

## Юмор и ирония в дискурсе здорового образа жизни

Ксения М. Шилихина

*Воронежский государственный университет,  
Воронеж, Россия, shilikhina@rgph.vsu.ru*

*Аннотация.* В статье анализируется юмористический компонент дискурса здорового образа жизни (ЗОЖ). Дискурс ЗОЖ относится к тем типам дискурса, которые формируются вокруг какой-либо социально значимой темы. Дискурс ЗОЖ существует в институциональном и бытовом форматах. Дискурс ЗОЖ в институциональном формате реализуется через пропаганду здорового образа жизни. В бытовом формате этот дискурс представляет собой, с одной стороны, высказывания сторонников ЗОЖ, с другой стороны, высказывания тех, кто не хочет придерживаться здорового образа жизни. Критическое отношение к ЗОЖ часто выражается в юмористических интернет-мемах. Материалом для исследования стали 253 мема на русском, английском и немецком языках. Цель исследования – показать, как социальная ценность (здоровый образ жизни), вокруг которой формируется свой собственный дискурс, становится мишенью для юмора и иронии. Шутки, посвященные (не)здоровому образу жизни, основаны на столкновении нормы и анти-нормы: в интернет-мемах здоровый образ жизни предстает как нечто мешающее счастливому образу жизни, а нездоровый образ жизни – как модус существования, связанный преимущественно с положительными эмоциями. В этом смысле бытовой дискурс ЗОЖ противостоит институциональному, поскольку ценность ЗОЖ, пропагандируемая государством, в мемах подвергается сомнению.

*Ключевые слова:* юмор, дискурс здорового образа жизни, интернет-мем, норма и анти-норма, бисоциация

*Для цитирования:* Шилихина К.М. Юмор и ирония в дискурсе здорового образа жизни // Вестник РГГУ. Серия «Литературоведение. Языкознание. Культурология». 2024. № 12. С. 104–118. DOI: 10.28995/2686-7249-2024-12-104-118

## Humour and irony in the discourse of healthy lifestyle

Ksenia M. Shilikhina

*Voronezh State University, Voronezh, Russia, shilikhina@rgph.vsu.ru*

*Abstract.* The paper analyzes the humorous component which is used by the participants of the discourse of healthy lifestyle. The discourse of healthy lifestyle belongs to those types of discourse which are formed around a particular highly significant social topic. The discourse under discussion exists in the institutional and everyday formats. Institutional discourse of healthy lifestyle is implemented through the promotion of a healthy lifestyle. In the everyday format, that discourse includes, on the one hand, various statements of supporters of healthy lifestyle, and, on the other hand, statements of those who do not want to adhere to a healthy lifestyle. Critical attitude towards healthy lifestyle is often expressed in humorous Internet memes. The study is based on 253 memes in Russian, English, German, Polish and French. The purpose of the study is to show how healthy lifestyle, being a social value, nevertheless becomes a target for humor and irony. Jokes about healthy lifestyle are based on the collision of norm and anti-norm: in Internet memes, healthy lifestyle appears as something that interferes with happiness, while the unhealthy lifestyle is associated mainly with positive emotions. In that sense, the everyday discourse is opposed to the institutional one, since the value of healthy lifestyle promoted by the state is questioned in memes.

*Keywords:* humor, healthy lifestyle discourse, Internet meme, norm and anti-norm, bisociation

*For citation:* Shilikhina, K.M. (2024), "Humour and irony in the discourse of healthy lifestyle", *RSUH/RGGU Bulletin. "Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies" Series*, no. 12, pp. 104–118, DOI: 10.28995/2686-7249-2024-12-104-118

### *Введение*

Изменения в жизни общества влекут за собой появление новых тем, которые при определенных условиях могут формировать новые дискурсы (в узком понимании этого термина). В таких дискурсах, ориентированных на определенную сферу или тематику общения, участники, как правило, выполняют определенные социальные роли и включаются в социальные отношения, связанные с этими ролями. Сам же дискурс может реализовываться как в институциональном, так и в бытовом формате, при этом тема, вокруг которой

создается свой собственный дискурс, обсуждается в рамках определенных жанров. Примером такого тематически ориентированного дискурса является дискурс здорового образа жизни (ЗОЖ), о котором пойдет речь в данной статье.

