

Научная статья

УДК 811.111'373.7

5.9.8. Теоретическая, прикладная и срав-

<https://doi.org/10.17021/2712-9519-2026-1-107-115>

нительно-сопоставительная лингвистика

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С ЗООНИМИЧЕСКИМ КОМПОНЕНТОМ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ И ЭКОНОМИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Игорь Владимирович Чекулай¹, Ольга Николаевна Прохорова², Владимир Сергеевич Пугач³, Наталья Александровна Лазарева⁴

^{1,2,3,4}Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия

¹chekulai@bsu.edu.ru

²olgitsa2010@yandex.ru

³pugach@bsuedu.ru

⁴nata.lazareva@mail.ru

Аннотация. В рамках настоящей статьи рассматривается функционирование фразеологических единиц с компонентом *зооним* в политическом и экономическом медиадискурсе. Актуальность заключается в том, что фразеология дает возможность наилучшим способом исследовать особенности менталитета и образа мышления англоязычного мира, что, в свою очередь, обеспечивает продуктивный диалог культур и взаимопонимание между народами и нациями. Фразеологизмы с компонентом *зооним* исследуются с точки зрения дискурсивного подхода в условиях повышенного интереса к исследованию внутреннего мира человека на современном этапе развития языкознания. Употребление фразеологических единиц с компонентом *зооним* изучается на примере медиадискурса политической и экономической направленности.

Ключевые слова: discourse, political discourse, economic discourse, phraseological unit, zoonim

Для цитирования: Чекулай И.В., Прохорова О.Н., Пугач В.С., Лазарева Н.А. Функционирование фразеологизмов с зоонимическим компонентом в англоязычном политическом и экономическом медиадискурсе// Лингвистика и образование. 2026. – Том 6. – №1. – С. 107-115. <https://doi.org/10.17021/2712-9519-2026-1-107-115>

Original article

THE FUNCTIONING OF PHRASEOLOGICAL UNITS WITH THE ZOONYM COMPONENT IN THE ENGLISH MEDIA DISCOURSE OF POLITICAL AND ECONOMIC FOCUS

Igor V. Chekulay¹, Olga N. Prokhorova², Vladimir S. Pugach³, Nataliy A. Lazareva⁴

^{1,2,3,4}Belgorod state national research university, Belgorod, Russia

¹chekulai@bsu.edu.ru

²olgitsa2010@yandex.ru

³pugach@bsuedu.ru

⁴nata.lazareva@mail.ru

Abstract. This article deals with the functioning of phraseological units with the component zoonim in political and economic media discourse. The relevance lies in the fact that phraseology provides the best way to study the peculiarities of mentality and way of thinking of the English-

speaking world, which, in turn, provides a productive dialog of cultures and mutual understanding between peoples and nations. The phraseological phrases with the component zoonim are studied from the point of view of discursive approach, in the conditions of increased interest in the study of the inner human world at the present stage of development of linguistics. The use of phraseological units with the component zoonim is studied on the example of media discourse of political and economic orientation.

Keywords: COVID satire, black humor, stand-up comedy, «pandemic» discourse, provocative humor

For citation: Chekulay I.V., Prokhorova O.N., Pugach V.S., Lazareva N.A The functioning of phraseological units with the zoonym component in the english media discourse of political and economic focus, *Linguistics & education*, 2026. – Vol. 6. – No. 1. – Pp. 107-115. <https://doi.org/10.17021/2712-9519-2026-1-107-115>

Фразеологические единицы рассматриваются через призму этимологического анализа с точки зрения сохраняющегося в них культурного смыслового опыта. Человек в языковой картине мира постоянно сравнивает себя с окружающими его реалиями, в том числе, с животными.

Во фразеологическом значении номинаций животных есть оценочная коннотация, то есть одобрительная или неодобрительная оценка, заключенная в значении фразеологизма.

Зоонимы – это особый пласт словарного состава языка. Лингвисты отмечают, что перенос наименований животных на человека и объекты реального мира представляет собой универсальный способ выражения оценочных значений.

