

Научная статья

УДК 81

doi: 10.47475/1994-2796-2023-475-5-114-120

## СПЕЦИФИКА ОБРАЗА ГОРОДА В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ ЕГО ЖИТЕЛЕЙ КАК ОСНОВА ДЛЯ ВЫДЕЛЕНИЯ УСТОЙЧИВЫХ РЕГИОНАЛЬНЫХ КОМПОНЕНТОВ

Андрей Анатольевич Селютин<sup>1</sup>, Анна Вячеславовна Таскаева<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

<sup>2</sup> Южно-Уральский государственный институт искусств им. П. И. Чайковского, Челябинск, Россия

<sup>1</sup> blind11@yandex.ru

<sup>2</sup> taskaeva\_anna@bk.ru

**Аннотация.** В статье представлен анализ ассоциативных ответов жителей города Челябинска и гостей города, связанных с восприятием городской среды, городских объектов, знаковых мест, известных личностей, в целом образа города и людей, живущих в нем. Выявление ассоциативного ядра образа города и периферийных смыслов может быть использовано для решения проблем социокультурной адаптации при внедрении в школьную образовательную систему. Знакомство со знаковыми местами, людьми, знание исторических фактов и уникальных особенностей города и области может положительно отразиться и на формировании образа гражданина России в языковом сознании подрастающего поколения. По мнению авторов, материал, представленный в данном исследовании, показывает сложное, контрастное отношение к городу, связанное в первую очередь с тем, что нынешние поколения не воспринимают Челябинск как город трудовой доблести и славы, как один из ключевых элементов опорного края державы, но отмечают серьезные экологические проблемы и внешнюю неблагоприятную для жизни человека среду (две стороны одной медали). Данное исследование может лечь в основу выделения специфических уникальных региональных лексических компонентов, ассоциирующихся с Челябинском и шире — с Челябинской областью, которые могут содействовать формированию позитивного образа данной локации.

**Ключевые слова:** социокультурная адаптация, региональный компонент, лингвокультурный минимум, образ города, языковое сознание

**Благодарности.** Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-28-20238, <https://rscf.ru/project/22-28-20238/>

**Для цитирования:** Селютин А. А., Таскаева А. В. Специфика образа города в языковом сознании его жителей как основа для выделения устойчивых региональных компонентов // Вестник Челябинского государственного университета. 2023. № 5 (475). С. 114–120. doi: 10.47475/1994-2796-2023-475-5-114-120.

Original article

## THE SPECIFICITY OF THE IMAGE OF THE CITY IN THE LINGUISTIC CONSCIOUSNESS OF ITS RESIDENTS AS A BASIS FOR SOLIDING SUSTAINABLE REGIONAL COMPONENTS

Andrey A. Selyutin<sup>1</sup>, Anna V. Taskaeva<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, blind11@yandex.ru

<sup>1,2</sup> South Ural State Institute of Arts named after P. I. Tchaikovsky, Chelyabinsk, Russia, taskaeva\_anna@bk.ru

**Abstract.** The article presents an analysis of the associative responses of residents of Chelyabinsk and guests of the city, associated with the perception of the urban environment, urban objects, well-known places, famous personalities, the image of the city and its residents in general. It is important to find out the associative core and peripheral meanings of the city image because it can be used to solve the problems of socio-cultural adaptation when

introduced into the school educational system. Acquaintance with famous places and people, knowledge of historical facts and unique features of the city and region can have a positive impact on the formation of the image of a Russian citizen in the linguistic consciousness of the younger generation. The material presented in this study shows a complex, contrasting attitude towards the city, primarily due to the fact that current generations do not perceive Chelyabinsk as a city of labour merit, as one of the key elements of the stronghold of the country, but note serious environmental problems and an unfavorable external environment for human life (two sides of the same coin). This study can form the basis for identifying specific unique regional lexical components associated with Chelyabinsk and the Chelyabinsk Region, which can contribute to the formation of a positive image of this location.

**Keywords:** sociocultural adaptation, regional component, linguistic and cultural minimum, image of the city, linguistic consciousness

**Acknowledgments.** The research was supported by the grants the Russian Science Foundation № 22-28-20238, <https://rscf.ru/project/22-28-20238/>

**For citation:** Selyutin AA, Taskaeva AV. The specificity of the image of the city in the linguistic consciousness of its residents as a basis for solidifying sustainable regional components. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2023;5(475):114-120. (In Russ.). doi: 10.47475/1994-2796-2023-475-5-114-120.

