

DOI: 10.12731/2077-1770-2022-14-4-260-273

УДК 811.161.1

ЦИКЛИЧЕСКОЕ ВРЕМЯ В РЕКЛАМНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ НАРРАТИВЕ

Е.Е. Меньшикова

Обоснование. *Статья посвящена исследованию циклического времени в рекламном туристическом нарративе. Исторически в культурном сознании сосуществуют две основные модели времени: время циклическое и время линейное. В языковой картине мира циклическое и линейное время выступают как взаимодополняющие. Циклическое время, являясь объектом настоящего исследования, есть одна из основных категорий мировосприятия. Связь циклического времени с циклическими явлениями природы, взаимосвязь события и времени особенно актуальны для рекламного туристического нарратива.*

Цель. *Определить особенности функционирования циклического времени в рекламном туристическом нарративе.*

Материалы и методы. *Фактическим материалом для исследования послужили тексты рекламного туристического нарратива сети Интернет. Для достижения цели и решения задач в работе использовались метод сплошной выборки, метод анализа материала, описательный метод.*

Результаты. *Результаты исследования показали, что циклическое время предполагает объективное деление временных отрезков, оно непосредственно связано с событиями, конкретно. Показано, что циклическое время в текстах рекламного туристического нарратива определяет развитие событий, а событие определяет восприятие времени. Исходя из анализа практического материала, автор выделяет в рекламном туристическом нарративе сезонный, суточный и календарный виды регламентации времени. Автором делается вывод о том, что цикличность времени структурирует*

рекламный туристический нарратив как композиционно оформленное дискурсивное событие.

Область применения результатов. Результаты исследования могут быть использованы при разработке вузовских курсов лекций и семинаров по общему языкознанию, лексикологии, когнитивной лингвистике.

Ключевые слова: рекламный туристический нарратив; темпоральность; циклическое время; сезонный и суточный виды регламентации времени

CYCLICAL TIME IN ADVERTISING TOURIST NARRATIVE

E.E. Menshikova

Background. *The study provides an analysis of cyclical time in the advertising tourist narrative. Historically, two main models of time co-exist in the cultural consciousness, i.e., cyclical time and linear time. In the linguistic picture of the world, cyclical and linear time are complementary. The connection of cyclical time with cyclical phenomena of nature, the relationship of an event and time are especially relevant for the advertising tourist narrative.*

Purpose. *To determine the features of the functioning of cyclical time in the advertising tourist narrative.*

Materials and methods. *The actual material for the study was the online texts of the advertising tourist narrative. The article used a set of such research methods as continuous sampling, material analysis, descriptive.*

Results. *The results of the study showed that cyclic time is definite, it assumes an objective division of time segments and is directly related to events. It was revealed that the cyclic time in the texts of the advertising tourist narrative determines the development of events, and the event determines the perception of time. According to the results of analysis of practical material, the author identifies seasonal, daily and calendar*

types of time regulation in the advertising tourist narrative. The author comes to conclusion that the cyclicity of time structures the advertising tourist narrative as a compositionally designed communicative event.

Practical implications. *The results of the study can be applied in the courses of lectures and seminars on general linguistics, lexicology and cognitive linguistics.*

Keywords: *advertising tourist narrative; temporality; cyclical time; seasonal and diurnal types of time regulation*

Введение

Актуальность исследования детерминирована тем, что оно выполнено в русле современных когнитивных исследований в рамках антропоцентрического подхода к изучению языковых явлений, который позволяет рассматривать язык не только как средство вербализации мысли, но и интерпретации этой мысли. В свете когнитивных исследований проблема обоснования категории темпоральности как продукта взаимодействия языка и сознания, речи и мышления представляется важной. Необходимость изучения циклического времени, связанного с циклическими явлениями природы в текстах различного типа, также актуализирует проблему данной работы. **Научная новизна** работы заключается в том, что впервые дано описание феномена цикличности в структуре рекламного туристического нарратива.

Цель исследования – выявить и проанализировать особенности функционирования циклического времени в рекламном туристическом нарративе. Поставленная цель предопределила решение следующих **задач**: 1) обобщить основные положения лингвистических теорий исследования категории времени; 2) изучить работы по обоснованию цикличности времени; 3) выявить и описать репрезентацию циклического времени в рекламном туристическом нарративе.

В качестве **теоретической базы** для проведения исследования послужили работы, посвященные исследованию времени, темпоральности и темпоральных смыслов [2-4; 9], цикличности времени [10; 12].

