

## ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ НОСИТЕЛЕЙ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА (на материале англоязычного сайта знакомств “InterPals”)

А.Г. Раджабова, О.В. Гергель

**Аннотация.** В статье предлагается описание результатов эксперимента, направленного на выявление гендерных различий самопрезентации носителей английского языка. В рамках исследования поставленной проблемы автор обращается к лингвостилистическому анализу текста, рассматривает процесс создания впечатления о себе мужчин и женщин посредством анкет в интернет-пространстве, анализирует различные эмоционально-оценочные и стилистические единицы, встречающиеся в текстах респондентов. Разработка этой темы представляется актуальной, поскольку навык самопрезентации, необходимый для позиционирования себя в обществе, является частью одной из ключевых компетенций носителя языка — коммуникативной. В статье впервые предпринимается попытка исследования самопрезентации на базе анкет для сайта знакомств, созданных не в рамках научного эксперимента, а потому ярко отражающих целевые установки респондентов. На основе выявленных лингвостилистических различий самопрезентации ставится вопрос о выработке методических рекомендаций для преподавания английского языка как неродного с учетом гендерно-дифференцированного подхода к формированию вторичной языковой личности обучающихся.

**Ключевые слова:** гендер, самопрезентация, языковая личность, лингвостилистика, коммуникативная компетенция.

**Для цитирования:** Раджабова А.Г., Гергель О.В. Гендерные различия самопрезентации носителей английского языка (на материале англоязычного сайта знакомств “InterPals”) // Преподаватель XXI век. 2021. № 2. Часть 2. С. 386–394. DOI: 10.31862/2073-9613-2021-2-386-394

386

### GENDER DIFFERENCES IN SELF-PRESENTATION OF NATIVE ENGLISH SPEAKERS

(Based on the Material of the English-language Dating Site “Interpals”)

A.G. Radjabova, O.V. Gergel

**Abstract.** The article offers a description of the results of an experiment aimed at identifying gender differences in the self-presentation of native English speakers. As part of the study of the problem posed, the author turns to the linguo-stylistic analysis of the text, studies the process of creating an impression of men and women about

© Раджабова А.Г., Гергель О.В., 2021



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License  
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

*themselves through questionnaires in the Internet space, analyzes various emotional-evaluative and stylistic units found in the respondents' texts. The development of this topic seems to be relevant, since the skill of self-presentation, which is necessary for positioning oneself in society, is part of one of the key competencies of a native speaker — communicative. For the first time, the article attempts to study self-presentation based on questionnaires for a dating site, created not within the framework of a scientific experiment, but therefore clearly reflecting the target attitudes of the respondents. On the basis of the identified linguo-stylistic differences in self-presentation, the question is raised about the development of methodological recommendations for teaching English as a non-native language, considering a gender-differentiated approach to the formation of the secondary linguistic personality of students.*

**Keywords:** *gender, self-presentation, linguistic personality, linguistic stylistics, communicative competence.*

**Cite as:** Radjabova A.G., Gergel O.V. Gender Differences in Self-presentation of Native English Speakers (Based on the Material of the English-language Dating site "InterPals"). *Prepodavatel XXI vek. Russian Journal of Education*, 2021, No. 2, part 2, pp. 386–394. DOI: 10.31862/2073-9613-2021-2-386-394

**В** современном мире технологического прогресса довольно популярным является практика онлайн-коммуникации. Люди, находясь в этом новом пространстве, испытывают потребность в создании положительного впечатления о себе и трансляции наиболее значимой, по их мнению, информации. Самопрезентацию Ж. Тедеш и М. Риесс характеризуют как «намеренное и осознаваемое поведение, направленное на создание определенного впечатления о себе у окружающих» [1, с. 38]. Так, самопрезентация становится общераспространенным явлением и привлекает внимание исследователей.

Наравне с технологическим прогрессом возрастает роль женщины в современном мире, и становится актуальным исследование гендерных различий самопрезентации языковой личности. Так, О. Еспенсер и Ф. Маутнер в начале 30-х годов XX-го века в своих исследованиях брали за основу идею превосходства «мужского» языка над «женским». В ходе описания мужской и женской языковой компетентности сформировалась концепция дефицитности «женского» языка по

отношению к «мужскому». Нормой признавался «мужской» язык, а отклонением от нормы — «женский» [2, с. 2]. Однако современная социо-политическая ситуация требует пересмотра устаревших подходов к изучению языковой личности.