## Введение

Мы живем в эпоху глобализации, и поэтому процессы социокультурной адаптации играют значимую роль в формировании благополучного общества. Причем речь идет не только о процессах миграции, но и о внутренних процессах, связанных с получением образования, возрастными особенностями, особенностями развития самого социума. Согласимся с О. И. Халупо, которая утверждает, что «современное общество, вступившее в эпоху глобализации, остро нуждается в осмыслении лингвокультурных процессов, происходящих в нем. С одной стороны, необходимо исследовать языковые тенденции, которые способствуют „окультуриванию“ наций, с другой стороны, нужно проанализировать и обозначить факторы влияния культуры на формирование адекватного и необходимого своеобразного ключа — „комплекта грамотности“, который будет способствовать успешной адаптации человека в обществе» [7. С. 120].

Термин «социокультурная адаптация» активно используется в социологии, где под ним понимается «форма взаимодействия субъекта со сферой повседневности, создающая субъекту условия эффективного вхождения в социум и освоения различных форм социальной деятельности. Ее содержанием является освоение новых, нестандартных ситуаций в повседневной жизни, а результатом — взаимоприспособление, совместимость и обмен продуктами деятельности индивида и среды» [2. С. 78]. Однако он также востребован культурологами, лингвистами, психологами, изучающими различные аспекты взаимодействия личности и социума. В этом отношении для нас важным является момент формирования элементов языкового сознания индивида, находящегося в процессе вза-

имодействия с окружающей средой, поскольку, по утверждению Н. В. Уфимцевой, «содержание и границы отдельного сознания возможно определить только в диалоге с другими сознаниями <...> это важно как для отдельно взятой личности, так и для этноса (как коллективной личности) в межэтническом/межкультурном диалоге» [6. С. 216], именно сформировавшиеся стереотипы восприятия реальности будут релевантны при выборе типов и способов коммуникации с другими членами социума.

## Методология

В качестве объекта изучения мы выбрали образ города, городской среды г. Челябинска, представленный в языковом сознании его жителей и гостей в виде цепочек ассоциаций. Выявление данных особенностей позволит выявить систему устойчивых связей между образами сознания и объектами действительности, включающую ядерную зону и периферию (наиболее устойчивые, повторяющиеся ассоциации и уникальные реакции, связанные с личным опытом респондентов). В свою очередь, эта система позволит сформировать устойчивый региональный лексический компонент, несущий в себе ключевую информацию о данной локации и способный послужить основой для знакомства и понимания традиций, норм и правил поведения в социуме. Исследователи, занимающиеся изучением проблем социокультурной адаптации, полагают, что «роль регионального компонента содержания образования сложно переоценить. Он позволяет не только формировать у ребенка определенный запас представлений о родном крае, но и дает возможность почувствовать себя гражданином, участником происходящих в нем событий, заложить фундамент для развития самосознания

растущего человека как россиянина, личности с активной жизненной позицией, ощущающей чувство сопричастности, ответственности и гордости за свой город, край и его жителей» [3. С. 9–10].

### Методы и материалы

В апреле — мае 2022 года был проведен опрос среди жителей и гостей Челябинска, касающийся стереотипов восприятия города, городской среды, особых запоминающихся элементов. Всего приняли участие 83 респондента. Для всех русский язык является родным; также в качестве языка, которым владеют с детства, выбирали татарский (4), башкирский (2), белорусский (1), чувашский (1). В качестве основного был использован метод незаконченных предложений, при анализе не учитывались служебные слова (предлоги, союзы, частицы), междометия. Незаконченные предложения направлены как на выявление устойчивых характеристик города, городской среды, характеристики людей, проживающих в городе, так и на выявление имен собственных, связанных с названиями улиц, персоналий, известных городских объектов. В целом мы предполагали получить набор устойчивых, узнаваемых стереотипов, имеющих отношение к данной локации.