Эта идея заложена в научных трудах А.В. Кунина, Л.П. Смита и продолжена в работах современных лингвистов, таких как Е.К. Луконина, Г.С. Григорьева, Ф.А. Литвин, Т.В. Новикова и др. Анализ зоонимов в составе фразеологизмов позволяет проследить становление когнитивного опыта человека, получить информацию о культуре того или иного этноса, познакомиться с особенностями восприятия и понимания человеком окружающего его мира.

Многие исследователи отмечают, что зоонимы, подвергаясь метафорическому переносу, представляют собой богатый источник для образных выражений во многих языках мира, становятся частотным компонентом фразеологических единиц, обладающими национально-культурной спецификой. Зоонимы, в том числе и в составе фразеологизмов, используются для характеристики внешности человека, его трудовой деятельности, межличностных отношений эмоциональной и интеллектуальной сфер, речемыслительной деятельности и т.д. Основу зооморфной лексики образуют объективные или субъективные качества животных, которые приписывает им народ, в свою очередь во фразеологизмах качества животного накладываются на образ человека.

Компоненты-зоонимы включают в себя наименования животных, наиболее тесно связанных с человеком в процессе его культурно-исторического развития. При том, что в разных языках может наблюдаться определенная общность в отсылке к тем или иным животным, каждая культура формирует свой набор подобных единиц, закрепляя за ними определенные характеристики.

Фразеологические единицы с компонентом-зоонимом обладают основными категориальными признаками фразеологических единиц: целостным переносным смыслом, воспроизводимостью, образностью и экспрессивностью.

Проведенное исследование показало, что семантика фразеологических единиц с компонентом-зоонимом в большинстве случаев отражает национальную специфику восприятия действительности языковыми сообществами. Алломорфизм фразеологических единиц выражается в том, что образы, лежащие в основе номинации фразеологизмов, как правило, связаны с особенностями мировосприятия народа, его обычаев, традиций и верований, то есть являются специфическими.

Животные жили бок о бок с людьми на протяжении долгого времени. Этот компонент является жизненно важным для любого этноса и любой культуры. Поэтому неудивительно то, что люди наделяли животных рядом черт, свойственных им самим.

На сегодняшний день большинство сфер жизнедеятельности человека тесно связано с животными. Это сельское хозяйство, спорт, наука, промышленность.

Говоря об использовании фразеологических единиц с компонентом *зооним* в политическом и экономическом дискурсе, следует определить, что мы понимаем под этим термином.

В современных исследованиях дискурса, в том числе экономического и политического не существует однозначного определения. С точки зрения лингвистики исследователи рассматривают дискурс в отношении к родственным понятиям текст, речь, монолог, диалог, противопоставляя дискурс тексту, отделяя его как процесс речемыслительной деятельности от текста как результата или продукта [5, с. 50]. С точки зрения теории коммуникации, дискурс понимается как сочетание лингвистического компонента (текста) и экстралингвистического компонента (контекста) [1, с. 136] и как интерактивный способ речевого взаимодействия в противопоставление тексту как монологическому высказыванию. В понимании Т. Ван Дейка дискурс – сложное коммуникативное явление, включающее, кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста. [3, с. 8]. М. Л. Макаров называет дискурс родовой категорией по отношению к понятиям речь, текст, диалог [8, с. 89]. По мнению В.З. Демьянкова «дискурсом называют текст в его становлении перед мысленным взором интерпретатора». Он считает, что дискурс состоит из предложений или их фрагментов, а содержание дискурса концентрируется вокруг «опорного» концепта, в то время как содержание отдельных предложений – компонентов дискурса – называется пропозициями; эти пропозиции связаны между собой логическими отношениями [4, с. 116]. Дискурс, согласно определению Н. Д. Арутюновой, понимаемый как текст в совокупности с экстралингвистическими факторами, как речь, «погруженная в жизнь», допускает множество измерений [1, с. 136 – 137].

Многосторонний подход к определению понятия дискурса позволяет выделить различные виды дискурса. Различают дискурс устный и письменный,

монологический и диалогический, дискурс объекта и дискурс субъекта. С позиции социолингвистики специалисты говорят о дискурсе персональном (личностноориентированном) и институциональном, последний из которых, по мнению В. И. Карасика, подразделяется на педагогический, религиозный, научный, политический и медицинский [7, с. 194]. Выделяются также интердискурс (или общий дискурс), в котором осуществляются связи между разного рода дискурсами, и специальные (частные) дискурсы.