Цель исследования – показать, как в дискурсе здорового образа жизни используется юмор и какие социальные проблемы, связанные со здоровым образом жизни, становятся мишенями юмористической коммуникации. Исследование проведено на материале интернет-мемов, посвященных здоровому образу жизни. Общее количество мемов на русском, английском и немецком языках – 253. Кроме того, в работе использовались данные Национального корпуса русского языка.

### *Дискурс здорового образа жизни: краткая характеристика*

Здоровый образ жизни является одной из социальных ценностей, которую можно отнести к разряду глобальных – во многих странах активное продвижение здорового образа жизни заявлено в качестве стратегического направления государственной политики обучения и воспитания. Активное обсуждение различных аспектов, связанных со здоровым образом жизни, в СМИ и повседневной коммуникации позволяет говорить о существовании специфического дискурса здорового образа жизни (ЗОЖ), участниками которого являются представители государства, а также активные сторонники здорового образа жизни и его противники.

Дискурс ЗОЖ в институциональном формате реализуется в пропаганде здорового образа жизни на государственном уровне. Цель пропаганды – сформировать у населения привычку заботиться о своем здоровье, с одной стороны, и умение противостоять различного рода соблазнам – с другой. Стратегии официальной пропаганды достаточно стандартны: преимущественно это информирование о последствиях нездорового образа жизни и использование плакатов, содержащих лозунги (например, «Россия – за здоровый образ жизни!»). В таком формате институциональный дискурс ЗОЖ сближается с рекламным дискурсом. Отметим, что в просветительских плакатах практически не используется юмор; исключения составляют карикатуры, направленные на борьбу с алкоголизмом. Традиция использования таких карикатур уходит в советское время, когда карикатуры публиковались в центральных периодических изданиях, в том числе в специализированном юмористическом журнале «Крокодил» (рис. 1):



Рис. 1. Карикатура «Учти, половина моя!»  
из журнала «Крокодил»

В бытовом формате дискурс ЗОЖ представлен обсуждениями успехов сторонников здорового образа жизни или предложениями услуг для тех, кто хочет начать вести такой образ жизни. Среди целей обсуждения проблем здорового образа жизни в повседневной коммуникации можно назвать стремление продемонстрировать свою «правильность», прорекламировать услуги по формированию ЗОЖ (например, предложить программы похудения или приведения тела в идеальную форму) и т. д.

Национальный корпус русского языка позволяет проследить, как носители русского языка говорят о здоровом образе жизни в повседневной коммуникации. Интересно, что наряду с контекстами, в которых здоровый образ жизни оценивается положительно или нейтрально (пример 1), примерно в половине контекстов этому явлению дается отрицательная оценка (примеры 2–3):

- 1) «Это поможет детям научиться быстрее переключаться с одного вида работы на другой, поможет лучшему восстановлению и закреплению в головах детей, что *ЗОЖ – основная составляющая прогрессивного общества!*» (коллективный форум: Закон об образовании. Обсуждаем проект (2011));
- 2) «Помешательство на *ЗОЖ*. Вести здоровый образ жизни – это похвально и современно, но до определенной меры, *пока полезные привычки не доводятся до абсурда*» (Дарья Ефремова. Грешным делом // Психология на каждый день, 2011);

- 3) «Никакими запретами проблему не решить, нужна пропаганда ЗОЖ, разъяснительная работа со школьниками и *про-чая лабуда*» (коллективный форум: Всемирный день борьбы с курением [2011]).

