитать бюллетени, «Независимая газета», 03.03.2009).

Представленные примеры позволяют говорить о том, что формирование заголовка посредством использования КЕ чаще всего обосновано тематической направленностью статьи. В первой серии заголовков в качестве ведущего элемента выступает глагол в форме повелительного наклонения *держитесь*, в результате чего возникают различные способы трансформаций КЕ *Денег нет, но вы держитесь*: лексическая субституция, экспликация, образование новой единицы и переосмысление смыслового содержания. Во второй серии заголовков с КЕ *Мы за ценой не постоим* образование трансформов связано с основным содержанием статьи авторской интенцией, связанной с апелляцией в статье к событиям и фактам, благодаря которым происходит актуализация и конкретизация КЕ.

Наряду с серийностью, современные авторы часто прибегают к использованию в роли заголовка КЕ-лозунгов, употребляемых в том числе в трансформированном виде. В.М. Мокиенко утверждает, что само слово «лозунг» на сегодняшний день становится настолько «концентрированным символом политической пропаганды, что многими языковедами не воспринимается как лингвистическое явление, достойное специального анализа» [15].

Рассмотрим данное явление на примере КЕ *Хочешь мира — готовься к войне* – выражения русского историка Корнелия Непота (94–24 до н. э.) [14, с. 240], который использовал его в своем жизнеописании фиванского полководца Эпаминонда. В приведенных примерах авторы прибегают к субституции КЕ: лозунговость заголовка позволяет автору привлечь внимание потенциального читателя, а также показать тематическое наполнение статьи: *Хочешь мира – изучай войну* (статья, посвященная новой книге академика РАН Андрея Афанасьевича Кокошина «Вопросы прикладной теории войны», «Независимая газета», 22.02.2019), *Хочешь мира — готовься к Вене* статья, в которой речь идет о нежелании США продлевать Договор о стратегических наступательных вооружениях с Россией, «Коммерсантъ», 22.06.2020).

Следующий ряд заголовков образован с использованием КЕ *Догнать и перегнать* (из статьи «Грозная катастрофа и как с ней бороться» В.И. Ленина) [14, с. 221]: *Догнать и перегнать Москву. Квартиры в Крыму ставят рекорды* (статья, посвященная ценам на недвижимость в Крыму, «Собеседник», 14.04.2015), *Немцы советуют русским*

догнать и перегнать Финляндию (статья содержит рассуждения журналистов немецкого портала Deutsche Welle (DW) о том, какое место в мире Россия занимает по уровню доходов машиностроения, «Независимая газета», 25.03.2019), *Догнать и перегнать Шумахера: новая цель Хэмилтона — восемь титулов* (статья о результатах Гран-при Турции, по итогам которого британский автогонщик, пилот команды Mercedes-AMG Petronas F1 Team Льюис Хэмилтон гарантировал себе седьмую победу в общем зачете чемпионата мира, «Известия», 16.11.2020), *Догнать и перегнать* (статья, посвященная вопросу об улучшении государством отечественных автомагистралей, «Известия», 16.12.2014).

Еще одна серия заголовков, посвященная политическим событиям, основана на политическом лозунге *Руки прочь!*, который впервые употребил английский министр Вильям Гладстон [14, с. 680]. Попробуем привести серию заголовков с указанной единицей и её трансформами: *Кремль. Путину. Руки прочь от лесов Байкала!* (статья описывает обеспокоенность экологов в Бурятии новыми инициативами власти, которые касаются озера Байкал, «Собеседник», 14.04.2015), *Руки прочь от ставки* (статья посвящена описанию плана действий правительства, ориентированного на поддержку пострадавших и смягчение рисков без прямого вмешательства власти в развивающуюся ситуацию, «Коммерсантъ», 21.03.2020), *Руки прочь от Кима* (в статье говорится о том, что главы ряда стран не верят в болезнь северокорейского лидера, «Коммерсантъ», 23.04.2020).

Как видно из приведенных примеров, авторы используют КЕ, обладающие трансформационным потенциалом, посредством чего заголовок актуализирует КЕ, вызывает ответную реакцию читателя, вовлекая его в информационный процесс.