Существуют два полярных подхода к трактовке термина политический дискурс – узкий и широкий. При узком подходе в качестве источников рассматриваются лишь тексты, созданные политиками и используемые в политической коммуникации. В рамках широкого подхода рассматриваются любые тексты, имеющие отношение к политическим проблемам [2], поскольку мы изучаем вопросы языка и коммуникации (в том числе и политической) с точки зрения «погруженности в нее» [1, с. 136]. Это значит, что нас интересует не только что было сообщено адресату, но и то, какую «картину» он получил в результате данного сообщения. Говоря о политическом дискурсе в рамках полевого подхода, исследователи различают также институциональный политический дискурс, для исследования которого изучают тексты, созданные политиками, и масс-медийный, объединяющий тексты, распространяемые посредством средств массовой информации [2]. По мнению А. П. Чудинова, в содержание политического дискурса входят «все присутствующие в сознании говорящего и слушающего (пишущего и читающего) компоненты, способные влиять на порождение и восприятие речи: другие тексты, содержание которых учитывается автором и адресатом данного текста, политические взгляды автора и его задачи при создании текста, политическая ситуация, в которой создается и «живет» данный текст, репутация издания, в котором он опубликован» [9]. Отграничивая политический от остальных видов дискурса, Е. И. Шейгал понимает его как политическую коммуникацию в широком смысле, а корпус знаков, составляющих семиотическое пространство политического дискурса языком политики [10, с. 30-34].

Что касается дискурса экономической направленности, то вслед за Т.А. Евтушиной и Н.А. Ковальской под экономическим дискурсом мы будем понимать «совокупность речевых актов в сфере экономики, а также созданные профессионалами, неспециалистами и журналистами устные и письменные тексты или их фрагменты, которые отображают реалии экономического мира» [6, с. 44]. Основными целями экономического дискурса являются освещение событий в экономической жизни общества, информирование реципиента о состоянии экономики, создание экономических теорий, исследование направлений развития экономики, а также уровня жизни населения и формирование определенного отношения к различным изменениям в экономике региона либо страны и побуждение реципиента к определенным действиям [6, с. 44].

В фокусе нашего внимания находятся особенности употребления фразеологизмов с зоонимическим компонентом в политическом и экономическом медиадискурсе. Наш научный интерес объясняется широкой распространенно-

стью данного языкового явления, которое, как мы уже отмечали, легко объяснимо с точки зрения общечеловеческого опыта. В каждой культуре различным представителям животного мира присвоены определенные характеристики, и эти характеристики способствуют построению ассоциативных связей, которые в свою очередь помогают получить эмоциональный отклик аудитории, тем самым направив ход мысли в нужном направлении. Поскольку целью любого политического сообщения является получение власти, убеждение аудитории, внушение «правильных» действий и оценок, мы рассматриваем фразеологическую единицу с компонентом *зооним* как одно из средств ее достижения. Фразеологизмы с компонентом *зооним* помогают интерпретировать окружающий мир, однако ее умелое использование может как внести ясность, так и заставить нас видеть мир так, так от нас того хотят, затуманивая разум.

Следует отметить, что в англоязычном политическом и экономическом медиадискурсе зоонимы, входящие в состав фразеологических единиц, обладают разной степенью фразеологической активности. Согласно данному факту, мы выделили пять групп фразеологической активности.

1. Очень низкая степень активности. Зоонимы этой группы входят в состав лишь 1-2 фразеологических единиц: *a crocodile, a tiger, a deer, a swine, a pony, a goat, a mule, a hound, a leopard, a kitten, a hyena*.

2. Низкая степень активности. Зоонимы этой группы входят в состав 3-6 фразеологических единиц: *a calf, a rat, a camel, a rabbit, a donkey, an ox, an elephant, a mutton, a lamb*.

3. Средняя степень активности. Зоонимы такой фразеологической активности входят в состав 7-10 фразеологических единиц: *a bear, a mouse, a bull, a monkey, a lion, a hare*.

4. Высокая степень активности. Зоонимы данной группы входят в состав 11-19 фразеологических единиц: *an ass, a wolf, a bat, a sheep, a cow, a pig, a fox*.