Материалы и методы

Практическим материалом для исследования послужили тексты рекламного туристического нарратива сети Интернет. Актуальность исследования данных текстов обусловлена тем, что Интернет выступает как комплексное коммуникативное пространство, определяющее цели, способ, среду общения и обладающее интерактивностью, возможностью обратной связи, формированием определенного отношения к событию, взаимодействием вербальных текстов и мультимедийного компонента, временной и пространственной доступностью. Для достижения цели и решения поставленных задач в работе использовались метод анализа и синтеза теоретического материала; метод сплошной выборки; описательный метод; метод контекстуального анализа.

Результаты и обсуждение

Несмотря на разночтения в толкованиях времени, ученых объединяет указание на определяющую роль человека в темпорализации бытия. Так, по мнению немецкого философа М. Хайдеггера, время есть возможный горизонт всякого понимания бытия-вообще, время и человек не могут рассматриваться по отдельности: «Времени нет без Человека» [11, с. 93]. О.В. Бронникова, рассматривая антропоцентричность времени, акцентирует внимание на том, что «время – сущность бытия, само бытие, средство познания и интерпретации мира; время существует, потому что объективируется человеком» [4, с. 8].

В лингвистической науке ученые оперируют как понятием времени, так и понятием темпоральности. Отмечается, например, что «категория темпоральности включает в себя и грамматические, и лексические средства выражения временных отношений, а следовательно, она по объему больше категории времени» [8, с. 148]. Анализ различных точек зрения отечественных и зарубежных лингвистов позволяет для целей настоящего исследования взять за основу определение темпоральности, данное А.В. Бондарко. В его трактовке темпоральность является сложной функционально-семантиче-

ской категорией, «отражающей восприятие и осмысление человеком времени обозначаемых ситуаций и их элементов по отношению к моменту речи говорящего» [3, с. 5]. Темпоральность, таким образом, выступает лингвистическим аспектом категории времени.

Анализ научной литературы показал, что в лингвистике рассмотрением категории времени занимаются представители разных направлений, в частности, время рассматривается с точки зрения грамматического подхода, в рамках синтаксической семантики, функциональной грамматики, а также когнитивного направления. В традиционном (грамматическом) толковании под временем понимают грамматическое время, где основным является взаимодействие категорий времени и вида. Так, Е.А. Блинова, рассматривая способы объективации категории времени, трактует грамматическое время как языковое отражение объективного времени, которое «служит для темпоральной (временной) локализации события или состояния, о котором говорится в предложении и является необходимым компонентом предикативности» [1, с. 8].

Семантико-синтаксический подход основывается на рассмотрении темпоральных синтаксем и лексем. Как пишет А.М. Мухин, синтаксем с семантикой темпоральности составляют «многочленный темпоральный ряд» разных функциональных классов, что говорит о многообразии типов темпоральных отношений в языке: темпоральная акциональная, антериорная акциональная, инцептивная акциональная, терминативная акциональная, пассивная акциональная, стативная, квалитативная и другие синтаксем [7, с. 62]. Семантический аспект и синтаксическая роль языковых единиц, являясь характерными чертами данного подхода, отличают его от традиционного грамматического подхода.

В функциональной грамматике лингвистические исследования базируются на понятии функционально-семантического поля, под которым А.В. Бондарко понимает «двухстороннее (содержательно-формальное) единство, формируемое грамматическими (морфологическими и синтаксическими) средствами данного языка вместе с взаимодействующими с ними лексическими, лексико-грамматиче-

скими и словообразовательными элементами, относящимися к той же семантической зоне» [2, с. 40]. А.В. Бондарко, рассматривая языковую единицу с точки зрения взаимодействия формы, содержания и функции, пишет, что «темпоральность – это семантическая категория, отражающая восприятие и осмысление человеком времени обозначающих ситуаций и их элементов по отношению к моменту речи говорящего или иной точке отсчета» [3, с. 5]. В этом же ключе высказывается Е.В. Тарасова, отмечая, что время относится к числу «понятий, образующих основной семантический «инвентарь» культуры народа и общества» [9, с. 35]. К отличительным признакам функционально-грамматического направления относят, например, подход «от семантики к средствам ее выражения», «учет широкого контекста и ситуации общения», «исследование языка в его реальном употреблении», язык рассматривается «как орудие формирования мысли» [5, с. 10-11].

