

Дискурс, дискурсивные практики и текст: векторы исследования/ Discourse,
Discursive Practices and Text: Vectors of Research

Научная статья

УДК 8; 811.11-112

<https://doi.org/10.51955/2312-1327-2026-3-248>

**Репрезентация народных промыслов в немецкоязычном рекламном
дискурсе: дихотомия «свой/чужой» (на материале немецких и русских
культуронимов)**

Раиса Ивановна Бабаева,
Ивановский государственный университет
Иваново, Россия*

*Асият Александровна Филатова,
Ивановский государственный университет
Иваново, Россия*

Аннотация. В статье исследуется репрезентация культурного кода в контексте дихотомии «свой/чужой» на материале немецких и русских народных промыслов в немецкоязычном рекламном дискурсе. Актуальность работы обусловлена необходимостью понимания формирования культурной идентичности и преодоления стереотипов в восприятии «чужого» в условиях глобализации. Выделяются и описываются характерные особенности языковых средств, используемых для описания «своих» и «чужих» промыслов, сопоставляются способы репрезентации немецких и русских народных промыслов (НП), выделяются общие, универсальные черты, а также отличительные, дополнительные параметры, присущие конкретному этносу. Результаты проведенного анализа позволяют сделать вывод, что НП являются частью культурного кода этноса, репрезентация «ремесленного» культурного кода происходит на основе лексики тематической группы НП, анализ использования лексики НП позволяет заметить, что вербальная презентация своих и чужих НП в немецкоязычном рекламном дискурсе служит средством определения границы этнической идентификации.

Ключевые слова: безэквивалентная лексика; дихотомия «свой/чужой»; идионим; ксеноним; культурный код; народные промыслы; национально-культурная семантика; ономастическая лексика; русизм; эндоним; языковая картина мира.

Для цитирования:

Бабаева, Р. И. Репрезентация народных промыслов в немецкоязычном рекламном дискурсе: дихотомия «свой/чужой» (на материале немецких и русских культуронимов) / Р. И. Бабаева, А. А. Филатова // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. – 2026. – Том 13. – № 03. – С. 248-266. – <https://doi.org/10.51955/2312-1327-2026-3-248>

Вклад авторов в работу:

Р. И. Бабаева – формулирование замысла и идеи исследования; уточнение задач исследования; проектирование методологии исследования; оценка предложенных методов и материалов для исследования; валидация результатов; сбор и интерпретация дополнительных данных, поиск и анализ актуальной литературы; представление результатов для дальнейшего обсуждения; критический анализ черновика рукописи; внесение замечаний, дополнений и исправлений; научное руководство.

* Ответственный автор за связь с редакцией

А. А. Филатова – формулирование целей и задач исследования; выбор материалов, методов сбора и анализа данных; формальный анализ; сбор и интерпретация данных; поиск и анализ литературы; представление результатов для дальнейшего обсуждения; написание черновика рукописи; визуализация результатов исследования и полученных данных.

Р. И. Бабаева является членом редакционного совета журнала «Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык» с 2021 г., но не имеет никакого отношения к решению опубликовать эту статью. Статья прошла принятую в журнале процедуру двойного слепого рецензирования.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Original research article

Representation of folk crafts in German-language advertising discourse: the “self/other” dichotomy (based on German and Russian culturonyms)

*Raisa I. Babaeva** ,
Ivanovo State University
Ivanovo, Russia*

*Asiat A. Filatova,
Ivanovo State University
Ivanovo, Russia*

Abstract. This paper examines the representation of the cultural code within the context of the “Self/Other” dichotomy, focusing on German and Russian folk crafts as depicted in German-language advertising discourse. The significance of the study is resulting from the need to understand the formation of cultural identity and to overcome stereotypes regarding the “Other” in the context of globalization. The paper identifies and describes the linguistic features used to characterize “native” and “foreign” crafts, compares the modes of representing German and Russian folk crafts, and highlights both shared, universal traits and distinctive, specific parameters inherent to each ethnic group. The results of the analysis lead to the conclusion that folk crafts represent a part of the cultural code of any ethnic group; the “craft-based” cultural code is represented through the vocabulary of this thematic group, and the analysis of its usage reveals that the verbal presentation of one’s own and others’ folk crafts in German-language advertising discourse serves as a means of defining the boundaries of ethnic identity.

Keywords: non-equivalent vocabulary; “self/other” dichotomy; idionym; xenonym; cultural code; folk crafts; national-cultural semantics; onomastic vocabulary; Russianism; endonym; linguistic worldview.

To cite this article:

Babaeva, R. I., Filatova, A. A. (2026). Representation of folk crafts in German-language advertising discourse: the “self/other” dichotomy (based on German and Russian culturonyms). *Crede Experto: transport, society, education, language*, vol. 13, no. 3, pp. 248-266 DOI: <https://doi.org/10.51955/2312-1327-2026-3-248> (in Russ.).

Authors’ Contributions:

Raisa I. Babaeva: formulation of the research concept and idea; clarification of the research objectives; design of research methodology; evaluation of proposed methods and materials for

** Corresponding author

research; validation; collection and interpretation of additional data; search and analysis of relevant literature; presentation of results for further discussion; critical analysis of the draft manuscript; making comments, additions and corrections; supervision.

Asiat A. Filatova: formulation of the research goals and aims; selection of materials, methods of data collection and analysis; formal analysis; data collection and interpretation; literature search and analysis; presentation of results for further discussion; writing – original draft; visualization of research results and obtained data.

Raisa I. Babaeva has been a member of the Editorial Board of the journal Crede Experto: Transport, Society, Education, Language since 2021 but was not involved in the decision to publish this article. The article underwent the journal's standard double-blind peer review process.

Conflict of Interest: The authors declare no conflict of interest.

Введение (Introduction)

Язык пронизывает все сферы деятельности человека, в семантике языковых единиц аккумулируются и передаются в сжатой форме коллективный опыт народа, его ценностные ориентиры и накопленные знания. Лексическое богатство языка – это ключ к материальным и духовным ценностям нации, отдельные компоненты значения могут хранить в себе культурно значимую информацию, которая не лежит на поверхности и может быть идентифицирована только в определенных дискурсивных условиях. Не случайно в современных лингвокультурологических исследованиях методологическую базу научного анализа составляют термины «культурный код», «культурный трансфер», «культуронимы», а вербальные единицы рассматриваются как репрезентанты культурного кода.

Многочисленные исследования политического и медийного типов дискурса свидетельствуют о том, что языки в современном мире глобальных трансформаций оказываются на невидимой передовой линии в битве за формирование картины мира у человека, с помощью вербальных средств может формироваться ментальная граница, разделяющая мир на своих и чужих.