5. Очень высокая степень активности. Зоонимы с такой фразеологической активностью входят в состав 20 и более фразеологических единиц: *a cat, a horse, a dog*.

Рассмотрим примеры употребления фразеологизмов с компонентом *зооним* в политическом и экономическом медиадискурсе.

1. The big question is how much of a **cash cow** government-targeted products such as Starshield are, according to Brad Grady, research director at consulting firm Northern Sky Research. “Starlink economics are hard to predict,” Grady said. He added that providing satellite connectivity for governments and the military is “a growing opportunity” and is expected to be worth more than \$90bn over the next decade [11].

«По словам Брэда Грейди, директора по исследованиям консалтинговой компании Northern Sky Research, ключевой вопрос состоит в том, в какой мере ориентированные на государственный сектор продукты, такие как Starshield, могут рассматриваться как стабильный источник высокой прибыли. “Экономику Starlink трудно прогнозировать”, – отметил исследователь. Он также подчеркнул, что предоставление спутниковой связи государственным структурам и

военным является растущим направлением, объем которого в течение следующего десятилетия, как ожидается, превысит 90 млрд долларов».

В приведенном контексте фразеологизм **cash cow** реализует оценочно-интерпретационный потенциал зоонимической единицы в экономическом и политическом медиадискурсе. В экономическом аспекте данная фразеологическая единица обозначает стабильный и высокодоходный источник прибыли, позволяя компактно охарактеризовать перспективность правительственно ориентированных продуктов компании. Образная основа выражения восходит к представлению о дойной корове как о ресурсе, систематически приносящем материальную выгоду, вследствие чего сложные экономические процессы получают наглядную и доступную для массовой аудитории форму репрезентации. Вместе с тем в политическом медиадискурсе употребление **cash cow** приобретает дополнительную прагматическую нагрузку, поскольку соотносится с тематикой государственного заказа, военного финансирования и взаимодействия частного бизнеса с государственными институтами. В результате данный фразеологизм не только характеризует объект как прибыльный, но и формирует у адресата определенное представление о политико-экономической значимости соответствующего сегмента деятельности

2. About two years after winning South Korea's presidency, Yoon Suk Yeol is already looking like a lame duck [12].

«Спустя примерно два года после победы на президентских выборах в Южной Корее Юн Сок Ёль уже выглядит как “хромая утка”».

3. The 'lame duck' problem means a leader working their notice is unlikely to make big strategic decisions [13].

«Проблема “хромой утки” означает, что руководитель, отработывающий срок до ухода, вряд ли будет принимать крупные стратегические решения».

Приведенные примеры показывают, что фразеологизм **lame duck** в политическом и экономическом медиадискурсе служит средством обозначения субъекта, который при формальном сохранении статуса утрачивает полноту реального влияния и способность к принятию значимых решений. Его функционирование в разных типах медиадискурса свидетельствует о семантической устойчивости данной единицы и ее высокой способности адаптироваться к различным коммуникативным сферам при сохранении выраженного оценочно-интерпретационного потенциала

4. See the municipal revenue base shrink in real terms. Add to this poor revenue collection systems in local government, and a toxic combination that deepens the structural financial challenges in the sector is emboldened. The result is a **chicken-and-egg** dilemma. Local government needs to sustain service delivery and make the necessary investments in infrastructure to support growth [14].

«Доходная база муниципалитетов сокращается. В сочетании с неэффективными системами сбора доходов на уровне местного самоуправления это формирует неблагоприятную ситуацию, усугубляющую структурные финансовые проблемы сектора. В результате возникает дилемма по типу «что было раньше — курица или яйцо»: для поддержания роста органам местного само-

управления необходимо сохранять уровень предоставления услуг и инвестировать в инфраструктуру, однако ограниченность финансовых ресурсов затрудняет решение этих задач».

Из приведенного примера можно сделать вывод, что фразеологизм **chicken-and-egg dilemma** в экономическом медиадискурсе используется для репрезентации ситуаций структурной взаимозависимости, в которых причина и следствие не поддаются однозначному разграничению. Его употребление позволяет представить сложные финансово-экономические процессы в компактной, образной и доступной форме, усиливая интерпретационный потенциал медиатекста и акцентируя системный характер описываемой проблемы.