Данные контексты наглядно иллюстрируют ситуацию, которая сложилась сегодня в обществе: у здорового образа жизни есть как сторонники, так и противники. Производное от аббревиатуры «ЗОЖ» слово «ЗОЖники/зожники» используется преимущественно в негативных контекстах и в онлайн-коммуникации, и в СМИ:

- Компанию из 20 оголтелых зожников-любителей, не каждый выдержит (fantadiop.vrn. Телеведущая, лайфстайл блог [24.12.2020]);
- Без сахара Без молока коровы И даже без яиц 🤔💡 Мечта всех ~~чсканутых~~ ЗОЖников 😏 Точных пропорций как всегда нет 🤖 (Яна. Рецепты. Контент-Съемка [22.01.2019]).

Поскольку в обсуждениях ЗОЖ люди разделились на два лагеря, неудивительно, что в бытовом сегменте дискурс ЗОЖ стал объектом многочисленных шуток и мемов, распространяющихся преимущественно в интернете. Известно, что юмор используется для отделения «своих» от «чужих» и последующего высмеивания «чужих», поэтому шутки про здоровый или нездоровый образ жизни часто используются для обозначения жизненной позиции по данному вопросу.

### *Юмор в дискурсе здорового образа жизни*

Чтобы понять, как функционирует юмор в дискурсе ЗОЖ, необходимо посмотреть, какой именно юмор используют участники коммуникации.

Существует целый ряд таксономий юмора, в основе которых лежат различные характеристики. Принято выделять агрессивный и неагрессивный юмор. В первом случае юмор создает коммуникативный дискомфорт, во втором случае все участники дискурса получают удовольствие от юмора [Encyclopedia of humor 2014]. Еще один вариант классификации – выделение различных стилей использования юмора: веселый (fun), доброжелательный (benevolent humor), нонсенс (nonsense), остроумие (wit), иронию (irony), сатиру / корректирующий юмор (satire/corrective humor), сарказм (sarcasm) и цинизм (cynicism) [Ruch et al. 2018]. Два из названных стиля – доброжелательный и корректирующий

юмор – связаны с понятиями добродетели и нравственности [Heintz 2018]. Их отличительной чертой является то, что они направлены на выявление таких несоответствий в окружающем мире, которые сами по себе не являются смешными. Примером несоответствий являются человеческие слабости (вредные привычки), которые принято противопоставлять здоровому образу жизни как социальной ценности. Представление этих несоответствий в виде шутки позволяет показать обнаруженное отклонение реальности от ожиданий или норм. Добродушный юмор не предполагает коррекции несоответствий, ограничиваясь указанием на них, в то время как корректирующий юмор своей целью имеет исправление ситуации, приведение реальности в соответствие с ожиданиями или нормами.

Далее речь пойдет преимущественно о добродушном юморе, который связан с темой (не)здорового образа жизни. Такой юмор сегодня существует в форме интернет-мемов – наиболее популярном жанре онлайн-коммуникации.

Термин «мем» был введен биологом Ричардом Докинзом для обозначения небольших, похожих на гены культурных единиц передачи информации, которые распространяются в обществе путем копирования или имитации [Dawkins 1976]. Интернет в большей степени, чем любое другое средство массовой информации, подходит для крупномасштабного распространения мемов [Кузнецов 2022; Семенова, Рубцова 2023]. Более того, благодаря цифровым технологиям люди могут легко создавать свои собственные версии любого мема. Тем самым пользователи становятся не только потребителями и распространителями юмора, но и его соавторами. По сути, любое крупное общественное событие сегодня вызывает поток интернет-мемов [Кузнецов 2022]. Реконфигурация контента и его публичный показ в пародиях, ремиксах и других производных форматах стали высокоценимой культурной практикой.

Мультимодальность и воспроизводимость – это два свойства мемов, которые позволяют компактно «упаковывать» имплицитные смыслы, связанные с социальными ценностями. Часто визуальная составляющая является константой либо отсылает нас к прецедентному явлению, например книге, фильму или историческому событию. В качестве примеров приведем пародию на плакат времен Гражданской войны «А ты записался добровольцем?» и кадры из фильмов «Собачье сердце» и «Доктор Зло и его команда» (рис. 2, 3, 4).



Рис. 2. Мем-пародия на плакат  
«А ты записался добровольцем?»