Слова, в семантике которых содержится культурно значимая информация, могут вызывать разные ассоциации и эмоции у тех, для кого культура, на которую указывается в слове, является родной, и у тех, кто не идентифицирует себя с данной культурой. К лексическим единицам, обладающим прагматическим потенциалом за счет связи семантики с национальной культурой, можно отнести многие слова тематического поля «народные промыслы».

Материалы и методы (Materials and Methods)

На наш взгляд, изучение лексики тематического поля «народные промыслы» представляет особый интерес для современной лингвистики, поскольку именно в этом пласте лексики находит наиболее яркое отражение менталитет, культура, а также языковая картина мира этноса. Народные промыслы – это не только способ производства предметов быта, но и транслятор культурных кодов, передаваемых из поколения в поколение. Не случайно многие народные промыслы рассматриваются как сокровищницы уникальных знаний,

называются нематериальным наследием наций и включаются в специальные реестры (наследие ЮНЕСКО, национальные списки культурного наследия). В эпоху глобализации особенно остро встает проблема необходимости сохранения культурного наследия. Изучение данной лексики в рамках лингвокультурологического подхода, в том числе сопоставительный анализ слов «народных промыслов» как элементов немецкой и русской языковых картин мира позволит глубже понять специфику языковой номинации и особенности стратегий коммуникативного поведения, а также проследить, как народные промыслы становятся маркерами культурной идентичности в межкультурном взаимодействии.

Объектом проведенного нами исследования является лексика тематического поля «народные промыслы» (далее НП) в немецкоязычном рекламном дискурсе.

Предметом исследования выступают способы репрезентации русских и немецких НП в немецкоязычном рекламном дискурсе через призму дихотомии «свой/чужой».

Целью настоящей статьи является выявление и анализ особенностей репрезентации русских и немецких народных промыслов в немецкоязычном рекламном дискурсе в контексте оппозиции «свой-чужой», раскрытие механизмов формирования образа «своего» и «чужого» через элементы материальной культуры.

Материалом исследования послужили 50 текстов немецкоязычных рекламных интернет-статей, посвященных народным промыслам, информационных интернет-порталов, сайтов сувенирной продукции, а также материалы специализированных каталогов народных промыслов Германии и России.

В ходе работы применялись следующие методы: дискурс-анализ, сравнительно-сопоставительный метод, лингвокультурологический анализ, а также методы семантического и стилистического анализа.

Дискуссия (Discussion)

Тот факт, что в семантике многих лексических единиц содержится культурно значимая информация, которая транслируется в речи, отмечался многими отечественными и зарубежными лингвистами. Чаще всего в этом ракурсе рассматриваются образные устойчивые сочетания – фразеологизмы, поговорки. Например, М.Л. Ковшова называет фразеологизмы, прежде всего идиомы, культурно-языковыми знаками, так как культурная семантика «вплетается» в языковое значение этих единиц в виде коннотаций, при этом передача языкового значения сопровождается трансляцией культурных смыслов, закрепленных за этими знаками в национальной культуре. Предлагаемый исследователем лингвокультурологический анализ фразеологизмов осуществляется «на пересечении разных семиотических областей – языка, культуры, сознания», что позволяет установить культурно-маркированные константы этнической ментальности. При описании образных

устойчивых сочетаний в парадигме связи языка с культурой М.Л. Ковшова подчеркивает и значимость отдельных лексических единиц, называющих культурно-специфические реалии (например, самовар, лапти и т.п.) [Ковшова, 2024, с. 26].

Транслятором культуры может быть как эндогенная, так и экзогенная лексика, поэтому в отечественной лингвистике следует выделить три направления исследования вербальных средств в указанном ракурсе: изучение лексики, имеющей связи с «родной культурой», исследования слов, транслирующих смыслы «чужой» культуры, и рассмотрение слов с культурно-значимой информацией в ракурсе взаимодействия культур.

Национально-культурная семантика лексических единиц русского языка подробно изучается и описывается Е. М. Верещагиным и В.Г. Костомаровым. Как считают исследователи, семантика слова не исчерпывается одним лишь лексическим понятием. Несмотря на то, что лексическое понятие восходит к классифицирующей и номинативной функциям языка, ученые подчеркивают наличие в слове семантического компонента, который соответствует кумулятивной, накопительной функции. Назначение языка, по мнению авторов, – быть хранителем знаний. Они объясняют это тем, что вокруг каждого слова, особенно центрального, ключевого, складывается целый ореол всевозможных сведений. Исследователи вводят понятие «лексический фон», под которым подразумевается совокупность семантических долей, относящихся к слову. При этом встает вопрос об эквивалентности фонов слов, которые в разных языках могут не совпадать, а иногда и расходиться. По мнению исследователей, именно безэквивалентная лексика отражает специфику национальной культуры русского народа и является хранителем национально-культурной семантики [Верещагин и др., 1990, с. 42]. Для нашего исследования представляют особый интерес выявленные группы слов с культурно маркированными коннотациями. По мнению авторов, лексическим фоном обладает ономастическая лексика (антропонимы, зоонимы, топонимы). Имена могут встречаться в пословицах, поговорках, фразеологизмах, благодаря чему, по мысли исследователей, они становятся значимыми. Так, например, ряд личных русских имен получил репрезентативный, почти нарицательный смысл (Иван – символическое имя русского). Некоторые имена устойчиво соплагаются с героями, персонажами литературных произведений, ассоциируются с известными людьми, становятся кличками животных [Верещагин и др., 1990, с. 58]. Национально-культурную семантику содержат и топонимы. Они обладают яркими культурными компонентами и являются носителями страноведческой информации [Там же, с. 60].

Изучению лексики, транслирующей «чужую» культуру, посвящены работы Л.П. Крысина, автор отмечал, что «употребляясь в другом языке, такое слово, обозначая соответствующее понятие, как бы транслирует кусочек иной культуры, адресуя трансляцию людям, не являющимся носителями этой культуры» [Крысин, 2008, с. 36]. По мнению Л.П. Крысина, «экзотические слова не только называют реалии, не известные носителям заимствующего языка, –

они могут нести в своих значениях указание на определенную специфику культуры данного народа, особенности его обычаев, его менталитета» [Там же]. Исследователь заимствованной лексики выделяет несколько тематических групп слов, обладающих данной спецификой: названия одежды, названия жилищ, названия блюд и напитков. Кроме того, по мнению лингвиста, компонент значения, содержащий национально-культурную специфику обозначаемого, имеется и в словах, которые называют объекты, относящиеся к духовной культуре народов: названия музыкальных инструментов, названия танцев и вокальных произведений, названия национальных обычаев.