Под языковой личностью, вслед за Ю.Н. Карауловым, мы понимаем «личность, выраженную в языке (текстах) и через язык, реконструированную в основных своих чертах на базе языковых средств» [3, с. 38].

С.Г. Воркачев включает в термин «языковая личность» следующие дефиниции: 1) любой носитель того или иного языка, охарактеризованный на основе анализа произведенных им текстов с точки зрения использования в этих текстах системных средств данного языка для отражения видения им окружающей действительности (картины мира) и для достижения определенных целей в этом мире; 2) наименование комплексного способа описания языковой способности индивида, соединяющего системное представление языка с функциональным анализом текстов [4, с. 671].

Для исследования гендерных различий сампрезентации носителей английского языка в своей статье мы обращаемся к лингвостилистическому анализу текста. Лингвостилистикой считается раздел языкознания, «изучающий: 1) различные стили (стили языка, стили речи, жанровые стили, стили писателей и т. д.); 2) экспрессивные, эмоциональные, оценочные свойства языковых единиц как в парадигматическом (в системе языка), так и в синтагматическом плане (в плане их использования в различных сферах общения)» [5, с. 128]. В свою очередь, термином «гендер» в психологии и сексологии обозначают в широком смысле «любые психологические или поведенческие свойства, ассоциирующиеся с маскулинностью и фемининностью и предположительно отличающие мужчин от женщин (раньше их называли половыми свойствами или различиями)» [6, с. 57].

Разработка этой темы представляется актуальной, поскольку навык сампрезентации, необходимый для позиционирования себя в обществе, является частью одной из ключевых компетенций носителя языка — коммуникативной. Под коммуникативной компетенцией, вслед за К. Ф. Седовым, мы понимаем «умение строить эффективную речевую деятельность и эффективное речевое поведение, которые соответствуют нормам социального взаимодействия, присущим конкретному этносу» [7, с. 23]. Результаты данного исследования можно использовать в преподавании английского языка как неродного.

Таким образом, мы будем рассматривать процесс создания впечатления о себе мужчин и женщин посредством анкет в интернет-пространстве. Мы проанализируем различные эмоционально-оценочные и стилистические единицы, встречающиеся в текстах респондентов, что

позволит наиболее отчетливо отследить гендерные различия.

В 2020 году мы обратились к англоязычному сайту знакомств «InterPals» и методом сплошной выборки отобрали 154 анкеты носителей английского языка, из которых 77 — представители мужского пола и 77 женского. Перед отбором были установлены ограничители вывода анкет: люди, проживающие в странах с государственным английским языком (Великобритания, США, Канада и др.); указавшие английский язык как родной. Респонденты заполняли анкеты без ограничения по времени, в свободной форме и с возможностью использования классификационной части.

Условия размещения анкеты на сайте включают в себя указание основных сведений: имени и возраста, поэтому у всех респондентов данная информация была обозначена. Женский пол в качестве номинативных единиц использовал следующие нейтральные лексемы (от общего числа респондентов): student (11,68%), person (9,09%), human (1,29%), child (1,29%), native (местная) — 1,29%. Обозначали свою гендерную принадлежность словами girl (5,19%), mom (2,59%), woman (1,29%), transgender (1,29%). Были и те, кто посчитал важным указать свою сексуальную ориентацию: bisexual (3,89%), straight (1,29%), “asexual and demisexual” (1,29%). Часть респондентов (12,98%) указали свою профессию/род деятельности в качестве идентификатора.

Среди номинативных единиц, которые можно отнести к нейтральным, среди мужского пола встретились следующие: person (6,49%), student (2,59%), individual (1,29%), human (1,29%), man (1,29%), retired (1,29%). Свою гендерную принадлежность обозначали следующими идентификаторами: guy (9,09%), male (1,29%), gentleman (1,29%), “husband and dad”

(1,29%). Среди указаний на сексуальную ориентацию среди мужчин встретилось только слово *straight* (2,59% респондентов). Указывали свою профессию/род деятельности 19,48% пользователей сайта.

Таким образом, помимо основных номинативных единиц — имен, указанных в обязательной к заполнению части анкеты, большое количество носителей английского языка прибегло к использованию других самоидентификаторов, из которых нейтральные единицы составляют небольшую часть.