Выводы

Проведенные исследования подтверждают вывод о том, что современные журналисты широко используют КЕ, особенно в процессе создания заголовков. Тесная связь с источником, ассоциация с автором, воспроизводимость, незамкнутость и другие характерные свойства крылатки объясняют ее широкое распространение в газетных текстах. КЕ, являясь частью заголовка, реализуют весь свой функциональный потенциал – от предварительного ознакомления читателя с содержанием статьи до выражения авторской оценки описываемым событиям, это достигается путем актуализации различных признаков КЕ, что в конечном итоге приводит в том числе и к серийности их употребления. Немаловажную роль в данном случае играет также способность КЕ к варьированию. Как утверждает Б.С. Шварцкопф, это обуславливается природой фразеологических единиц, которая заключается в стабильности состава и значения [16]. Анализ современных газетных заголовков показал тенденцию к использованию авторами лозунговой функции КЕ. В ходе анализа удалось также установить, что самым распространенным приемом трансформации КЕ является субституция, при этом остальные приемы также способствуют образованию яркого, содержательного и запоминающегося заголовка.

Конфликт интересов

Автор декларирует отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

Библиографический список

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. 2-е изд. М. : Искусство, 1986. 445 с.
2. Солганик Г. Я. Поэтика публицистики. М. : Изд-во МГУ, 1990. 160 с.
3. Макарова А. С. Особенности функционирования крылатых выражений-галлицизмов : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2016. 250 с.
4. Валгина Н. С. Теория текста : учеб. пособие. М. : Логос, 2004. 280 с.
5. Ломакина О. В. Крылатые единицы в роли современного газетного заголовка: состав, тенденции употребления // Русский язык за рубежом. 2019. № 1. С. 37–41.
6. Баева Г. В. Семантико-прагматические особенности вербальных и невербальных знаков в рекламном дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2000. 181 с.
7. Большакова Г. Н. К вопросу об авторстве и индивидуальности преобразования единиц фразеологического яруса языка в художественном дискурсе // Структура и семантика: доклады XII международной конференции. Т. 2. М., 2009. С. 27–34.
8. Клюкина Т. П. Политика и крылатика : Высказывания видных полит., гос. и обществ. деятелей Великобритании, Ирландии, США и Канады : англо-рус. справ.-пособие. М. : Р. Валент, 2004. 230 с.
9. Шулержкова С. Г. Крылатые выражения русского языка, их источники и развитие. М. : Азбуковник, 2002. 288 с.
10. Горячева Е. Д. Определение крылатых выражений и их отграничение от смежных явлений // Научная мысль Кавказа. 2011. № 4. С. 163–169.
11. Мокиенко В. М. В глубь поговорки. М. : Просвещение, 1975. 174 с.
12. Ломакина О. В. Реализация функционального потенциала крылатики в современной российской публицистике // Филология и культура. 2019. № 1 (55). С. 76–79.
13. Ломакина О. В. Серийность как черта заголовка современной российской публицистики (на материале статей 2000–2020 гг.) // Филология и культура. 2020. № 2 (60). С. 60–64.
14. Серов В. В. Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений. М. : Локид-Пресс, 2005. 677 с.
15. Мокиенко В. М. Может ли лозунг стать рекламой? // Германия – Россия: Вербальные и визуальные средства современного публицистического дискурса : коллективная монография. СПб. : Университет им. Эрнста Морица Арндта, 2016. С. 36–45.
16. Шварцкопф Б. С. Диапазон варьирования фразеологической единицы и норма // Проблемы устойчивости и вариативности фразеологических единиц : материалы межвузовского симпозиума. Тула : Тульский гос. пед. ин-т им. Л. Н. Толстого, 1968. С. 128–132.