Подход отечественного языковеда В.В. Кабакчи и его учеников к культурно маркированной лексике отличается от рассмотренных выше научных исследований тем, что автор в рамках такого направления, как интерлингвокультурология, включает в фокус наблюдения сразу две культуры, он акцентирует внимание на том, с какой культурой – «своей» или «чужой» – ассоциируется лексическая единица. Языковед выделяет идиокультуронимы, соотносимые с «внутренней» национальной культурой – идионимы, и слова, относящиеся к «чужой» национальной культуре, – идиокультуронимы – ксенонимы [Кабакчи и др., 2012, с. 27]; «идионимы – исходные, «свои», наименования специфических элементов внутренних культур и ксенонимы – иноязычные, «чужие» идиокультуронимы, переводные варианты идионимов» [Кабакчи и др., 2021, с. 169]. В.В. Кабакчи рассматривал преимущественно функционирование идиокультуронимов в английском языке. Наряду с идиокультуронимами в группе культуронимов выделяются полионимы – слова, которые могут быть приложимы как к внутренней «своей» культуре, так и внешней «чужой» [Кабакчи и др., 2012, с. 24].

Интересные наблюдения о культурно-маркированной лексике немецкого языка представлены в публикациях Л.А. Нефедовой, Е.П. Воронко, Е.Н. Блохиной, которые уделяют внимание преимущественно отражению в семантике слова особенностей культур народов немецкоязычного ареала [Нефедова, 2018; Нефедова, 2021; Воронко и др., 2018; Блохина, 2025].

Особый интерес представляет изучение ксенонимов-русизмов в современном немецком языке, в семантике данных слов содержится культурно-маркированный компонент, закрепленный за специфическими элементами русской культуры [Филатова, 2015б, с. 91; Бабаева и др., 2026].

Рассмотрение идиокультуронимов требует учета категории «свой-чужой», которая относится к архетипическим категориям, так как человек издавна воспринимает мир как некий конгломерат, состоящий из понятных «своих» и пугающих неизвестностью «чужих» элементов, что находит отражение и в языке. Дихотомия «свой-чужой» характеризуется сегодня многообразием подходов и терминов, о чем свидетельствуют следующие формулировки из публикаций, посвященных данной теме: «чужесть как лингвокультурологическая категория», «категория инаковости в медиадискурсе», «инаковость с позиции философии и коммуникативной лингвистики» [Свинкина, 2016; Фадеева, 2025; Стоев Хънгов и др., 2021]. При

этом важным представляется замечание, что «границы между «своим» и «чужим» всегда были и остаются крайне подвижными. В аспекте пространственных кодов культуры «свое» и «чужое» мыслятся как совокупность концентрических кругов: в самом центре находится человек и его ближайшее родственное окружение, по мере удаления от центра, от мира «своих», возрастает степень «чужести» пространства» [Митягина и др., 2022]. Другое важное наблюдение состоит в том, что категория «чуждости» / «инаковости» базируется на сравнении «своего» и «чужого», они вместе создают единство, состоящее из двух оппозиций [Müller-Funk, 2016; Müller-Funk, 2025]. Чаще всего явление идентификации чего-либо как «чужого» рассматривается в социальном аспекте и проецируется на проблему адаптации мигрантов [Becker, 2018]. С нашей точки зрения, не менее интересным является масштабирование дихотомии «свой-чужой» на восприятие мира вещей, идентификация элементов культуры и быта как «своих» или «чужих» может быть показателем степени адаптации человека в то или иное сообщество. Язык в этом процессе является не только показателем ментальной «свой-чужой»-границы в мировидении человека, но и инструментом формирования этой границы.

В фокус внимания ученых, рассматривающих культурно-маркированную лексику, а также авторов публикаций о категории «свой-чужой» почти не попадают слова тематического поля НП. Представляется, что эти слова заслуживают отдельного рассмотрения, потому что в них аккумулирована информация, передающая опыт и знания этноса, они являются репрезентантами национального культурного кода. На основе понимания или непонимания коннотаций в значении этих слов происходит идентификация «своих» и «чужих» в ситуациях коммуникативного взаимодействия. Рассмотрение немецких слов тематического поля НП как носителей «своего» и «чужого» культурного кода до сих пор не было объектом специального изучения. Изучение контекстов употребления слов данной тематической группы позволяют выдвинуть гипотезу, что выявление этих различий может дать интересный материал для уточнения персуазивного потенциала данных слов в ситуациях рекламной коммуникации и позволит спрогнозировать на основе полученных данных потенциальные конфликтные зоны в межкультурном взаимодействии.

Результаты (Results)

В ходе проведённого нами ранее исследования лексических средств репрезентации русских НП в современном немецком языке было установлено, что все слова, имеющие в своей семантике компоненты, вызывающие ассоциации с народными промыслами, могут быть систематизированы и распределены по семи семантическим группам [Филатова, 2015a]. Обращение к описанию немецких народных промыслов в немецком языке показало, что данная систематизация может быть универсальной и может быть применима и к лексическим единицам тематической группы НП других языков, таким образом, универсальная модель описания НП включает следующие параметры:

1. Лексические единицы, обозначающие изделия НП;

2. Лексические единицы, обозначающие сырье, инструменты работы;
3. Лексические единицы, обозначающие вид НП;
4. Лексические единицы, обозначающие виды жанров, сюжетов, мотивов, приемов и стилей росписи предметов НП;
5. Лексические единицы, обозначающие действия, связанные с НП;
6. Лексические единицы, обозначающие место производства НП;
7. Лексические единицы, обозначающие мастера-изготовителя предметов НП.

На основе данной систематизации был проведен сравнительный анализ лексики, репрезентирующей немецкие и русские НП в немецкоязычном рекламном дискурсе (для исследования использовалось равное количество текстов о русских НП и о немецких НП).

Таблица 1 – Количественное соотношение слов тематического поля «Народные промыслы» в немецкоязычном рекламном дискурсе

Table 1 – The quantitative ratio of words in the thematic area “Folk crafts” in German-language advertising discourse

№ п/п	Категория лексической единицы	Немецкие НП	Русские НП
1.	Лексические единицы, обозначающие изделия НП (<i>Finifit-Arbeit, Lackminiatur, Matrjoschka, Kuckucksuhr, Nussknacker, Weihnachtsfigur, Faltenrockengel</i> и др.);	298	118
2.	Лексические единицы, обозначающие сырье, инструменты работы (<i>Blattgold, Eitempera-Farben, Pinsel, Farbstoff, Klöppelholz</i> и др.);	13	85
3.	Лексические единицы, обозначающие вид НП (<i>Dymkovo-Spielzeug, Gschel, Chochloma-Malerei, Lack-Miniaturmalerei aus Palech, Spitzerei aus Wologda, Erzgebirgische Holzkunst, Meißner Porzellan, Schnitzerei</i> и др.);	10	47
4.	Лексические единицы, обозначающие виды жанров, сюжетов, мотивов, приемов и стилей росписи предметов НП (<i>Palech-Stil, Fedoskino-Stil, Eitempera Technik, Oberflächentechnik, Stricktechnik, Werkstattdarstellungen</i> и др.);	46	43
5.	Лексические единицы, обозначающие действия, связанные с НП (<i>bemalen, drehkeln, fertigen, grundieren, lackieren, sticken, produzieren</i> и др.);	20	21
6.	Лексические единицы, обозначающие место производства НП (<i>Bogorodskoje, Chochloma, Cholui, Gorodez, Orenburg, Erzgebirge, Schwarzwald</i> и др.);	7	17
7.	Лексические единицы, обозначающие мастера изготовителя предметов НП (<i>Emailliekünstler, Handwerker, Hersteller, Keramiker, Maler, Meister, Klöpplerin, Strickerin</i> и др.).	5	14