Среди зарубежных фундаментальных научных исследований отметим работы по функциональной грамматике С. Дика [13-14] и У. Фоли [15]. С. Дик заложил теоретическую основу функциональной грамматики, которая опирается на разные виды адекватности грамматики (психологическую, типологическую, прагматическую), а также на функциональный характер языка как средства социального взаимодействия. Референциально-ролевая грамматика У. Фоли и Р. Ван Валин подчеркивает социальную природу использования языка, основывается на принципе классификации лексических единиц, формирующих семантическое поле, с опорой на функциональные роли актантов в исследуемой сфере общения.

Таким образом, анализ различных точек зрения отечественных и зарубежных авторов позволяет выделить следующие основные характеристики времени: связи с категориями аспектуальности и таксиса, временная локализованность/нелокализованность, дейктическая локализация, точка отсчета (настоящее, прошлое и будущее).

Исторически в культурном сознании (при всем многообразии моделей времени) сосуществуют две основные модели времени: – «время как последовательность однотипных событий» и время линейное – «время как однонаправленное поступательное движение»

[12, с. 97]. Как пишет Е.С. Яковлева, «в культурной парадигме носителей языка с понятием цикличности времени связываются идеи природных циклов, возвратов, повторов» [Там же, с. 100].

Интерес для настоящей работы представляет точка зрения Б.А. Успенского, который, говоря о восприятии времени как семиотической проблеме, отмечает, что «циклическое время конкретно», «качественно разнородно, оно вообще не мыслится отдельно от событий, которыми оно наполняется» [10, с. 43]. Ученый делает акцент на том, что события и циклическое время взаимосвязаны, а качество времени определяет конкретную реализацию событийного текста – циклическое «время определяет развитие событий, события же, в свою очередь, определяют восприятие времени», циклическое время «состоит из событий, оно является как бы материей, наполняемой событиями» [Там же, с. 45].

Таким образом, в ходе исследования было выявлено, что представление о циклическом времени восходит к природно-календарным циклам и предполагает объективное деление временных отрезков (утро, день, ночь, зима, лето, осень, весна и т.д.). В текстах рекламного туристического нарратива (и вообще в текстах) циклическое время актуализируется связью времени и пространства: «время мыслится по модели пространства, воспринимается в пространственных категориях» [Там же, с. 39]. Как отмечает Б.А. Успенский, время и пространство «как бы изоморфны и могут быть уподоблены друг другу», «пространство наполнено предметами», а «время наполнено событиями», ориентация в пространстве соответствует ориентации во времени [Там же, с. 40-41]. Связь пространства и времени в текстах рекламного туристического нарратива задается языковой категорией предикативности и, как отмечает О.О. Кандрашкина, «поскольку сами явления окружающего мира существуют во времени и пространстве, языковая форма их выражения не может не отражать этого их фундаментального свойства» [6, с. 1219]. В текстах рекламного туристического нарратива время такой же обязательный атрибут пространства текста, как и пространство, что наглядно подтверждается нашими примерами.

В текстах рекламного туристического нарратива объективным проявлением регламентации циклического времени является сезонный и суточный виды. В рамках данной работы мы остановимся на рассмотрении сезонного вида регламентации. Сезонный вид регламентации времени включает времена года (весна, лето, осень, зима), которые имеют свою систему мотивов и образов, содержат в своей семантике реальные признаки отображаемых объектов действительности. Так, например, летнее время года актуализируется в рекламном туристическом нарративе пространством пейзажа (красотой, степенью первозданности, гармонией неповторимостью, уникальностью, экзотичностью), пространством уникальных природных объектов (равнин, пустынь, лесов, гор, вулканов, рек, водопадов, озёр, морей, океанов, островов и т.д.). Активно используются метафорические и сравнительные конструкции, эпитеты, различные способы переноса и выражения сопоставления, прием олицетворения. Например: *Если и есть на земле рай, то его нужно искать на тропических островах, оброненных богами в неистовую синеву Карибского моря. Там, где пальмы склоняются над белоснежным песком, где сумасшедшая луна пляшет в небесах под ритмы рэгги, вдохнуть ветер свободы, играющий листьями пальм... пылающие во все небо закаты... бархат ночи... огромные влажные звезды... разноцветные кораллы и доверчивые рыбы... там закаты полыхают, как пламя страсти, а рассветы разливают свечение нежности. Там природа полна чувственной неги, ветер шепчет слова любви [19].*