### Результаты

Первый вопрос предполагал выявление устойчивых ассоциаций с образом города в целом: «Напишите, пожалуйста, любые ассоциации со словом „Челябинск“. Старайтесь не думать и писать первое слово, которое придет вам в голову». Реакция: завод(-ы) (18), город (7), дом (6), Урал (6), метеорит (5), танк (5), трактор (5), суровый (5), большой (4), верблюд (4), грязь (4), Кировка (4), парк (4), родной (4), экология (3), грязный (3), дождь (3), дым (3), серость (3), смог (3), университет (3), Гагарина (3), родина (3), Танкоград (3), озеро (3), дороги (3). Ответы респондентов подчеркивают устоявшийся образ Челябинска как промышленного города, в котором много заводов, загрязняющих окружающую среду и оказывающих негативное влияние на экологическую ситуацию в городе. Реакция «трактор» связана с Челябинским тракторным заводом (ЧТЗ), а также с одноименным хоккейным клубом, известным за пределами Челябинска. Реакция «суровый» подтверждает стереотипизированное представление о суровости Челябинска и его жителей, которое сложилось в сознании жителей других регионов РФ благодаря серии ярких сюжетов сатирическо-юмористической телепередачи «Наша Russia». В юмористических высказываниях про суровый

Челябинск происходит обобщение и гиперболизация характерных для жителей Челябинского региона черт. Отметим, что неофициальное обозначение города «Танкоград» отходит на периферию и не употребляется активно. Вместе с тем появляются и новые ассоциации, связанные с недавними событиями — падением метеорита в 2013 году. Подчеркнем, что челябинский метеорит стал неофициальным брендом города благодаря усилиям ученых, политиков и широкой общественности, которым удалось реализовать воспоминания о болиде в виде материальных вещей: коллективной монографии «Челябинский суперболид» под редакцией Н. Горькавого и А. Дудорова; самого большого куска челябинского метеорита, выставленного на экспозицию в государственном историческом музее Южного Урала; почтовой карточки с метеоритом; ежегодных мероприятий, приуроченных к дню падения метеорита, и др.

Следующие три стимула можно объединить в группу эмоционального восприятия локации.

1. Стимул: «Лучше всего в Челябинске». Реакция: жить (9) в сочетании с частицей «не» (5), летом (6), гулять (5) в сочетании с «в парке Гагарина» (3), работать (4), центр (3), набережная (3), бор (3).
2. Стимул: «Я люблю Челябинск за то, что». Реакция: здесь (25), есть (18), я (9), город (8), много (7), мест(-а) (7), друзья (4), семья (4), родной (4), красивых (3), дом (3), родина (3), уютно (3). С наречием «здесь», кроме указанных «есть», «много», «мест», «уютно», «друзей», употреблялись также следующие лексические единицы: «моя семья» (7), «родилась» (2), «много возможностей», «учусь» (2), «вуз, в котором учусь», «много друзей», «мой родной город», «живет вся моя семья», «моя работа», «есть озеро».
3. Стимул: «Я не люблю Челябинск, потому что». Реакция: грязно(-ый) (22), здесь (17), много (10), экология (8), плохая (6), город(-а) (6), людей (5), воздух (5), заводов (4), серый (3), дышать (3). В сочетании с наречием «много», кроме отмеченных «людей», «заводов», употреблялись также слова «выбросов», «неблагополучных районов». В сочетании с наречием «здесь» в большинстве случаев используется лексическая единица «грязно».

Положительное эмоциональное восприятие Челябинска связано со следующими базовыми понятиями: «я», «семья», «друзья», «родина», которые непосредственно к городу не имеют отношения. То есть позитивное восприятие локации

возможно сквозь призму родственных и дружеских отношений. Негативное эмоциональное состояние стабильно связано с экологией, заводами, плохим воздухом, грязью, что подтверждается данными и других исследований, проводимых ранее (см., например, работу А. А. Галактионовой, Я. В. Макаренко, Е. С. Заевой). Реакция на первый стимул содержит рекомендации не селиться в городе, хотя присутствуют и нейтральные варианты.

Стимулы с 4 по 14 направлены на выявление устойчивых связей с конкретными объектами или людьми.