Данные таблицы свидетельствуют о том, что «свои» и «чужие» НП в немецкоязычном дискурсе имеют разную репрезентацию, это может проявляться в количественных показателях. Количество номинаций немецких НП

значительно превосходит соответствующий показатель русских наименований НП, так как немцы чтут и хорошо знают свои народные промыслы, они считают эти технологии нематериальным национальным наследием (*das immaterielle Kulturerbe*). Русские НП известны немцам в ограниченном объеме, чаще всего это деревянные изделия (матрешки, ложки) и лаковая миниатюра. В то же время преобладание количества слов, раскрывающих характеристики изделия русского НП, говорит о том, что «чужие» русские НП для читателей немецких текстов являются экзотичными и требуют дополнительных пояснений и комментариев.

В ходе анализа были обнаружены некоторые качественные особенности, связанные с репрезентацией «своих» и «чужих» НП. Рассмотрим их на основе ключевых параметров универсальной модели описания НП. Выбор описываемых ниже категорий обусловлен тем, что в функционировании слов именно этих групп нагляднее всего проявляются различия двух языковых картин мира, русской и немецкой.

Мастер-изготовитель предметов НП

Примечательно, что соотношение лексических единиц, обозначающих мастера-изготовителя предметов русских и немецких НП в исследуемых текстах, значительно отличается. Для репрезентации русских НП чаще всего применяются словосочетания или производные формы с уточнением вида промысла (*Meister der Lackminiatur* / *мастер лаковых миниатюр*; *Chochloma-Meister* / *изготовитель изделий в стиле Хохломы*; *Meister für die Gschel-Keramik* / *изготовитель изделий из керамики в стиле Гжели*; *Dymkovo-Meister* / *мастер дымковской игрушки* и др.), в то время как для обозначения мастера-изготовителя предметов немецких народных промыслов используется одно общее слово *Meister* / *мастер* (квалифицированный рабочий, ремесленник) без привязки к конкретному виду промысла.

Представляется примечательным, что при актуализации образа немецкого мастера часто используются лексические конструкции со словом «Hand», указывающие на ручной труд производства: *Die Herstellung der Erzeugnisse erfolgt überwiegend in Handarbeit* / *продукция изготавливается преимущественно вручную*; *von Hand gefertigt* / *ручной работы*; *von Hand gemalt* / *расписано вручную*; *100% Handarbeit* / *100% ручная работа*. При этом нередко подобные конструкции дополняют атрибутивы, выражающие отношение мастера к своему труду и изделию, а также подчеркивающие его мастерство и опытность: *sorgfältige Handarbeit* / *тщательная ручная работа*; *...liebevoll von fachkundigen Händen gefertigt* / *с любовью создано руками опытных мастеров*; *Das freundliche Gesichtchen erhielt der Schutzengel von erfahrenen Händen in unseren Engelwerkstätten* / *Дружелюбное личико ангела-хранителя было создано опытными мастерами в наших мастерских по изготовлению ангелов*; *... in aufwendiger Handarbeit mit viel Liebe zum Detail hergestellt* / *Изготовлено с особой тщательностью и вниманием к деталям, с использованием высококачественной ручной работы*; *Unser Nussknacker Figur ist zu 100% rein handgefertigt und sorgfältig geschnitzt* / *Наша фигурка Щелкунчика на 100% изготовлена вручную и тщательно вырезана*. Использование метафорических сочетаний *fachkundige*

Hände, erfahrene Hände, где лексема *Meister* заменяется словом *Hände*, делает акцент не на целостном образе производителя изделий, а на важности мастерства рук, они словно живут своей отдельной жизнью и могут быть опытными, профессиональными. В переводы этих нетипичных для русского языка метафор добавляется слово «мастер». Подчеркивание ручного труда при производстве немецких народных промыслов свидетельствует о том, что в немецкой языковой картине мира НП рассматриваются преимущественно в системе ремесленного производства, что отражается и на языковом уровне.

При упоминании мастера-изготовителя русских народных промыслов употребляются номинации, указывающие на связь с искусством: *Künstler / художник (die besten Palecher Künstler / лучшие художники Палеха, die Palecher Maler / Палехские художники; Russische Kunst – einzigartige Souvenirs aus Naturholz und Glas, hergestellt von Meistern aus Russland / Русское искусство – уникальные сувениры из натурального дерева и стекла, созданные мастерами-ремесленниками из России; Die russischen Holzlöffel, als Werk von Russische Kunst, werden von russischen Handwerkern aus Naturholz handgefertigt / Русские деревянные ложки, как произведения русского искусства, изготавливаются вручную из натурального дерева русскими мастерами)*, а для характеристики русских мастеров используются определения, базирующиеся на топонимах (*Palecher / палехские, russische / русские*).

Анализ контекстов номинаций мастера, изготовителя изделий народных промыслов применительно к немецкой действительности *der Handwerker / der Meister* показал, что чаще всего подчеркиваются его профессионализм, приверженность профессии. В то время как при описании русских народных промыслов используются конструкции, позволяющие заключить, что в восприятии немцев русский мастер, это, прежде всего, носитель традиций (*Träger der Tradition / носители традиции, kulturelle Figur / представитель культуры*), значение которого часто имеет символическую окраску.