Осеннее время года, представленное в рекламном туристическом нарративе по модели пространства, репрезентируется, например, образом собственно осени (*золотая, бархатная, нарядная, багряная, звонкая*) и образом осеннего леса, его нарядности, цветом листвы (*багрец и золото леса, осенний наряд, золотые одеяния, золото листьев*). При описании осеннего времени года используются эпитеты, эпитеты-тропы, метафоры, прием олицетворения. Например: *Золотая осень в России... природа надевает свои самые праздничные наряды... огненно-красные, нежно-желтые, золотые, багряные... на фоне холодной небесной синевы. Золотая осень –*

волшебная пора... Природа готовится ко сну. Деревья примеряют разноцветные платья. ...клен, осина, рябина одевают красные наряды, береза, липа, ясень – золотистый, дуб и каштан – коричневый. Ёлочки же верны своим зеленым одеждам... все краски отражаются в воде, создавая новые разноцветные миры [16].

Зимнее время года эксплицируется в рекламном туристическом нарративе, например, пространством зимнего леса (*дремучий, волшебный, величественный, сказочный, девственный*), пространством снега и снежного покрова (*алмазный, серебристый, белоснежное одеяло*), пространством возвышенностей и т.д. Зимнее время года, которое воспринимается в пространственных категориях, репрезентируется посредством разнообразных метафор, включая адъективные метафоры, эпитетов, приема олицетворения. Например: *Озеро Рица... природа щедро сыплет снежной крошкой суровые спины гор, поросшие малахитовой щетиной чащ, а сам водоём покрывается бриллиантовым панцирем льда... бирюзовая водная гладь... горные шпиль, покрытые снежными шапками... лазурь кавказских небес. Нефритовая зелень пихтовых лесов покрыта снежной вуалью... Зима... обычно мягкая, словно лапки пушистого кота... Это великолепие, вместе с горными вершинами и лапами заснеженных елей, отражается в тёмной бирюзе озерных вод [17].*

Темпоральное представление весеннего времени года в рекламном туристическом нарративе также отмечено характерными природными особенностями. Репрезентация весеннего времени года (как и других вышеописанных сезонов) базируется на трансформации темпоральных образов и мотивов в пространственные и обратно, что выполняет текстообразующую функцию в рекламном туристическом нарративе. Приход весны связан с мотивом обновления мира, флористическими и орнитологическими мотивами, а доминантным мотивом выступает циклический мотив весеннего преобразования и обновления природы и человека. Весенняя образность в рекламном туристическом нарративе имеет метафорический и даже метафизический характер. Например: *Весна время обновления и новых путешествий! С приходом весны весь мир обновляется, просыпаясь после длительного зимнего сна... начинают*

расти зеленые листья... первые цветы пробиваются сквозь снег... солнце начинает дарить больше тепла... время, когда мечты сбываются... лучи солнца дарят неподдельный эмоциональный взлет... возможность порадоваться буйству цветов... природа расцветает и дарит людям свои яркие краски. Путешествия весной всегда озарены особой романтикой и чувством свободы: обновляется не только мир вокруг нас, но и внутренний мир каждого человека. [18].

Исследование показало, что циклическое время в текстах рекламного туристического нарратива характеризуется связью времени и пространства, присутствием событийного, а также трансцендентного сюжетов. Циклическое время осознается как пространство, а временной процесс «предстает как путешествие, постоянное передвижение из прошлого в будущее через настоящее» [10, с. 41].

Заключение

Обобщением полученных результатов работы являются следующие **выводы**: 1. Понятие времени, являясь сложной и многоуровневой категорией, рассматривается с точки зрения разнообразных аспектов. Анализ научной литературы показал, что категория времени трактуется как текстообразующая и функционально-семантическая категория. 2. В ходе исследования было установлено, что в рекламном туристическом нарративе циклическое время представляет собой последовательность событий, восходящих к сезонным и суточным циклам, и структурируют рекламный туристический нарратив как композиционно оформленное дискурсивное событие. 3. Времена года представляют собой систему образов, представлены характерными природными особенностями. Восприятие пространства определенного сезона года определяет в рекламном туристическом нарративе и восприятие времени.

Список литературы

1. Блинова Е.А. Морфотемный анализ темпоральности как категории языкового сознания и речевого мышления в русском и английском языках: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. В. Новгород, 2009. 25 с.