4. Стимул: «Самый известный челябинец — это». Реакция: Митяев (13), Текслер (12), Олег (8) (скорее всего, имеется в виду Митяев), не знаю (7), Ярушин (7), Стас (5) (скорее всего, имеется в виду Ярушин), Сумин (5), Курчатов (5).
5. Стимул: «В Челябинске я бы хотел посетить». Реакция: музей (16) в сочетании с краеведческий (9) дает нам представление о наиболее известной музейной локации — Челябинский краеведческий музей; далее идут лексемы театр (13) — получивший наибольшее сочетание с оперы и балета (3), драмы (2), им. Н. Орлова, оперный, камерный, Манекен; парк (5); набережная (5); рынок (3); зоопарк; кафе.
6. Стимул: «Самый известный \_\_\_\_\_ в Челябинске — это \_\_\_\_\_». Реакция: парк (14) в сочетании с Гагарина (12), ПКиО (2); университет (8) в сочетании с ЮУрГУ (5), ЧелГУ (3); театр (7) в сочетании с оперы и балета (4), молодежный (2), оперный; губернатор (6) в сочетании с Текслер (3), Юревич (3); памятник (4) в сочетании с Ленину (2), Игорю Курчатову (2); музей (3) в сочетании с краеведческий (2), изобразительных искусств.
7. Стимул: «Самый известный музей Челябинска». Реакция: краеведческий (48), исторический (14). Имеется в виду один и тот же музей, официальное название которого — Государственный исторический музей Южного Урала.
8. Стимул: «Самый известный театр Челябинска». Реакция: театр оперы и балета (28), Глинки (10), театр имени Наума Орлова (10), драмы (8), драматический (5), драмтеатр (4), камерный (4), молодежный (3).
9. Стимул: «Самый известный ресторан/кафе Челябинска». Реакция: Уральские

пельмени (11), Своя компания (5), Доски (5), Облака (4), Бургер Кинг (3).

10. Стимул: «Самый известный памятник в Челябинске». Реакция: Ленин(-у) (32), Курчатов(-у) (24), Орленок (8), танк (4).
11. Стимул: «Самый известный стадион в Челябинске». Реакция: Центральный (18), Елесинной(-а) (15), Локомотив (14), Трактор (9).
12. Стимул: «Самая известная школа в Челябинске». Реакция: 1 (15), 31 (13), не знаю (9), 11 (3), 45 (3), 93 (3).
13. Стимул: «Самый известный университет в Челябинске». Реакция: ЮУрГУ (45), ЧелГУ (44).
14. Стимул: «Самая известная улица в Челябинске». Реакция: Ленина (31), Кирова (25), Кировка (9), Сони Кривой (3), Братьев Кашириных (3).

В целом мы видим достаточно прогнозируемую и ожидаемую картину. Самыми известными личностями, ассоциируемыми с Челябинском, являются уроженец Челябинска Олег Митяев, советский и российский автор-исполнитель, музыкант, актер, автор и первый исполнитель песни «Как здорово, что все мы здесь сегодня собрались»; актер, певец, участник команды КВН «Уездный город» и «Лица уральской национальности» Станислав Ярушин, получивший известность благодаря участию в телесериале «Универ»; почетный гражданин города Челябинска Петр Сумин, советский и российский государственный и политический деятель, губернатор Челябинской области, руководивший регионом 14 лет, заступивший на должность во времена тотального дефицита и разрухи, но сумевший сохранить главные предприятия области, названный «народным губернатором», имена которых включены во многие энциклопедии и словари, к примеру, в энциклопедию «Челябинск»<sup>1</sup> и лингвокультурологический иллюстрированный словарь «Герои России, Великобритания и США» [4. С. 65], а также действующий губернатор Леонид Текслер, который впервые организовал обратную связь с южноуральцами через социальные сети и рейтинг которого является стабильно высоким.

К самым узнаваемым учреждениям культуры, образования, отдыха и достопримечательностям относятся: Государственный исторический музей Южного Урала, Челябинский государственный академический театр оперы и балета имени

<sup>1</sup> URL: <http://book-chel.ru/>

М. И. Глинка, Центральный парк культуры и отдыха имени Ю. А. Гагарина, Челябинский государственный академический театр имени Наума Орлова, ресторан «Уральские пельмени» (это своего рода бренд города), памятник В. И. Ленину (находится на центральной площади города), памятник И. В. Курчатову, Центральный стадион, стадион имени Е. Елесиной, стадион «Локомотив», две наиболее известные школы — гимназия № 1 (языковая) и лицей № 31 (физико-математический), два университета — Южно-Уральский государственный университет и Челябинский государственный университет, проспект В. И. Ленина, улица Кирова (с пешеходной зоной от центральной площади). Все обозначенные места и локации находятся в Центральном районе г. Челябинска.