Место производства НП

В текстах, посвященных НП, как правило, отмечается региональный характер производства, связь с местом, в котором традиционно изготавливается тот или иной предмет народного промысла. Например, в рекламных текстах, представляющих изделия народных промыслов Германии, обязательным является наличие топонимов. Это могут быть как простые топонимы, так и словосочетания или атрибутивные конструкции, указывающие на топоним, в которых один компонент (определяющее слово) описывает, уточняет или идентифицирует другой компонент (определяемое слово – сам топоним или его часть): *Die Fertigung erfolgt im deutschen Teil des Erzgebirges / Производство осуществляется в немецкой части Рудных гор; echt Erzgebirge / подлинное изделие из Рудных гор; ein echtes Stück Erzgebirge / настоящий кусочек Рудных гор; die festliche Tradition des Erzgebirges auf besondere Weise verkörpert / особым образом воплощает праздничные традиции Рудных гор; authentisches erzgebirgisches Kunsthandwerk / настоящие ремесленные изделия Рудных гор; einzigartige Zeugnisse erzgebirgischer Handwerkstradition / уникальные образцы*

ремесленного мастерства Рудных гор; 100% im Schwarzwald produziert / 100% произведено в Шварцвальде; Typisch Schwarzwald – die Kuckucksuhr / Типичная достопримечательность Шварцвальда – часы с кукушкой; Die weltbekannte Schwarzwälder Kuckucksuhr / всемирно известные часы с кукушкой из Шварцвальда; Original Schwarzwald Kuckucksuhren / Оригинальные часы с кукушкой из Шварцвальда. При этом производство изделий народных промыслов тесно связано с использованием местных природных материалов, которые во многом определяют специфику данных ремёсел и их художественное своеобразие. Принадлежность к определенной местности, региону, производство продукции внутри страны передается посредством употребления прилагательного «heimisch», которое переводится на русский язык как «местный», «родной», «домашний», «отечественный»: Der Engel ist vollständig aus heimischem Naturholz gefertigt / Ангел полностью изготовлен из местной натуральной древесины; Die naturfarbene Figur ist aus verschiedenen heimischen Hölzern / Фигурка натурального цвета изготовлена из различных пород местной древесины.

При описании русских НП для немецких читателей не просто дается указание на место, где зародился вид НП, но и уточняется географическое положение этого населенного пункта через отсылку к известному центру. Например, при презентации выставки, посвященной иконописи и лаковой миниатюре из Палеха, дается уточнение о расположении данного населенного пункта по отношению к Москве: *«Anlässlich des Kulturhauptstadtjahres RUHR.2010 organisiert das Ikonen-Museum Recklinghausen eine Sonderausstellung. In deren Mittelpunkt steht das dreihundert Kilometer nordöstlich von Moskau gelegene Malerdorf Palech. Mit dem Namen Palech verbinden Kunstliebhaber zwei spezielle Arten russischer Kunst: Ikonen von feinmalerischer Exklusivität und die ebenso filigran auf Papiermaché gemalten Lackminiaturen.»* / В честь года, когда RUHR.2010 стал Европейской культурной столицей, Музей икон в Реклингхаузене организует специальную выставку. Экспозиция посвящена деревне художников Палех, расположенной в 300 километрах к северо-востоку от Москвы. Для ценителей искусства название Палех ассоциируется с двумя особыми видами русского искусства: иконами, отличающимися изысканной, тщательно прописанной эксклюзивностью, и столь же утонченными лаковыми миниатюрами, написанными на папье-маше. Это пояснение позволяет реципиенту сделать более понятным «чужой» НП. В тексте о Вологодском кружеве место производства НП уточняется номинацией этноса и указанием направления: *«Mögen Sie Spitzen wie die Russen? Es wäre nicht falsch zu sagen, dass die Russen besonders stolz auf diese Art von Kunsthandwerk sind. Wenn Sie eine Karte Russlands zur Hand nehmen, sollten Sie eine Stadt in der Nähe des Nordens finden, die Wologda heißt. Genau in dieser Stadt wird diese berühmte Spitze hergestellt.»* / Вам нравится кружево, как русским? Не будет преувеличением сказать, что русские особенно гордятся этим видом ремесла. Если вы возьмете карту России, то найдете город на севере, который называется Вологда. Именно в этом городе изготавливается это знаменитое кружево.

Таким образом, «свои» НП соотносятся с конкретным местом, вызывающим ассоциации с родным домом, «чужие» НП соотносятся с чужой страной, поэтому указание места «чужого» НП включает в себя номинацию страны, ориентиры в стране и номинацию самого места.

Изделие НП и его характеристики

Наиболее известными представителями немецких НП являются деревянные фигурки из местности Рудные горы, часы с кукушкой из Шварцвальда, расписанные вручную фарфоровые изделия из Мейсена. Для обозначения НП в немецком языковом пространстве используются эндоимы, номинирующие собственные культурные реалии: *Erzgebirgische Holzkunst / деревянное зодчество из Рудных гор, Schwarzwälder Kuckucksuhr / Часы с кукушкой из Шварцвальда; Meißner Porzellan / Мейсенский фарфор* и др.; для номинации изделий используются слова-идиомы: *Räuchermännchen / фигурка курильщика благовоний, Nussknacker / щелкунчик, Schwibbögen / дугообразный подсвечник из металла или фанеры, Engel und Bergmann aus Erzgebirge / ангел и шахтер из Рудных гор*. Данные лексемы понятны носителю языка, не требуют дополнительных пояснения и встроены в саму систему языка, они маркируются как «свои» и имеют разветвленные словообразовательные связи. Для таких конструкций типичным является наличие сложных композитов и топографических атрибутов (*handgeschnitzte Weihnachtsfigur / рождественская фигурка, вырезанная вручную, erzgebirgischer Schwibbogen / дугообразный подсвечник из Рудных гор*).

В номинациях, образах изделий НП, а также характеристиках НП находят отражение ключевые концепты национальной культуры. Репрезентация немецких изделий НП в различных типах текстов обнаруживает связь с тем, что немецкий профессор Х.-Д. Гелферт называл словами-архетипами немецкой культуры (Urwörter), – уют (Gemütlichkeit), защищенность (Geborgenheit), старательность и прилежание (Tüchtigkeit), связь с местом рождения (Heimat), порядок (Ordnung)*. Данные представления в определенной мере можно соотнести с автостереотипами, то есть с тем, как немецкий этнос представляет себя.

Отражением немецкого национального характера является стремление немцев к порядку (Ordnung), следование определенным правилам. Так, в описании каждого предмета народного промысла есть указание на то, что это качественный, сертифицированный продукт, каждое изделие имеет печать качества: *Der Engel trägt das Siegel “Echt Erzgebirge®. Holzkunst mit Herz“, das Zeichen für ein hochwertiges Qualitätsprodukt aus dem Erzgebirge. So ist jede Figur ein Unikat – eben „Echt Erzgebirge. Holzkunst mit Herz“ / Ангел украшен печатью «подлинное Erzgebirge®. Деревянное зодчество с душой», знаком высокого*

* Gelfert H.-D. Typisch Deutsch / H.-D. Gelfert // “Typisch deutsch“. Was “Migranten“ über die deutsche Gesellschaft wissen sollten: // Vorträge des Symposiums vom 13.06.2015 an der Universität Duisburg-Essen. – URL: https://politechnik.de/wp-content/uploads/2019/11/DOSSIER_TYPISCH.pdf (дата обращения: 15.01.2026).