2. Бондарко А.В. Принципы функциональной грамматики и вопросы аспектологии. Л.: Наука: Ленингр. отд-ние, 1983. 208 с.
3. Бондарко А.В. Вступительные замечания // Теория функциональной грамматики. Темпоральность. Модальность. Л.: Наука, 1990. С. 5-10.
4. Бронникова О.В. Модусный метаконцепт ВРЕМЯ/TIME в русском и английском языках: на материале данных национальных корпусов: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тюмень, 2017. 25 с.
5. Воейкова М.Д. Введение. Петербургская школа функциональной грамматики: история, современное состояние и направления развития // Acta Linguistica Petropolitana. Труды Института лингвистических исследований РАН. Т. XI. Ч. 1. СПб.: Наука, 2015. С. 7-21. URL: https://iling.spb.ru/pdf/alp/alp_XI_1.pdf (дата обращения: 05.10.2022).
6. Кандрашкина О.О. Категория пространства времени и хронотопа в художественном произведении и языковые средства их выражения // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2011. С. 1217-1221. URL: http://www.ssc.smr.ru/media/journals/izvestia/2011/2011_2_1217_1221.pdf (дата обращения: 02.11.2022).
7. Мухин А.М. Функциональный синтаксис. Функциональная лексикология. Функциональная морфология. СПб.: Нестор, 2007. 198 с.
8. Синкевич Д.А. Категория темпоральное™ в лингвофилософском освещении // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 7(188). С. 148-152.
9. Тарасова Е.В. Языковое поле темпоральности в синхронии и диахронии: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Краснодар, 1993. 43 с.
10. Успенский Б.А. Избранные труды. Том I. Семиотика истории. Семиотика культуры. 2-е изд., испр. и доп. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. 608 с.
11. Хайдеггер М. Время и бытие: Статьи и выступления. М.: Республика, 1993. 447 с. URL: https://imwerden.de/pdf/heidegger_vremya_i_bytie_1993.pdf (дата обращения: 20.10.2022).
12. Яковлева Е.С. Фрагменты русской языковой картины мира: (модели пространства, времени и восприятия). М.: Гнозис, 1994. 343 с.
13. Dik S.C. The Theory of Functional Grammar. Part I. The Structure of the Clause. Ed. Kees Hengeveld. Berlin and New York: Walter De Gruyter & Co, 1997, 373 p.

14. Dik S.C. The Theory of Functional Grammar. Part 2. Complex and Derived Constructions. Ed. Kees Hengeveld. Berlin and New York: Mouton de Gruyter, 1997, 477 p.
15. Foley W.A., Van Valin Jr. R.D. Functional Syntax and Universal Grammar. Cambridge: Cambridge University Press, 1984, 416 p.
16. http://activehike.ru/zolotaya_osen/ (дата обращения: 15.10.2022).
17. https://clubvshod.com/info/pohodnoe_info/dostoprimechatelnosti/abhaziya/ozero_rica_zimoj/ (дата обращения: 09.10.2022).
18. https://santour.ru/news/1/vesna___vremya_obnovleniya_i_novyh_putieshestvij_.html (дата обращения: 22.10.2022).
19. <https://www.sodis.ru/disps=publication&id=33660> (дата обращения: 15.10.2022).

References

1. Blinova E.A. *Morfotemnyj analiz temporal'nosti kak kategorii jazykovogo soznaniya i rechevogo myshlenija v russkom i anglijskom jazykah* [Morphothemic analysis of temporality as a category of linguistic consciousness and speech thinking in the Russian and English languages]. Abstract of PhD dissertation. Veliky Novgorod, 2009, 25 p.
2. Bondarko A.V. *Principy funkcional'noj grammatiki i voprosy aspektologii* [Principles of functional grammar and questions of aspectology]. Leningrad: Nauka Publ., 1983, 208 p.
3. Bondarko A.V. Vstupitel'nye zamechanija [Introductory Remarks] *Teorija funkcional'noj grammatiki. Temporal'nost'. Modal'nost'* [Functional Grammar Theory. Temporality. Modality]. Leningrad: Nauka Publ., 1990, pp. 5-10.
4. Bronnikova O.V. *Modusnyj metakoncept VREMJA/TIME v russkom i anglijskom jazykah: na materiale dannyh nacional'nyh korpusov* [Modus metaconcept of TIME in the Russian and English languages: based on the data from national corpora]. Abstract of PhD dissertation. Tyumen, 2017, 25 p.
5. Voejkova M.D. Vvedenie. Peterburgskaja shkola funkcional'noj grammatiki: istorija, sovremennoe sostojanie i napravlenija razvitiya [Introduction. Saint Petersburg School of Functional Grammar: its history, state of the art and main directions of its development]. *Acta Linguistica Petropoli-*