15. Стимул: «В Челябинске». Реакция: много (15), людей (8), очень грязно (4), живу (3), холодно (3), люди (3). С наречием «много» кроме указанного «людей» употреблялись также в единичных случаях слова «машин», «возможностей», «красивых мест», «заводов», «смога», «торговых центров», «голубей», «курильщиков». Реакция в основном нейтральна и подчеркивает статус мегаполиса (отмечается большое количество людей), также присутствуют и незначительные негативные ассоциации с грязью.
16. Стимул: «В Челябинске больше всего». Реакция: заводов (17), машин (8), людей (6), озер (3), предприятий (3). Интересно, что не были зафиксированы реакции, связанные с крупным производством мясной продукции на Урале и сетью известных алкомаркетов.
17. Стимул: «В Челябинске пахнет». Реакция: выбросами (11), смогом (8), пылью (7), плохо (6), сиренью (5), заводами (3), выхлопами (3).
18. Стимул: «Я слышал, что в Челябинске». Реакция: люди (12) в сочетании с суровые (7), злые (5), живут (4), грустные, быстро говорят, отзывчивые; наречие много (10) не имеет достаточно устойчивой сочетаемости, только в сочетании с заводов (3) и предприятий (1) дает некий ориентир на восприятие города как промышленного, заводского; метеорит (9), грязно (5), грязный воздух (4), метро (3).
19. Стимул: «Челябинск удивляет своим (-и/-ей)». Реакция: красотой (4), людьми (3), количеством заводов (2), изобилием нацио-

нальностей (2), природой (2), дорогами (2), размером (2), контрастами (2), бором (2), погодой (2), протяженностью (2). В ответах на это незаконченное предложение не просматривается четкой ядерной конструкции, что может говорить об отсутствии в образе города яркого, запоминающегося элемента, способного вызвать удивление. При этом мы полагаем, что глагол «удивляет» воспринимается респондентами в позитивном контексте, следовательно, отсутствует запоминающийся позитивный элемент.

20. Стимул: «Типичный челябинец — это». Реакция: рабочий (7), суровый (5), я (5), житель (5), сосед (2), гопник (2), обычный человек (2), грустный (2), трудоголик (2), работяга (2). Мы видим и здесь сохранение общего впечатления от города и горожан как территории заводской, где основным видом занятости населения является работа на заводе.

### Обсуждение

Результаты исследования подтвердили, что Челябинск — уникальный город, главная особенность которого заключается в контрастах. С одной стороны, Челябинск — это промышленный город с более чем 65 предприятиями, негативно влияющими на экологию региона, что было отмечено всеми респондентами, а также послужило основой для многочисленных исследований. С другой стороны, это область, которая обладает уникальными природными достопримечательностями: многочисленными чистейшими озерами, реками, горами, заповедниками и природными парками. Челябинская область славится добычей и переработкой природного сырья, металлургией, машиностроением, энергетикой, аграрными комплексами. В то же время столица Южного Урала — Челябинск — является крупнейшим научно-образовательным центром с известными вузами, узнаваемыми театрами и музеями.

### Заключение

Результаты исследования подтвердили, что в языковом сознании жителей г. Челябинска преобладают негативные ассоциации, связанные с неблагоприятной экологической обстановкой, что в свою очередь обусловлено спецификой Челябинской области как одной из самых индустриальных в России. Многочисленными заводами и промышленными предприятиями Челябинска создается образ города, в котором не хочется жить из-за грязи, пыли и выбросов. Вместе с тем именно

благодаря производственным мощностям Урал долгое время, вслед за А. Твардовским, называли «опорным краем державы» [5. С. 15] — понятие, которое ушло на периферию и сейчас все меньше используется в публичном дискурсе. Мы полагаем, что в языковом сознании молодежи должны присутствовать эти региональные компоненты: ключевые события, связанные с регионом, важ-

ные имена и даты, названия и история становления заводов и предприятий. Формирование у обучающихся определенного запаса представлений о родном крае на фундаменте исторических фактов и художественных образов будет способствовать повышению уровня самосознания граждан, чувства патриотизма и гордости за свой регион, сопричастности к его достижениям.