качества продукции из региона Рудные горы. Поэтому каждая фигурка уникальна – поистине «подлинное Erzgebirge®. Деревянное зодчество с душой»; *ein zertifiziertes Produkt aus dem Erzgebirge / Сертифицированный продукт из Рудных гор; Das Siegel “Echt Erzgebirge®. Holzkunst mit Herz” garantiert höchste Qualität und authentisches erzgebirgisches Kunsthandwerk / Печать “Echt Erzgebirge®. Holzkunst mit Herz” гарантирует высочайшее качество и подлинное мастерство производителей.* В этом прослеживаются и такие качества немецкого характера, как бережливость и стремление к экономии. Их рациональность и особенность долгосрочного мышления проявляются в том, что немцы часто предпочитают качественные и долговечные вещи, а не подделки и спонтанные покупки.

Репрезентация русских НП в немецкоязычных текстах обнаруживает связь со стереотипами немцев о русских (гетеростереотипами) и связь с тем, что ученые относят к ключевым концептам русской культуры. Подчеркивается архаичность русских НП, их связь с культурными традициями и многовековой культурой. В текстах о русских НП делается акцент на их связи с крестьянским бытом.

При описании русских НП в немецком языковом пространстве фокус смещен на языковой художественный образ, который складывается из таких понятий, как сюжет, мотив, цвет, образность, символика и эмоциональность. Народные промыслы выступают, таким образом, символом нации и маркером культурной идентичности: *Chochloma Holzlöffel – Ein Stück russischer Volkskunst für Ihren Alltag / Хохломская деревянная ложка – произведение русского народного искусства для вашего быта; Diese 2 Chochloma Holzlöffel sind wahre Schmuckstücke traditioneller russischer Handwerkskunst. Abgesehen von ihrer faszinierenden Optik verkörpern sie eine jahrhundertealte Kultur, die tief in den Traditionen Russlands verwurzelt ist / Эти две хохломские деревянные ложки – настоящие жемчужины традиционного русского ремесла. Помимо своего пленительного внешнего вида, они воплощают в себе многовековую культуру, глубоко укоренившуюся в русских традициях; Vintage Chochloma Schale mit Löffel – Traditionelle russische Handwerkskunst für Ihr Zuhause. Doch diese Schale ist nicht nur ein Gebrauchsgegenstand – sie ist ein Stück russischer Kultur, das eine Jahrhunderte alte Tradition bewahrt / Винтажная чаша с ложкой из Хохломы – традиционное русское ремесло для вашего дома. Но эта миска – не просто утилитарный предмет, это частичка русской культуры, сохраняющая многовековую традицию.*

Поскольку для немецкоязычных реципиентов это чужой культурный код, описание русской культуры средствами немецкого языка, таким образом, происходит, как уже было обозначено выше, с использованием ксенонимов-русизмов для передачи уникальных русских реалий (*Chochloma, Gschel, Palech, Matrjoschka, Samowar, Trojka* и др.).

Лексика данной группы не имеет полного немецкого эквивалента, часто требует дополнительных комментариев, поскольку обладает культурной маркированностью и выступает маркером «чужого». Как правило, она

сопровождается пояснением или указанием на родовое слово, связанное с Россией и русским (*Holzmalerei im Stil der Chochloma / Живопись по дереву в стиле Хохлома; russische Lackmalerei aus Palekh / Русская лаковая живопись из Палеха; Russischer Samowar/ Русский самовар; Gschel-Keramik aus Russland / Керамика в стиле Гжель из России и др.*). Таким образом, представляется возможным заключить, что эта лексика наряду с чисто номинативной функцией обладает также идентификационной функцией, задачей которой является показать реалию другой культуры, ее чужеродность и экзотизм.

В рамках лингвокультурологического подхода интересным представляется также произвести сопоставительный анализ сюжетов немецких и русских народных промыслов и их вербализации в языке, поскольку именно они формируют тот культурный смысл, который в дальнейшем получает языковую репрезентацию. Под сюжетом в народном промысле понимаются изображаемые персонажи, типичные сцены, орнаментальные мотивы, а также природные и мифологические образы. В сюжетах русских НП преобладают растительно-цветочные орнаменты, сказочные образы, крестьянский быт и народные праздники. Вербализация данных сюжетов чаще всего происходит также через ксенонимы, сопровождаемые описанием (*Chochloma-Ornament mit Beeren und Blumen / украшение «Хохлома» с ягодами и цветами, Motive aus russischen Volksmärchen, bäuerliche Festszene beim Teetrinken / мотивы из русских народных сказок, сцена крестьянского праздника во время чаепития*). Словами-маркерами отнесенности изделия к сфере народного искусства здесь выступают лексические единицы *Ornament, Motiv, Muster, Dekor*; а прилагательное *russisch* является указанием национальной идентификации предмета.

В сюжетах немецких НП преобладает рождественская тематика (*Nussknacker/ щелкунчик, Räuchermännchen / человек-курильщик благовоний, Engel / ангел, Weihnachtspyramide / рождественская пирамида, Krippenszene / сцены вертепа*), горное дело (*Erzgebirge*), повседневная жизнь ремесленника (*Handwerkerfiguren/ фигуры мастеров, Werkstatt Darstellungen / изображения мастерских*), лес и природа. Вербализация в немецком языке является эндонимической, не требующей пояснений (*Engel mit Kerzenhalter, erzgebirgischer Bergmann / ангел с подсвечником, шахтер из Рудных гор; handgeschnitzter Nussknacker / резной щелкунчик; Weihnachtsskrippe / Рождественский вертеп*).

Таким образом, исследование показало, что лексика тематического поля «русские народные промыслы» в немецком языке представлена преимущественно ксенонимами и функционирует в рамках вторичной культурной ориентации, выполняя номинативную, культурно-маркированную и экзотизирующую функции. В отличие от неё, лексика тематического поля «немецкие народные промыслы» относится к первичной культурной ориентации, репрезентирует эндонимическую систему номинаций и характеризуется семантической прозрачностью, словообразовательной продуктивностью, наличием сложных композитов.

Заключение (Conclusion)

На основе проведенного анализа немецкоязычных текстов о народных изделиях, выполненных в национальных традициях народного творчества, можно сделать вывод, что НП являются частью культурного кода этноса, репрезентация «ремесленного» культурного кода происходит на основе лексики тематической группы НП. В описании изделий НП имеют место идиокультуронимы-полионимы, то есть те слова, которые являются универсальными и используются для презентации любых НП (например, *Meister* / *мастер*, *Handwerker* / *ремесленник*, *Holzfiguren* / *деревянные фигуры*, *traditionell* / *традиционный*). Различия в их применении по отношению к «своим» и «чужим» НП могут проявляться в различных эпитетах (например, у своих немецких изделий НП подчеркиваются качество и функциональность, у «чужих» русских продуктов НП делается акцент на эмоциональном восприятии и экзотичности (необычные для немцев сюжеты, яркие краски). Для описания «своих» НП используются слова-идионимы, которые вызывают ассоциации с детством, определенным местом, с ценностями своей национальной культуры (например, *Räuchermännchen*, *Nussknacker*, *Weihnachtspyramiden* и др.). Русские НП в немецкоязычном рекламном дискурсе описываются с использованием идиокультуронимов-ксенонимов, которые обозначают элементы «чужой» культуры, некоторые из этих слов не всегда могут быть понятны носителям немецкого языка, поэтому необходимы дополнительные комментарии (например, *golden Khokhloma*; *Spitze aus Vologda*; *das Spielzeug von Dymkovo*). При этом важным фактором является то, что в случае репрезентации русских НП в немецком дискурсивном пространстве «чуждость» / «инаковость» не ведут к формированию агрессивности, а, напротив, свидетельствуют о стремлении познакомиться с миром иной культуры.