Рис. 3. Кадр из фильма  
«Собачье сердце»



Рис. 4. Кадр из фильма  
«Доктор Зло и его команда»

Как показывает собранный корпус примеров, затрагивая тему здорового (или скорее, наоборот, нездорового) образа жизни, пользователи социальных сетей прибегают преимущественно к добродушному юмору, обозначая проблему, но не стремясь исправить существующее положение дел. Приведем несколько примеров (рис. 5, 6):



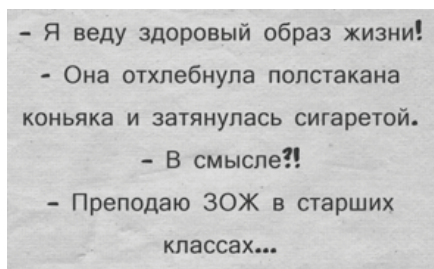


Рис. 5. «Преподаю ЗОЖ в старших классах»

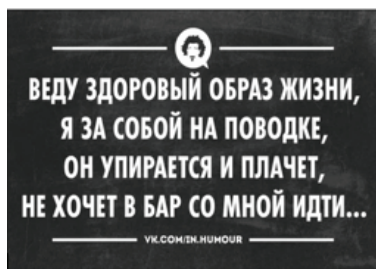


Рис. 6. «Веду здоровый образ жизни...»

В этих примерах юмористический эффект основан на антанаклизе: варианты конструкций, в которых употребляется глагол *вести* в своих различных значениях (вести здоровый образ жизни vs вести предмет в школе vs вести кого-то на поводке), активируют в памяти читателя несколько несовместимых между собой значений, связанных с разными видами деятельности, благодаря чему возникает бисоциация.

Бисоциация, или мысленная ассоциация референта с двумя отдельными областями, которые обычно рассматриваются как несвязанные, является ключевым понятием в теории юмора Артура Кестлера в его книге «Акт творения» [Koestler 1964]. Эта работа является попыткой встроить многозначные единицы, включая юмор и образную речь, в более широкую теорию креативности.

Согласно Кестлеру, к фундаментальным формам креативности относятся юмор, открытие и искусство. Все эти явления основаны на бисоциации, т. е. специфической концептуальной двуплановости любого творческого акта. В случае юмора двуплановость возникает в результате комического столкновения или колебания между двумя системами отсчета, кодами или ассоциативными контекстами; в случае научного открытия возникает объективная аналогия; а в случае искусства создается образ. Приведет ли бисоциация к шутке, решению логической задачи или научному открытию, оригинальной метафоре, подтексту или трагическому переживанию, зависит от специфики ситуации, информации, которая хранится в памяти адресата, личного эмоционального состояния и имеющейся системы ценностей.

Главным достижением исследования Кестлера является сама идея бисоциации: по сути, это объяснение той универсальной роли, которую проекции между различными областями опыта играют в человеческом мышлении и коммуникации. Бисоциация



как способ творческого мышления и как механизм понимания сообщения, в котором активируется несколько несовместимых в обычной жизни смыслов, сопоставима с идеями, которые используются в современных теориях юмора, например в общей теории вербального юмора В. Раскина [Raskin 1985], семантических скачках или смещении фреймов Ш. Коулсон [Coulson 2001].

Бисоциация – один из основных механизмов создания юмора в интернет-мемах, посвященных (не)здоровому образу жизни. Благодаря одновременной активации различных значений слов здоровый образ жизни как социальная ценность становится мишенью юмора и подменяется его антиподом – нездоровым образом жизни. Так, на рис. 7 в тексте одновременно активируются значения омофонов *здоровый* и *здорово*, на рис. 8 слово *представлять* употребляется в значениях «*подумать*, *представить в своем воображении*» и «*знать о чем-либо, быть знакомым с чем-либо*», а на рис. 9 сталкиваются прямое и переносное значения конструкции *for good* – *навсегда* и *за все хорошее*:

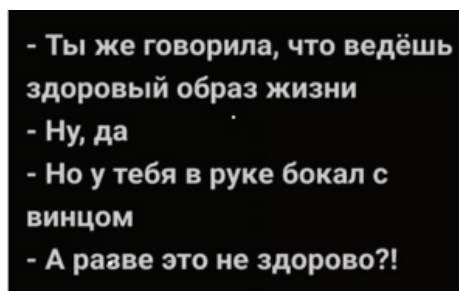


Рис. 7. «Разве это не здорово?»