В результате исследования мы выяснили, что носители английского языка для создания образности и выразительности речи часто используют стилистические фигуры:

1) умолчание:

ж — 29,87%: “Ask if you wish...till then here are some of my favorite authors”; “People say they feel like they are in a horror movie when I play it but hey...” etc.

м — 18,18%: “If everything goes as expected, that is...” etc.

2) парцелляцию:

ж — 24,67%: “Food and then...music, chilling music [...]”; “Love to make great friends here...to share our life with each other...” etc.

м — 14,28%: “I like... cars... motorbikes... lots more”; “I just love swimming. I. Love. It” etc.

3) инверсию:

ж — 10,39%: “With English conversation and writing I can totally be at help!” etc.

м — 6,49%: “Because of my work I constantly sitting on the computer”; “While working I listen to a lot of music” etc.

4) анафору:

ж — 10,39%: “Sometimes the world is in fire, sometimes in ice...”; “Do not message for a relationship please. Do message about dragons!” etc.

м — 10,39%: “You no longer see those you love, you no longer see those who love

you”; “People who don’t take themselves too serious, people who have a good view of life” etc.

5) риторический вопрос:

ж — 10,38%: “Oh, did I mention I like dragons”; “Oh man...where do I start” etc.

м — 12,98%: “What else do I like or dislike”; “[...] but then, who isn’t, right” etc.

6) бессоюzie:

ж — 9,09%: “Favorite TV Shows: all of the ncis shows, criminal minds, flash, Gotham”; “Punk, blues, soul, oldies” etc.

7) антитезу:

ж — 6,49%: “People die but real life is forever” etc.

м — 5,19%: “Godly living in ungodly times” etc.

8) многосоюзие:

ж — 5,19%: “I also love reading and writing and anything fantasy” etc.

м — 1,29%: “When I have ideas and designs and money in place”.

9) градацию:

ж — 2,6%: “Sadly almost all the couples call themselves lovers, in love, married” etc.

м — 5,19%: “Not looking for a romance, relationship, or offer of marriage though...” etc.

10) анадиплосис:

ж — 2,59%: “All I loved, I loved alone” etc.

м — 3,89%: “It might just be productive to write everything here...here are my two main points” etc.

11) эпифору:

ж — 2,59%: “I really wanna learn those two languages and learn more about their culture. But I welcome any language and culture” etc.

м — 1,29%: “Hobbies have constantly changed throughout my life, just like everything that happens in life”.

Также в их речи часто встречались тропы:

1) метафора:

ж — 29,87%: “Beauty is a light in the heart”; “The roots of beauty are love and kindness”, “I bring the sunshine” etc.

м — 22,07%: “The only time I ever read a lot is when I end up going down rabbit hole of Wikipedia articles”; “In the mountains of truth you will never climb in vain” etc.

2) фразеологизм:

ж — 9,09%: “I’m an open book” etc.

м — 10,39%: “Let’s face it” etc.

3) сравнение:

ж — 6,49%: “A people without the knowledge of their past history, origin and culture is like a tree without roots” etc.

м — 2,59%): “A man is like a fraction whose numerator is what he is [...]” etc.

4) гипербол:

ж — 6,49%: “a ton of anime”; “dangerous sense of humor”; “a list of books would be a mile long” etc.

м — 2,59%: “deadly serious”; “a ton of fun” etc.

5) эпитет:

ж — 7,79%: “deep conversation” etc.

м — 2,59%: “deep conversation” etc.

6) олицетворение:

ж — 3,89%: “The truth will set you free”; “This message box is waiting for you” etc.

На наш взгляд, такое широкое использование средств художественной выразительности может свидетельствовать о том, что носители английского языка активно используют стилистические возможности не только с целью придать образность речи, но и оказать воздействие на реципиента, т. е. используют прагматический потенциал образных средств языка.

Интересным показалось использование широкого спектра фразовых глаголов у обоих исследуемых полов, однако в этом отношении женщины превосходили мужчин не только количеством использованных единиц, но и частотой их употребления в тексте. Так, в речи представительниц женского пола встречалось до семи фразовых глаголов, а у мужчин, в свою очередь, до трех.