- tana. Trudy Instituta lingvisticheskikh issledovanij RAN [Acta Linguistica Petropolitana. Transactions of the Institute for Linguistic Studies], 2015, vol. XI, part 1. St. Petersburg: Nauka Publ., 2015pp. 7-21. URL: https://iling.spb.ru/pdf/alp/alp_XI_1.pdf (accessed October 05, 2022).*
6. Kandrashkina O.O. Kategoriya prostranstva vremeni i khronotopa v khudozhestvennom proizvedenii i yazykovye sredstva ikh vyrazheniya [Categories of «Time», «Space» and «Chronotop» in literature and language means of their expression]. *Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiyskoy akademii nauk [Bulletin of Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences], 2011, pp. 1217-1221. URL: https://www.hse.ru/data/2015/07/25/1085861409/alp_XI_1.pdf (accessed November 02, 2022).*
 7. Muhin A.M. *Funktional'nyj sintaksis. Funkcional'naja leksikologiya. Funkcional'naja morfologiya [Functional syntax. Functional lexicology. Functional morphology]. St. Petersburg: Nestor Publ., 2007, 198 p.*
 8. Sinkevich D.A. Kategorija temporal'noe v lingvofilosofskom osveshenii [Category of temporality in linguo-philosophical light]. *Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Chelyabinsk State University], 2009, no. 7(188), pp. 148-152.*
 9. Tarasova E.V. *Jazykovoje pole temporal'nosti v sinhronii i diahronii [The language field of temporality in synchrony and diachrony]. Abstract of PhD dissertation. Krasnodar, 1993, 43 p.*
 10. Uspenskij B.A. *Izbrannye trudy. Tom I. Semiotika istorii. Semiotika kul'tury [Selected Works. Vol. 1. Semiotics of History. Semiotics of Culture]. Moscow: Shkola «Jazyki russkoj kul'tury», 1996, 608 p.*
 11. Hajdegger M. *Vremja i bytie: Stat'i i vystuplenija [Time and Being: Articles and Speeches]. Moscow: Respublika Publ., 1993, 447 p. URL: https://imwerden.de/pdf/heidegger_vremya_i_bytie_1993.pdf (accessed October 20, 2022).*
 12. Jakovleva E.S. *Fragmenty russkoj jazykovej kartiny mira: (modeli prostranstva, vremeni i vosprijatija) [Fragments of the Russian language picture of the world (models of space, time and perception)]. Moscow: Gnozis Publ., 1994, 343 p.*
 13. Dik S.C. *The Theory of Functional Grammar. Part I. The Structure of the Clause Ed. Kees Hengeveld. Berlin and New York: Walter De Gruyter & Co, 1997, 373 p.*

14. Dik S.C. The Theory of Functional Grammar. Part 2. Complex and Derived Constructions. Ed. Kees Hengeveld. Berlin and New York: Mouton de Gruyter, 1997, 477 p.
15. Foley W.A., Van Valin Jr. R.D. Functional Syntax and Universal Grammar. Cambridge: Cambridge University Press, 1984, 416 p.
16. http://activehike.ru/zolotaya_osen/ (accessed October 15, 2022)
17. https://clubvoshod.com/info/pohodnoe_info/dostoprimechatelnosti/abhaziya/ozero_rica_zimoy/ (accessed October 09, 2022).
18. https://santour.ru/news/1/vesna___vremya_obnovleniya_i_novyh_putieshestvij_.html (accessed October 22, 2022).
19. <https://www.sodis.ru/disp?s=publication&id=33660> (accessed October 15, 2022).

ДАнные ОБ АВТОРЕ

Меньшикова Екатерина Евгеньевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков для профессиональных целей

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Байкальский государственный университет»

ул. Ленина, 11, г. Иркутск, Иркутская область, 664003, Российская Федерация

canoe@list.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Ekaterina E. Men'shikova, PhD in Philology, Associate Professor of the Foreign Languages Department for Professional Purposes

Baikal State University

11, Lenin Str., 664003, Irkutsk, Russian Federation

canoe@list.ru

SPIN-code: 7939-4420

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8410-3223>

Поступила 08.11.2022

После рецензирования 01.12.2022

Принята 06.12.2022

Received 08.11.2022

Revised 01.12.2022

Accepted 06.12.2022