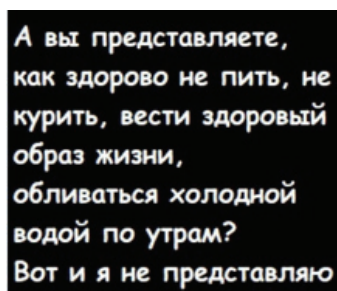


Рис. 8. «Вот и я не представляю»



Рис. 9. Кадр из фильма «Доктор Зло и его команда»

Будучи мишенью для юмора, здоровый образ жизни может быть представлен как то, что мешает хорошо жить. В таких мемах юмористический эффект основан на логическом противоречии: нездоровый образ жизни представлен как такое положение вещей, которое доставляет удовольствие. Юмористический эффект порождается благодаря противоречию нашего знания о том, «как правильно», тому, что есть на самом деле (рис. 10, 11).

**ПЕРЕЙДИТЕ С МЯСА НА ОВОЩИ, ОТКАЖИТЕСЬ ОТ АЛКОГОЛЯ, ПЕРЕСТАНЬТЕ ЕСТЬ ПОСЛЕ ШЕСТИ ВЕЧЕРА, И ЗА ДВЕ НЕДЕЛИ ВЫ ПОТЕРЯЕТЕ ЧЕТЫРНАДЦАТЬ ХОРОШИХ ДНЕЙ ЖИЗНИ**

Рис. 10. «Перейдите с мяса на овощи»

**РЕШИЛА ПЕРЕЙТИ НА ЗДОРОВОЕ ПИТАНИЕ. ЧИСТИЛА МАНДАРИНКУ, А СОК КАК БРЫЗНЕТ МНЕ В ГЛАЗ! КОЛБАСА БЫ ТАКОГО НИКОГДА НЕ СДЕЛАЛА...**

Рис. 11. «Колбаса бы такого никогда не сделала...»

Противостояние здоровому образу жизни связано, во-первых, с популярностью вредных привычек, которые являются частью повседневной жизни (например, употребление алкоголя), а во-вторых – с противостоянием официальной пропаганде, хотя она и направлена на продвижение социальной ценности. Поэтому пользователи либо комментируют пропаганду, либо создают тексты, являющиеся пародией на привычные призывы (рис. 12, 13):

**ВСЕГО ЛИШЬ 26 ЛИТРОВ ПИВА  
ДОСТАТОЧНО ЧЕЛОВЕКУ ДЛЯ ПОКРЫТИЯ  
ДНЕВНОЙ ПОТРЕБНОСТИ В КАЛЬЦИИ.  
ЗДОРОВОЕ ПИТАНИЕ – ЭТО ТАК ПРОСТО.**

Рис. 12. «Здоровое питание – это так просто»

**ГОСУДАРСТВО ХОЧЕТ,  
ЧТОБЫ МОЛОДЁЖЬ ВЕЛА  
ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ  
ЛИТР СОКА – 70 РУБЛЕЙ  
ЛИТР ПИВА – 50 РУБЛЕЙ  
У МЕНЯ ВСЁ.**

Рис. 13. «У меня всё»

Интернет-мемы, посвященные нездоровому образу жизни, как правило, затрагивают две темы: питание и вредные привычки, причем зачастую эти две темы пересекаются (рис. 14):



Прекрасный, а главное  
 работающий рецепт для борьбы  
 с осенней хандрой: взять 1  
 банан, 100 граммов шпината и 80  
 граммов капусты...  
 Выкинуть всё это нафиг!..  
 И открыть бутылку вина. )))

Рис. 14. «Прекрасный рецепт»

Пристрастие к алкоголю наиболее часто становится темой юмористических комментариев, причем эта привычка не критикуется, а поддерживается пользователями сетей с помощью доброжелательного юмора (рис. 15).