53,24% представительниц слабого пола использовали в своей речи 39 фразовых глаголов: to get married, to be interested in, to grow up, to hang out, to get out, to get dumped, to get along, to look into, to get through, to look for, to be fond of, to be into (something), to figure out, to get out, to take care, to get offended, to be sucker for, to look (someone) up, to stand out, to try out, to burn to, to put up, to go into, to narrow down, to toss out, to open up, to get over, to be keen on, to find out, to be fed up, to move on, to push into, to put in, to look for, to be up for, to hit up, to give up, to be fond of, to run out. Подавляющее большинство фразовых глаголов встретилось в текстах девушек неоднократно.

У 45,45% мужчин встретились такие фразовые глаголы, как to call out, to pick up, to hit up, to wake up, to be interested in, to be up for, to get up, to stand out, to give up, to hit off, to hang out, to pick up, to hold up, to put on, to seek out, to find out, to get out, to catch up, to work out, to save up, to move on, to get on, to be keen on, to fall out, to get along, to grow up, to look for, to make out, to find out, to get into, to keep up, to look for, to go on, come on. Большая часть из 34 фразовых глаголов, использованных представителями сильного пола, встретилась единожды.

Для логической связи предложений носители языка обширно использовали вводные слова. У 54,55% женщин встретилось 27 разных вводных слов и конструкций: I guess, probably, usually, although, maybe, also, anyway, however, basically, sadly, hopefully, sure, perhaps, most of all, after all, as for now, would rather, honestly, clearly, actually, I think, sometimes, seriously, mostly, I suppose, therefore, at least. В то же время у 53,25% мужского пола встретилось 16 вводных слов и конструкций: also, however, perhaps, anyway, otherwise,

maybe, eventually, I guess, sometimes, hopefully, probably, therefore, although, of course, mostly, honestly.

Можно сделать вывод, что словарный запас представительниц женского пола обширнее и имеет больше синонимических вариантов одной лексической единицы, но частота употребления вводных слов и конструкций у обоих полов при этом сравнительно одинакова.

Для изложения своей мысли носители английского языка широко использовали в своей речи разные типы предложений.

Женщины:

– ССП (союзы: and, so, but, or, however, while, neither...nor...) 81,81%;

– СПП (союзы: than, if, whether, as, who, that, because, where, before, which, although, though, unless, when, as...as, what, whereas, as long as, even though, since) 80,51%;

– БСП 76,62%, простые предложения 2,59%.

Мужчины:

– ССП (союзы: and, or, but, either...or, nor, as well as, neither...nor...) 84,41%;

– СПП (союзы: if, as...as, when, as, which, who, what, that, because, than, while, unless, whether...or, since, until, till, although, though, where, before, since, whether) 79,22%;

– БСП 59,74%, простые предложения 1,29%.

Предложения большинства респондентов также были осложнены однородными членами (ж — 76,62%, м — 63,63%). Были и такие респонденты, которые позволяли себе опущение подлежащего в предложении, когда действующее лицо было очевидным (ж — 40,25%, м — 46,75%). Вдобавок многие использовали в своей речи сокращение слов (ж — 16,88%, м — 28,57%). Отметим тот факт, что носители английского языка стремятся к лаконичности, опуская имя существительное или

сокращая его, но при этом отдают предпочтение сложным предложениям. Спектр используемых союзов при этом у обоих полов различается незначительно.

Тексты, в которых встречались сленговые выражения и неформальные способы передачи мысли, встретились примерно в том же количестве, как и тексты, свободные от элементов разговорного стиля речи. Тяготели к использованию нейтральной и общеупотребительной лексики 51,95% женщин и 58,45% мужчин. В то же время лексические единицы, выходящие за рамки литературной нормы, и знаки эмодзи использовали 48,05% женщин и 41,55% мужчин.

48,05% женщин использовали в своей речи такие жаргонные единицы, как hey, ya (you), gotta, uh, wifey, que, bae, haha, oh, yup, soooo, lol, wannna, kinda, nough (anough), “y’all” (you all), tryna (trying to), boobs, sucks, grad (graduated), whatnot (чем только не занимаюсь), idk (I don’t know), yeah, luv (love), hah, pics (pictures), anddd, ps, eh, hiii, cause, loveeee, thus (those), ey, tbh (to be honest), yay, ok, coz. 46,75% представительниц женского пола использовали знаки эмодзи.