### Список источников

1. Галактионова А. А., Макаренко Я. В., Заева Е. С. Исследование имиджа города Челябинска // Междисциплинарность науки как фактор инновационного развития: сборник статей по итогам Междунар. науч.-практ. конф., 28 ноября 2018 г. Челябинск, 2018. С. 110–118.
2. Тьерри Л. Социокультурная адаптация: сущность и функции // Всероссийский журнал научных публикаций. 2011. № 8 (9). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnaya-adaptatsiya-suschnost-i-funktsii-1> (дата обращения: 09.02.2023).
3. Региональный компонент. Особенности формирования образовательной программы дошкольного образования: информационно-методические материалы / под общ. редакцией С. В. Никитиной. СПб., 2016. 108 с.
4. Таскаева А. В. Герои России, Великобритании и США: лингвокультурологический иллюстрированный словарь. Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2021. 74 с.
5. Твардовский А. За далью — даль. М., 1954. 32 с.
6. Уфимцева Н. В. Языковое сознание: динамика и вариативность. М. : Институт языкознания РАН, 2011. 252 с.
7. Халупо О. И. Лингвокультурные аспекты взаимодействия субъектов национальных коммуникативных пространств : дис. ... д-ра филол. наук. Челябинск, 2016. 394 с.
8. Чередынова А. Б., Добрынина Я. С. Имидж территории и его трансформация в условиях современности (на примере г. Челябинска и Челябинской области) // Урбанистика. 2018. № 3. С. 171–179. doi: 10.7256/2310-8673.2018.3.26332. URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=26332](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=26332) (дата обращения: 09.02.2023).
9. Шпак Л. Л. Социокультурная адаптация: сущность, направления, механизм реализации : дис. ... д-ра социол. наук. М., 1992. 353 с.

### References

1. Galaktionova AA, Makarenko JaV, Zaeva ES. Research of the image of the city of Chelyabinsk. In: *Mezhdisciplinarnost' nauki kak faktor innovacionnogo razvitija = Interdisciplinary sciences as a factor of innovative development*. Chelyabinsk; 2018. Pp. 110–118. (In Russ.).
2. T'erri L. Sociokul'turnaja adaptacija: sushhnost' i funkcii = Sociocultural adaptation: essence and functions. *Vserossijskij zhurnal nauchnyh publikacij = Russian magazine of scientific works*. 2011;(8(9)). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnaya-adaptatsiya-suschnost-i-funktsii-1> (accessed: 09.02.2023) (In Russ.).
3. Nikitina SV (ed.). Regional'nyj komponent. Osobennosti formirovaniya obrazovatel'noj programmy doskol'nogo obrazovaniya: informacionno-metodicheskie materialy = Regional component. Features of the formation of the educational program of preschool education: information and methodological materials. St. Petersburg; 2016. 108 p. (In Russ.).
4. Taskaeva AV. Geroi Rossii, Velikobritanii i SShA: lingvokul'turologicheskij illjustrirovannyj slovar' = Heroes of Russia, Great Britain and the USA: linguoculturological illustrated dictionary. Chelyabinsk: Chelyabinsk State University Publ.; 2021. 74 p. (In Russ.).
5. Tvardovskij A. Za dal'ju — dal' = Beyond the distance — distance. Moscow; 1954. 32 p. (In Russ.).
6. Ufimceva NV. Jazykovoe soznanie: dinamika i variativnost' = Linguistic consciousness: dynamics and variability. Moscow: Institut jazykoznanija RAN; 2011. 252 p. (In Russ.).
7. Halupo OI. Lingvokul'turnye aspekty vzaimodejstvija subjektov nacional'nyh kommunikativnyh prostanstv = Linguistic and cultural aspects of the interaction of subjects of national communicative spaces. Abstract of thesis. Cheljabinsk; 2016. 394 p. (In Russ.).

8. Cherednjakova AB, Dobrynina JaS. The image of the territory and its transformation in modern conditions (on the example of Chelyabinsk and the Chelyabinsk region). *Urbanistika = Urbanistics*. 2018;(3):171-179. doi: 10.7256/2310-8673.2018.3.26332. URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=26332](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=26332) (accessed: 09.02.2023). (In Russ.).

9. Shpak LL. Sociokul'turnaja adaptacija: sushhnost', napravlenija, mehanizm realizacii = Sociocultural adaptation: essence, directions, implementation mechanism. Abstract of thesis. Moscow; 1992. 353 p. (In Russ.).

### Информация об авторах

**А. А. Селютин** — кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой теоретического и прикладного языкознания.

**А. В. Таскаева** — доктор филологических наук, доцент кафедры восточных и романо-германских языков, заведующая кафедрой иностранных языков.

### Information about the authors

**Andrey A. Selyutin** — Cand. Sci. (Philology), Associate Professor, Head of the Department of Theoretical and Applied Linguistics.

**Anna V. Taskaeva** — Dr. Sci. (Philology), Associate Professor, Head of the Department of Foreign Languages.

---

*Статья поступила в редакцию 28.03.2023; одобрена после рецензирования 03.04.2023; принята к публикации 05.05.2023.*

*The article was submitted 28.03.2023; approved after reviewing 03.04.2023; accepted for publication 05.05.2023.*

---

Вклад авторов: оба автора сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.  
Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.  
The authors declare no conflicts of interests.