It's funny how 8 glasses of  
 water a day seems impossible,



but 8 glasses of wine can  
 be done in one meal.

Рис. 15. «Странно, что кажется невозможным  
 выпить 8 стаканов воды в день, а вот 8 стаканов вина  
 можно выпить за один прием пищи»

Невозможность достижения идеала, например, формирования привычек здорового образа жизни также становится мишенью юмористических мемов, которые оправдывают тех, кто не хочет придерживаться здорового образа жизни (рис. 16, 17).

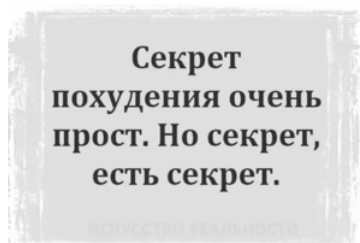


Рис. 16. «Секрет и есть секрет»

– У тебя есть мечта?  
– Есть.  
– Какая?  
– Хочу похудеть.  
– Так похудей!  
– А как потом жить без мечты?

Рис. 17. «Как жить без мечты?»

Количество шуток, посвященных нездоровому образу жизни, резко возросло во время эпидемии коронавируса. Юмор стал естественной реакцией на резкое изменение образа жизни в условиях карантина. Распространение анекдотов и мемов, в которых затрагиваются темы употребления алкоголя или избыточного веса, позволяло снимать психологическое напряжение и одновременно объединяло людей в период самоизоляции (рис. 18, 19):

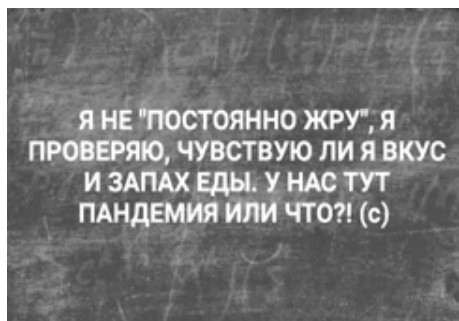


Рис. 18. «У нас тут пандемия или что?»



Рис. 19. «Алкоголь не спасает от коронавируса»

Отметим, что юмористический компонент дискурса ЗОЖ в виде интернет-мемов существует во многих культурах. Универсальной характеристикой такого юмора является то, что в мемах ценность ЗОЖ подвергается сомнению и оправдываются человеческие слабости. Самой популярной темой является употребление алкоголя (рис. 20).



*Рис. 20. «Ни одна веселая история не начинается со стакана молока»*

Представленные в данной работе мемы демонстрируют тенденцию к оспариванию социальной значимости здорового образа жизни, к его делегитимизации и параллельному детабуированию всего, что касается его противоположности – нездорового образа жизни.

## *Выводы*

Интернет – основной контекст существования мемов, который позволяет не только распространять, но и трансформировать мемы в соответствии с текущей ситуацией. Анализ стратегий, используемых в институциональном и в бытовом дискурсах образа жизни, позволяет говорить о том, что в определенном смысле бытовой дискурс ЗОЖ противостоит институциональному, поскольку ценность ЗОЖ, пропагандируемая государством, в шутках и мемах

подвергается сомнению. Юмор становится не только оправданием распространенных вредных привычек, но в определенной степени и ответной реакцией на активную пропаганду привычек, связанных со здоровым образом жизни.

Шутки, посвященные (не)здоровому образу жизни, основаны на столкновении нормы и анти-нормы. Юмористический модус «отключает» другие эмоции и «отменяет» правильное морально-этическое отношение к нездоровому образу жизни и вредным привычкам.

Юмор используется как инструмент девальвации социальной ценности и одновременно оправдание человеческой слабости. Зачастую ироничное отношение к ЗОЖ выражается в шутках и мемах, в которых речь идет о чрезмерном употреблении пищи, пристрастии к алкоголю как о способах достижения счастья. Нездоровый образ жизни оправдывается трудностями современной жизни (стресс, пандемия и др.), а ЗОЖ представляется как нечто, не способствующее счастливой жизни, как отказ от привычных удовольствий и способов отдыха.