31,16% мужчин использовали в своей речи mooooooood, lol, coz, oh, nah, ya, kiddos (kids), hiya, aw, tbh (to be honest), tho (though), pls, hey, wanna, “how r u”, kinda, uhmm, hurrah, esp (especially), ur (your), y’know, loooove, rrrrrrr, haha, huzzah, lil’, comfy, pps, wanna, “poopy rap rap”, prob (probably), ppl (people), yrs (years), ahhh, welp (well), freakish. 31,16% мужчин использовали знаки эмодзи.

Для заострения внимания на значимом слове респонденты прибегали к использованию прописных букв (ж — 33,76%, м — 16,88%), курсива (ж — 3,89%, м — 3,89%), полужирного шрифта (ж — 7,79%, м — 1,29%). Можно сделать вывод, что для носителей языка является

важным сопровождение текстовой передачи мыслей эмоционально-экспрессивными знаками.

Привлекает внимание тот факт, что для придания эмоциональной окраски своим текстам респонденты обоих полов обращались к использованию нецензурной лексики. Удивительным показалось, что женщин, использовавших такое экспрессивное средство, почти в три раза больше, чем мужчин (ж — 20,77%, м — 7,79%). Стоит обратить внимание на такое размытие представлений о нормах языка для дальнейшей выработки методических рекомендаций по изучению культуры речи.

Анализируя интервью, мы обратили внимание на то, что респонденты не считали информацию о своих внешних данных значимой. Немногие описали свои параметры: фигуру (ж — 1,29%), рост (ж — 2,59%, м — 6,49%), вес (м — 3,89%), цвет глаз (м — 2,59%), цвет волос (м — 2,59%). При этом 5,19% женщин и 9,09% мужчин обозначили свой тип личности по классификации Майерс-Бриггс.

7,79% женщин и 12,99% мужчин продублировали свое интервью на другом изучаемом языке (языках) в полном объеме или частично. Были и те, кто оставил контактную информацию других социальных сетей (ж — 6,49%, м — 10,38%). Это можно объяснить стремлением расширить круг потенциальных собеседников.

Анализируя интервью, мы обратили внимание на тот факт, что мужчины и женщины связывают свою настоящую и будущую жизнь с разными видами деятельности, говоря о них в позитивном ключе: hiking, camping, fishing (ж — 10,38%, м — 22,07%); sport, gym, fitness (ж — 27,27%, м — 53,24%); traveling (ж — 22,07%, м — 46,75%); cars, motorbikes (ж — 3,89%, м — 9,09%); gaming (ж — 29,87%, м — 24,67%); techniques

(ж — 7,79%, м — 37,66%); rock and punk music (ж — 12,98%, м — 25,97%); cooking (ж — 22,07%, м — 14,28%); family, friends, pets (ж — 44,15%, м — 19,48%); laziness, sleeping (ж — 9,09%, м — 14,28%); art (ж — 37,66%, м — 9,09%); clothes, design, fashion (ж — 11,68%).

Мы проанализировали речевое поведение носителей английского языка и выяснили, что в самопрезентации респондентов отчетливо проявляются маскулинность и фемининность. Так, изучив 154 анкеты, размещенных на сайте знакомств «InterPals», мы пришли к выводу, что в процессе самоидентификации подавляющее большинство респондентов (независимо от пола) использовали маркеры гендера, ориентации, профессии, лишь малая часть прибегла к нейтральным лексемам. При этом к характеристике собственной внешности прибегло незначительное количество респондентов.

Составители анкет активно использовали стилистические возможности английского языка для суггестивного эффекта. Для изложения своей мысли носители английского языка широко использовали в своей речи разные типы предложений, при этом использование союзов разнилось незначительно. Различие в количестве употреблений разговорных и просторечных элементов незначительно. Однако женщины в три раза чаще использовали обсценную и инвективную лексику.

Маскулинность и феминность, в свою очередь, ярко проявились в использовании фразовых глаголов: так, в речи представительниц женского пола встретилось до семи фразовых глаголов, а у мужчин, в свою очередь, до трех; при этом фразовые глаголы женщины использовали неоднократно, тогда как мужчины единожды. В «женских» текстах также встретилось больше вводных

слов и конструкций, что свидетельствует о большом количестве синонимических вариантов одной лексической единицы в лексиконе женщин.