References

1. Bakhtin M.M. *Estetika slovesnogo tvorchestva* [Aesthetics of verbal creativity]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1986. 445 p.
2. Solganik G.Ya. *Poetika publitsistiki* [Poetics of Journalism]. Moscow, Izd-vo MGU, 1990. 160 p.
3. Makarova A.S. *Osobennosti funktsionirovaniya krylatykh vyrazhenii-gallitsizmov*. Avtoref. diss. kand. filol. nauk [Features of the functioning of winged expressions-galicisms. Cand. phil. sci. diss. abstr.]. Moscow, 2016. 250 p.
4. Valgina N.S. *Teoriya teksta : ucheb. posobie* [Text Theory]. Moscow, Logos Publ., 2004. 280 p.
5. Lomakina O.V. *Krylatye edinitsey v roli sovremennogo gazetnogo zagolovka: sostav, tendentsii upotrebleniya* [Winged units in the role of a modern newspaper headline: composition, usage trends]. *Russkii yazyk za rubezhom*, 2019, no. 1, pp. 37–41.
6. Baeva G.V. *Semantiko-pragmaticheskie osobennosti verbal'nykh i neverbal'nykh znakov v reklamnom diskurse*. Avtoref. diss. kand. filol. nauk [Semantic and pragmatic features of verbal and nonverbal signs in advertising discourse. Cand. phil. sci. diss. abstr.]. Tambov, 2000. 181 p.
7. Bol'shakova G.N. [On the question of authorship and individuality of the transformation of units of the phraseological tier of language in artistic discourse]. *Struktura i semantika: doklady XII mezhdunarodnoi konferentsii* [Structure and Semantics: reports of the XII International Conference]. Moscow, 2009, vol. 2, pp. 27–34.
8. Klyukina T.P. *Politika i krylatika : Vyskazyvaniya vidnykh polit., gos. i obshchestv. deyatelei Velikobritanii, Irlandii, SSHA i Kanady : anglo-rus. sprav.-posobie* [Politika i krylatika : Utterances of Prominent Politicians, Statesmen, and Societies. figures from the United Kingdom, Ireland, the United States, and Canada]. Moscow, R. Valent, 2004. 230 p.
9. Shulezhkova S.G. *Krylatye vyrazheniya russkogo yazyka, ikh istochniki i razvitie* [Winged expressions of the Russian language, their sources and development]. Moscow, Azbukovnik Publ., 2002. 288 p.
10. Goryacheva E.D. *Opreделение krylatykh vyrazhenii i ikh otgranichenie ot smezhnykh yavlenii* [Definition of winged expressions and their differentiation from related phenomena]. *Nauchnaya mysl' Kavkaza*, 2011, no. 4, pp. 163–169.
11. Mokienko V.M. *V glub' pogovorki* [Into the depths of the proverb]. Moscow, Prosveshchenie Publ., 1975. 174 p.
12. Lomakina O.V. *Realizatsiya funktsional'nogo potentsiala krylatiki v sovremennoi rossiiskoi publitsistike* [Implementation of the functional potential of the lionfish in modern Russian Journalism]. *Filologiya i kul'tura*, 2019, no. 1 (55), pp. 76–79.
13. Lomakina O.V. *Seriinost' kak cherta zagolovka sovremennoi rossiiskoi publitsistiki (na materiale statei 2000–2020 gg.)* [Seriality as a feature of the headline of modern Russian Journalism (based on articles from 2000–2020)]. *Filologiya i kul'tura*, 2020, no. 2 (60), pp. 60–64.

14. Serov V.V. *Entsiklopedicheskii slovar' krylatykh slov i vyrazhenii* [Encyclopedic dictionary of winged words and expressions]. Moscow, Lokid- Press Publ., 2005. 677 p.

15. Mokienko V.M. [Can a slogan become an advertisement?]. *Germaniya – Rossiya: Verbal'nye i vizual'nye sredstva sovremennogo publitsisticheskogo diskursa* [Germany – Russia: Verbal and visual means of modern journalistic discourse]. Saint Petersburg, Universitet im. Ernsta Moritsa Arndta Publ., 2016, pp. 36–45.

16. Shvartskopf B.S. [The range of variation of the phraseological unit and the norm]. *Problemy ustoychivosti i variantnosti frazeologicheskikh edinit: materialy mezhvuzovskogo simpoziuma* [Problems of stability and variation of phraseological units: materials of the interuniversity symposium]. Tula, Tul'skii gos. ped. in-t im. L. N. Tolstogo Publ., 1968, pp. 128–132.

Поступила в редакцию 12.05.2021

Подписана в печать 25.05.2021

TRENDS IN THE USE OF WINGED WORDS AS A PART OF MODERN HEADLINES: SERIALITY, VARIABILITY, SLOGANS

Alexey A. Khokhlov¹

*St. Tikhon's Orthodox University¹
Moscow, Russia*

¹Postgraduate Student,
e-mail: bart.reutov@list.ru

Abstract. The article is devoted to the consideration of the functioning of winged units as part of the modern Russian state. It is shown what features of winged words are involved in the formation of a modern newspaper headline. The title, as an element of the text, has a common nature with its referent, and also provides the reader with a preliminary acquaintance with the main content of the message, which implements its content function. The use of winged units in the headings of articles allows you to implement each of its functions, and the language game achieved by transformations allows the author to make the title bright, meaningful, and attracting the reader's attention. The article also discusses the main ways of transformation of winged words, among which the most popular according to the results of the study can be considered substitution. The analysis made it possible to state that today the winged words are an integral part of the media discourse.

Key words: seriality, title, winged unit, variability, reproducibility.

Cite as: Khokhlov A. A. Trends in the use of winged words as a part of modern headlines: seriality, variability, slogans. *Izvestiya Voronezhskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [Izvestia Voronezh State Pedagogical University], 2021, no. 2, pp. 200–204. (in Russian). DOI 10.47438/2309-7078_2021_2_200.

Received 12.05.2021

Accepted 25.05.2021