### *Литература*

---

- Кузнецов 2022 – *Кузнецов И.С.* Мемы: Научный взгляд на феномен поп-культуры, захвативший мир. М.: Эксмо, 2022. 208 с.
- Семенова, Рубцова 2023 – *Семенова Н.В., Рубцова А.В.* «Суету навести охота!»: от мема к речевой практике // *Русская речь*. 2023. № 6. С. 52–62.
- Coulson 2001 – *Coulson S.* Semantic leaps. Frame-shifting and conceptual blending in meaning construction. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. XIII, 304 p.
- Dawkins 1976 – *Dawkins R.* The selfish gene. Oxford: Oxford University Press, 1976. 352 p.
- Encyclopedia of humor 2014 – *Encyclopedia of humor studies* / ed. by S. Attardo. Los Angeles; L.: SAGE, 2014. 986 p.
- Heinz 2018 – *Heinz S. et al.* Psychometric comparisons of benevolent and corrective humor across 22 countries. The virtue gap in humor goes international // *Frontiers in Psychology*. 2018. Vol. 9. P. 1–19. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00092>.
- Koestler 1964 – *Koestler A.* The act of creation. L.: Hutchinson & Co., 1964. 751 p.
- Raskin 1985 – *Raskin V.* Semantic mechanisms of humor. Dordrecht: D. Riedel, 1985. 284 p.
- Ruch et al. 2018 – *Ruch W., Heinz S., Platt T., Wagner L., Proyer R.* Broadening humor. Comic styles differentially tap into temperament, character, and ability // *Frontiers in Psychology*. 2018. Vol. 9. P. 1–18. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00006>.

## References

---

- Attardo, S., ed. (2014), *Encyclopedia of humor studies*, SAGE, Los Angeles, USA, London, UK.
- Coulson, S. (2001), *Semantic leaps. Frame-shifting and conceptual blending in meaning construction*, Cambridge University Press, Cambridge, UK.
- Dawkins, R. (1976), *The selfish gene*, Oxford University Press, Oxford, UK.
- Heintz, S. et al. (2018), "Psychometric comparisons of benevolent and corrective humor across 22 countries. The virtue gap in humor goes international", *Frontiers in Psychology*, vol. 9, pp. 1–19, DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00092>.
- Koestler, A. (1964), *The act of creation*, Hutchinson & Co, London, UK.
- Kuznetsov, I.S. (2022), *Memy: Nauchnyi vzglyad na fenomen pop-kultury, zakhvativshii mir* [Memes. A scientific approach to the pop culture phenomenon which has conquered the world], Eksmo, Moscow, Russia.
- Raskin, V. (1985), *Semantic mechanisms of humor*, D. Riedel, Dordrecht, Netherlands.
- Ruch, W., Heintz, S., Platt, T., Wagner, L. and Proyer, R. (2018), "Broadening humor. Comic styles differentially tap into temperament, character, and ability", *Frontiers in Psychology*, 2018, vol. 9, pp. 1–18, DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00006>.
- Semenova, N.V., Rubtsova A.V. (2023), "‘Suetu navesti okhota!’ (I want to make a fuss): from the meme to everyday speech", *Russkaya rech’*, no. 6, pp. 52–62.

## Информация об авторе

Ксения М. Шилихина, доктор филологических наук, Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия; 394018, Россия, Воронеж, Университетская пл., д. 1; [shilikhina@rgph.vsu.ru](mailto:shilikhina@rgph.vsu.ru)

## Information about the author

Ksenia I. Shilikhina, Dr. of Sci. (Philology), Voronezh State University, Voronezh, Russia; 1, Universitetskaya Sq., Voronezh, Russia, 394018; [shilikhina@rgph.vsu.ru](mailto:shilikhina@rgph.vsu.ru)