Данные примеры иллюстрируют, что фразеологизм с компонентом зоонимом используется с целью приписать людям определенные признаки, имеющие оценочную характеристику. Мы видим, что оценка во фразеологической единице с компонентом зоонимом практически всегда носит ярко выраженный отрицательный характер. В основе использования данных единиц лежит уподобление политиков животным, живущим по законам сурового мира природы. Их поведение сродни поведению управляемых животными инстинктами зверей, участвующих в борьбе за выживание. Причем, как и в природе есть как потребители, так и рабочие лошадки.

Таким образом, подводя итог вышесказанному, следует отметить, что фразеологические единицы с компонентом зоонимом играют важную роль в политических текстах, поскольку в значительной мере способствуют формированию представления о политическом устройстве государства, его лидерах. Их изучение на примере конкретного языка и национальной культуры способствует пониманию проблем и политической реалий других государств. Такие фразеологизмы не просто передают информацию, а преобразуют ее в картину мира, оказывая эмоциональное воздействие и помогая понять систему языка политики и особенности мышления народа, равно как и сделать выводы о закономерностях их функционирования и способах практического воздействия в процессе политической коммуникации в целом.

© Чекулай И.В., Прохорова О.Н., Пугач В.С., Лазарева Н.А., 2026

Список источников

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990.
2. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Современная политическая лингвистика [Электронный ресурс]. – Екатеринбург, 2006. – URL: <http://www.philology.ru/linguistics1/budaev-chudinov06a.htm>
3. ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. – Б.: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.
4. Демьянков В.З. Интерпретация политического дискурса в СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учебное пособие / отв. ред. М.Н. Володина. – М.: Изд-во МГУ им. М.В. Ломоносова, 2003. – С. 116-133.
5. Демьянков В.З. Текст и дискурс как термины и как слова обывденного языка // Язык. Личность. Текст: сб. ст. к 70-летию Т.М. Николаевой / Ин-т славяноведения РАН; отв. ред. В.Н. Топоров. – М.: Языки славянских культур, 2005. – С. 34-55.

6. Евтушина Т.А., Ковальская Н.А. Экономический дискурс как объект лингвистического исследования // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – № 6 (335). – С. 42-46.
7. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
8. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
9. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации [Электронный ресурс]. – Екатеринбург, 2003. – 248 с. – URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/chudinov-03a.htm>
10. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: дис. ... д-ра филол. наук. – Волгоград, 2000. – 432 с.
11. Duffy K. Elon Musk's government satellite network Starshield will help pump money into cash-strapped Starlink, experts say [Электронный ресурс] // Business Insider. – 2022. – 30 Dec. – URL: <https://www.businessinsider.com/elon-musk-spacex-starshield-government-satellite-pump-money-starlink-experts-2022-12>
12. Kim S., Choi S.-h. Big Loss Turns Pro-Business Yoon Into Lame Duck in South Korea [Электронный ресурс] // Bloomberg. – 2024. – 11 Apr. – URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2024-04-11/big-loss-turns-pro-business-yoon-into-lame-duck-in-south-korea>
13. Lucas L. How to say goodbye to the chief executive, UK style [Электронный ресурс] // Financial Times. – 2026. – 18 Jan. – URL: <https://www.ft.com/content/0ee5a313-6570-485d-ad3b-a742eb050722>
14. Pillay S. If municipalities work, then SA Inc will work [Электронный ресурс] // Mail & Guardian. – 2022. – 22 Feb. – URL: <https://mg.co.za/thought-leader/opinion/2022-02-22-if-municipalities-work-then-sa-inc-will-work/>