Таким образом, вербальная презентация «своих» немецких и «чужих» русских НП в немецкоязычном дискурсе служит маркером границы этнической идентификации. В проведенном исследовании мы рассмотрели лишь часть проблемы взаимосвязи семантики и прагматики слов тематической группы НП, а именно формирование отношения реципиента к изделиям «своей» и «чужой» этнической культуры в рамках рекламного дискурса. Дальнейшее изучение параметров и механизма восприятия элементов культуры в свете дихотомии «свой-чужой» может быть направлено на изучение того, каким образом в современном политическом дискурсе конструируется и реализуется стратегия «отмены культуры».

Список литературы

- Бабаева Р. И.* Немецкие лексические единицы тематического поля «народные промыслы» как элемент языковой картины мира / Р. И. Бабаева, А. А. Филатова // Диалог культур культура диалога: Материалы V международной научно-практической конференции, Москва, 02-04 апреля 2026 года. Москва: ООО «Языки народов мира», 2026. С. 22-29. EDN LSEWVC.
- Блохина Е. Н.* Код региональной культуры в образах предметов народного костюма (на материале немецкого языка) / Е. Н. Блохина // Человек и язык: Материалы II международной научно-практической конференции, посвященной 100-летию со дня рождения Почётного профессора МПГУ Марка Яковлевича Блоха, Москва, 28-29 ноября 2024 года. Москва: Московский педагогический государственный университет, 2025. С. 166-171. EDN SIRCXW.
- Верецагин Е. М.* Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного: Метод. руководство / Е. М. Верецагин, В. Г. Костомаров. 4-е изд., перераб. и доп. Москва: Рус. яз., 1990. 246 с. ISBN: 5-200-01076-4 EDN PWFJUD.
- Воронко Е. П.* Культурно-маркированная лексика швейцарского варианта немецкого языка: диатопическое измерение / Е. П. Воронко, Л. А. Нефедова // Верхневолжский филологический вестник. 2018. № 4. С. 144-149. DOI: 10.24411/2499-9679-2018-10208 EDN VPKNSM.
- Кабакчи В. В.* Введение в интерлингвокультурологию / В. В. Кабакчи, Е. В. Белоглазова. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. 252 с. ISBN: 978-5-7310-2836-3 EDN QXLNTR.
- Кабакчи В. В.* Лексико-семантическая относительность и адаптивность в переводе и межкультурной коммуникации. / В. В. Кабакчи, З. Г. Прошина // Russian Journal of Linguistics 2021. Т. 25. № 1. С.165-193. DOI: 10.22363/2687-0088-2021-25-1-165-193 EDN XEBGQG.
- Ковшова М. Л.* Лингвокультурологический анализ идиом, загадок, пословиц и поговорок: Антропонимический код культуры / М. Л. Ковшова. М.: ЛЕНАНД, 2024. 400 с. EDN AUYNQD.
- Крысин Л. П.* Слово в современных текстах и словарях: очерки о русской лексике и лексикографии / Л. П. Крысин. Москва: Знак, 2008. 318 с. ISBN: 978-5-9551-0175-0 EDN PXVEDX.
- Митягина В. А.* Преодоление инаковости в переводе: интернациональный презентационный дискурс высшей школы / В. А. Митягина, М. Ю. Фадеева // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2022. Т. 21, № 5. С. 50-61. DOI: 10.15688/jvolsu2.2022.5.5 EDN RWQNNF.
- Нефедова Л. А.* Диатопическая вариативность немецкого языка как причина лексической полионимии (на материале культурно-маркированной лексики) / Л. А. Нефедова // Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. 2018. № 3(39). С. 19-31. EDN YOMCMH.
- Нефедова Л. А.* Активные процессы в лексике немецкого языка 2020-2021 гг / Л. А. Нефедова // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. 2021. № 3. С. 151-166. DOI 10.51955/2312-1327_2021_3_151. EDN PUOFWT.
- Свинкина М. Ю.* Чужость как лингвокультурная категория / М. Ю. Свинкина // МНКО. 2016. №2 (57). С. 339-341.
- Стоев Хънгов В.:* «Свое» и «чужое» в языке, тексте и культуре. Очерки об универсальной культурологической категории / В. Стоев Хънгов, Т. Кананович, З. Новоженева. Gdansk: Wydawnictwo uniwersytetu Gdanskiego, 2021. 316 с.
- Фадеева М. Ю.* Актуализация инаковости в медиадискурсе России и Германии / М. Ю. Фадеева // Научная школа профессора Н.Л. Шамне «Социокультурные категории в языке и речи»: Монография. К 45-летию Волгоградского государственного университета. Волгоград: Волгоградский государственный университет, 2025. С. 274-284. EDN OXXLRJ.
- Филатова А. А.* Лексические средства репрезентации российских народных промыслов в современном немецком языке / А. А. Филатова // Научный вестник Воронеж. гос. арх.-строит. ун-та. Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. 2015. Вып. 1(25). С. 173-185. EDN TRUVYP.
- Филатова А. А.* Ксенонимы-русизмы в современном немецком языке (на материале лексико-семантического поля «Российские народные промыслы») / А. А. Филатова // Вестник

Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова. Выпуск 29. Нижний Новгород: ФГБОУ ВПО «НГЛУ», 2015. С. 83-93. EDN TQIRAJ.
Becker S. Sprechgebote: Wie das Sprechen über Sprache soziale Ungleichheiten reproduziert / S. Becker. Wiesbaden: Springer VS, 2018. 245 S. DOI <https://doi.org/10.1007/978-3-658-19162-7>
Müller-Funk W. Theorien des Fremden. Eine Einführung / W. Müller-Funk. Stuttgart: utb GmbH Narr Francke Attempto, 2016. 300 S.
Müller-Funk W. Grenzen: ein Versuch über den Menschen / W. Müller-Funk. Berlin: Mattes&Seitz Berlin, 2025. 298 S.