Для формирования полнофункциональной вторичной языковой личности обучающихся педагогам необходимо уделить внимание английским лексемам, входящим в активный словарный запас

носителей языка. Важным представляется внедрение в речь школьников частотных фразовых глаголов, союзов, вводных слов, сложных предложений и осложненных конструкций. При этом стоит обратить внимание на гендерно-дифференцированный подход к формированию вторичной языковой личности обучающихся.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Семенова, Л.Н. Технология самопрезентации: учебно-методический комплекс / под ред. К.В. Киуру. Челябинск: Из-во ЮУрГУ, 2005. 54 с.
2. Чельшева, А.А. Женское и мужское языковое поведение: проблемы и перспективы лингвистического исследования. URL: <http://elib.sfu-kras.ru/bitstream/handle/2311/6706/s027-001.pdf?sequence=1> (дата обращения: 15.01.2021).
3. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность. Изд. 7-е. М.: Изд-во ЛКИ, 2010. 264 с.
4. Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева. М.: Флинта: Наука, 2003. 840 с.
5. Азимов, Э.Г., Шукин, А.Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М.: Изд-во ИКАР, 2009. 448 с.
6. Кон, И.С. Сексология / Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2004. 384 с.
7. Седов, К.Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции. М.: Лабиринт, 2004. 317 с.

### REFERENCES

1. Semjonova L.N. *Tehnologija samoprezentacii: uchebno-metodicheskij kompleks* [Self-Presentation Technology: Educational and Methodological Complex], ed. by K.V. Kiuru. Cheljabinsk: Izdatelstvo Juzhno-Uralskogo gosudarstvennogo universiteta, 2005, 54 p. (in Russ.)
2. Chelysheva A.A. *Zhenskoe i muzhskoe jazykovoe povedenie: problemy i perspektivy lingvisticheskogo issledovanija* [Female and Male Language Behavior: Problems and Prospects of Linguistic Research]. Available at: <http://elib.sfu-kras.ru/bitstream/handle/2311/6706/s027-001.pdf?sequence=1> (accessed: 15.01.2021). (in Russ.)
3. Karaulov Ju.N. *Russkij jazyk i jazykovaja lichnost* [Russian Language and Linguistic Personality]. Moscow, Izdatelstvo LKI, 2010, 264 p. (in Russ.)
4. *Kultura russkoj rechi: enciklopedicheskij slovar-spravochnik* [The Culture of Russian Speech: an Encyclopedic Dictionary-reference Book], ed. by L.Ju. Ivanova, A.P. Skovorodnikova, E.N. Shirjaeva. Moscow, Flinta, Nauka, 2003, 840 p. (in Russ.)
5. Azimov Je.G., Shhukin A.N. *Novyj slovar metodicheskikh terminov i ponjatij (teorija i praktika obuchenija jazykam)* [New Dictionary of Methodological Terms and Concepts (Theory and Practice of Language Teaching)]. Moscow, Izdatelstvo IKAR, 2009, 448 p. (in Russ.)

6. Kon I.S. *Seksologija* [Sexology] / Uchebnoe posobie dlja studenov vysshikh uchebnykh zavedenij [Textbook for Students of Higher Education Institutions]. Moscow, Izdatelskij centr "Akademija", 2004, 384 p. (in Russ.)
  7. Sedov K.F. *Diskurs i lichnost: evoljucija kommunikativnoj kompetencii* [Discourse and Personality: the Evolution of Communicative Competence]. Moscow, Labirint, 2004, 317 p. (in Russ.)
- 

**Раджабова Айшат Гусеновна**, магистрант, Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы, aishat.2011.2011@mail.ru

**Aishat G. Radjabova**, Master's Degree Student, M. Akmulla Bashkir State Pedagogical University, aishat.2011.2011@mail.ru

**Гергель Ольга Викторовна**, кандидат филологических наук, доцент, кафедра английского языка, Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы, gergel.olga@bk.ru

**Olga V. Gergel**, PhD in Philology, Associate Professor, English Language Department, M. Akmulla Bashkir State Pedagogical University, gergel.olga@bk.ru

*Статья поступила в редакцию 21.02.2021. Принята к публикации 16.03.2021*

*The paper was submitted 21.02.2021. Accepted for publication 16.03.2021*