References

1. Arutyunova N.D. Diskurs // Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar' [Discourse // Linguistic encyclopedia]. Moscow: Sovetskaya entsiklopediya, 1990.
2. Budaev E.V., Chudinov A.P. Sovremennaya politicheskaya lingvistika [Modern political linguistics]. Yekaterinburg, 2006. Available at: <http://www.philology.ru/linguistics1/budaev-chudinov06a.htm>
3. van Deyk T.A. Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya [Language. Cognition. Communication]. Barnaul: BGK im. I.A. Boduena de Kurtene, 2000. – 308 p.
4. Demyankov V.Z. Interpretatsiya politicheskogo diskursa v SMI [Interpretation of political discourse in the media]. In: Yazyk SMI kak ob'yekt mezhdistsiplinarnogo issledovaniya: uchebnoe posobie [The language of mass media as an object of interdisciplinary research: textbook]. Moscow: MGU Publishing House, 2003. – Pp. 116-133.
5. Demyankov V.Z. Tekst i diskurs kak terminy i kak slova obydenного yazyka [Text and discourse as terms and as words of everyday language]. In: Yazyk. Lichnost'. Tekst: sbornik statey k 70-letiyu T.M. Nikolaevoy [Language. Personality. Text: collection of articles dedicated to the 70th anniversary of T.M. Nikolaeva]. Moscow: Yazyki slavyanskikh kul'tur, 2005. – Pp. 34-55.
6. Evtushina T.A., Kovalskaya N.A. Ekonomicheskii diskurs kak ob'yekt lingvisticheskogo issledovaniya [Economic discourse as an object of linguistic research]. Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of the Chelyabinsk State University], 2014. – No. 6 (335). – Pp. 42-46.
7. Karasik V.I. Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs [The linguistic circle: personality, concepts, discourse]. Volgograd: Peremena, 2002. – 477 p.
8. Makarov M.L. Osnovy teorii diskursa [Fundamentals of the theory of discourse]. Moscow: ITDГK "Gnozis", 2003. – 280 p.
9. Chudinov A.P. Metaforicheskaya mozaika v sovremennoy politicheskoy kommunikatsii [Metaphorical mosaic in modern political communication]. Yekaterinburg, 2003. – 248 p. Available at: <http://www.philology.ru/linguistics2/chudinov-03a.htm>

10. Sheigal E.I. Semiotika politicheskogo diskursa: dissertatsiya doktora filologicheskikh nauk [Semiotics of political discourse: Doctoral dissertation]. Volgograd, 2000. – 432 p.
11. Duffy K. Elon Musk’s government satellite network Starshield will help pump money into cash-strapped Starlink, experts say [Электронный ресурс] // Business Insider. – 2022. – 30 Dec. – URL: <https://www.businessinsider.com/elon-musk-spacex-starshield-government-satellite-pump-money-starlink-experts-2022-12>
12. Kim S., Choi S.-h. Big Loss Turns Pro-Business Yoon Into Lame Duck in South Korea [Электронный ресурс] // Bloomberg. – 2024. – 11 Apr. – URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2024-04-11/big-loss-turns-pro-business-yoon-into-lame-duck-in-south-korea>
13. Lucas L. How to say goodbye to the chief executive, UK style [Электронный ресурс] // Financial Times. – 2026. – 18 Jan. – URL: <https://www.ft.com/content/0ee5a313-6570-485d-ad3b-a742eb050722>
- Pillay S. If municipalities work, then SA Inc will work [Электронный ресурс] // Mail & Guardian. – 2022. – 22 Feb. – URL: <https://mg.co.za/thought-leader/opinion/2022-02-22-if-municipalities-work-then-sa-inc-will-work/>

Чекулай Игорь Владимирович	доктор филологических наук, профессор, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия chekulai@bsu.edu.ru
Chekulai Igor Vladimirovich	doctor of philology, professor, Belgorod state national research university, Belgorod, Russia chekulai@bsu.edu.ru
Прохорова Ольга Николаевна	доктор филологических наук, профессор, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия olgitsa2010@yandex.ru
Prokhorova Olga Nikolaevna	doctor of philology, professor, Belgorod state national research university, Belgorod, Russia olgitsa2010@yandex.ru
Пугач Владимир Сергеевич	кандидат филологических наук, доцент, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия pugach@bsuedu.ru
Pugach Vladimir Sergeevich	candidate of philology, Associate Professor, Belgorod state national research university, Belgorod, Russia pugach@bsuedu.ru
Лазарева Наталья Александровна	аспирант кафедры английской филологии и межкультурной коммуникации, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия nata.lazareva@mail.ru
Lazareva Natalya Aleksandrovna	postgraduate student of the department of English philology and intercultural communication, Belgorod state national research university, Belgorod, Russia nata.lazareva@mail.ru