Список источников примеров

Echt Erzgebirge Shop – Schwibbögen, Weihnachtspyramiden und Engel kaufen. Offizielle Website.. URL: <https://www.erzgebirge-shop.de/de/> (дата обращения 14.06.2026).
Verband Erzgebirgischer Kunsthandwerker und Spielzeughersteller e.V. Offizielle Website.. URL: <https://erzgebirge.org/> (дата обращения 14.06.2026).
Nussknacker - weihnachten-deutschland.de. Offizielle Website. URL.: <https://www.weihnachten-deutschland.de/nussknacker/> (дата обращения 12.05.2026).
kuckucksuhren.shop – traditionelle Wanduhr aus dem Schwarzwald. Offizielle Website. URL: https://kuckucksuhren.shop/produkt-kategorie/chalet_kuckucksuhren_schwarzwaldhaus/ (дата обращения 10.03.2026).
Mythos Palech. Offizielle Website. URL: <https://ikonen-museum.com/ausstellungen/archiv/mythos-palech> (дата обращения 14.06.2026).
Russische Handwerkskunst Holzfiguren – Russlando24 Russisches Kunsthandwerk Offizielle Website. URL: <https://www.russlando24.com/holzfiguren>. (дата обращения 14.06.2026).

References

Babaeva R. I., Filatova A. A. (2026). German lexical units of the thematic field “folk crafts” as an element of the linguistic picture of the world. *Dialogue of cultures, culture of dialogue: Proceedings of the V international scientific and practical conference, Moscow, April 2–4, 2026. Moscow: LLC “Languages of the Peoples of the World”*. Pp. 22-29. (In Russ.).
Becker S. (2018). Sprechgebote: Wie das Sprechen über Sprache soziale Ungleichheiten reproduziert. Wiesbaden: Springer VS. 245 p. DOI <https://doi.org/10.1007/978-3-658-19162-7>
Blokhina E. N. (2025). Regional culture code in images of folk costume items (based on the German language). *Man and Language: Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference dedicated to the 100th Anniversary of the Birth of Honorary Professor of Moscow State Pedagogical University Mark Yakovlevich Blokh, Moscow, November 28-29, 2024. Moscow: Moscow State Pedagogical University*. Pp. 166-171. (In Russ.).
Fadeeva M. Yu. (2025). Actualization of Otherness in the Media Discourse of Russia and Germany. Professor N.L. Shamne’s Scientific School “Sociocultural Categories in Language and Speech”: Monograph. On the 45th Anniversary of Volgograd State University. Volgograd: Volgograd State University. 1(25): 173-185. (In Russ.).
Filatova A. A. (2015). Lexical means of representing Russian folk crafts in modern German. *Scientific Bulletin of the Series “Modern Linguistic and Methodological-Didactic Research” of the Voronezh State University of Architecture and Civil Engineering*. 25(1): 173-185. (In Russ.).
Filatova A. A. (2015). Xenonyms-Russisms in the modern German language (based on the lexical-semantic field “Russian folk crafts”). *Nizhny Novgorod Linguistics University Bulletin*. (29): 83-93. (In Russ.).
Kabakchi V. V., Beloglazova E. V. (2012). Introduction to Interlinguacultural Studies. St. Petersburg: Publishing house of St. Petersburg State University of Economics and Finance. 252 p. (In Russ.).
Kabakchi V. V., Proshina Z. G. (2021). Lexical-semantic relativity and adaptability in translation and intercultural communication. *Russian Journal of Linguistics*. 25(1): 165-193. (In Russ.). DOI: 10.22363/2687-0088-2021-25-1-165-193
Kovshova M. L. (2024). Linguocultural analysis of idioms, riddles, proverbs and sayings: Anthroponymic code of culture. M.: LENAND. 400 p. (In Russ.).

- Krysin L. P. (2008). The Word in Modern Texts and Dictionaries: Essays on Russian Vocabulary and Lexicography. Moscow: Znak. 318 p. (In Russ.).
- Mityagina V. A., Fadeeva M. Yu. (2022). Overcoming Otherness in Translation: International Presentational Discourse in Higher Education. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*. 21(5): 165-193. (In Russ.). DOI: 10.15688/jvolsu2.2022.5.5
- Müller-Funk W. (2016). Theorien des Fremden. Eine Einführung. Stuttgart: utb GmbH Narr Francke Attempto. 300 p.
- Müller-Funk W. (2025) Grenzen: ein Versuch über den Menschen. Berlin: Mattes&Seitz Berlin. 298 p.
- Nefedova L. A. (2018). Diatopic variability of the German language as a cause of lexical polyonymy (based on culturally marked vocabulary). *Modern Linguistic and Methodical-and-Didactic Researches*. 3(39): 19-31. (In Russ.).
- Nefedova L. A. (2021). Active processes in the vocabulary of the German language in 2020-2021. *Crede Experto: transport, society, education, language*. 3: 151-166. (In Russ.). DOI: 10.51955/2312-1327_2021_3_151
- Svinkina M. Yu. (2016). Foreignness as a linguistic and cultural category. *The world of science, culture and education*. 2(57): 338-341. (In Russ.).
- Stoev Khuntov V., Kananovich T., Novozhenova Z. (2021). "Own" and "alien" in language, text and culture. Essays on the universal cultural category. Gdansk: Wydawnictwo uniwersytetu Gdanskiego. 316 p. (In Russ.).
- Vereshchagin E.M., Kostomarov V. G. (1990). Language and Culture: Linguistic and Regional Studies in Teaching Russian as a Foreign Language: Methodological Guide. Moscow: Rus. lang., 246 p. (In Russ.).
- Voronko E. P., Nefedova L. A. (2018). Culturally marked vocabulary of the Swiss German language: the diatopic dimension. *Verhnevolzhski philological bulletin*. (4): 144-149. (In Russ.). DOI: 10.24411/2499-9679-2018-10208

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Бабаева Раиса Ивановна – доктор филологических наук, профессор, Ивановский государственный университет, ул. Ермака, 39, Иваново, 153025, Россия;
orcid.org/ 0000-0002-4501-0881; e-mail: nitdaf@mail.ru

Филатова Асият Александровна – соискатель кафедры зарубежной филологии, Ивановский государственный университет, ул. Ермака, 39, Иваново, 153025, Россия;
orcid.org/ 0009-0001-0046-8549; e-mail: filatova.asiat@yandex.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Raisa I. Babaeva, Dr. Sci. (Philology), Professor, Ivanovo State University, 39 Yermak St., Ivanovo, 153025, Russia;
orcid.org/ 0000-0002-4501-0881; e-mail: nitdaf@mail.ru

Asiat A. Filatova, Postgraduate Researcher at the Department of Foreign Philology, Ivanovo State University, 39 Yermak St., Ivanovo, 153025, Russia;
orcid.org/ 0009-0001-0046-8549; e-mail: filatova.asiat@yandex.ru

Поступила в редакцию	29.05.2026	Received	29 May 2026
Принята в печать	11.07.2026	Accepted for publication	11 July 2026
Опубликована	15.09.2026	Published	15 September 2026