

УДК 316.774

<https://doi.org/10.34130/2233-1277-2022-3-106>

Язык как инструмент перформанса национальной идентичности молодежи в Сети

Снегур Маргарита Романовна

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург,
Россия, margarita.snegur@gmail.com

Аннотация. *Статья посвящена особенностям конструирования и репрезентации национальной идентичности в социальных сетях молодыми людьми. Именно социальные сети сегодня это та площадка, где перформанс идентичности предполагается самой спецификой данных интернет-платформ. Одним из маркеров национальной идентичности является язык. Использование определенного языка в Сети становится частью перформативных практик, с помощью которых автор блога сам создает необходимую идентичность, которая может как соответствовать, так и весьма отличаться от реальности. Целью данной работы является изучение роли языка в конструировании и репрезентации цифрового образа автора блога в социальных сетях. Сбор эмпирических данных проведен с помощью качественных социологических методов: наблюдение и дискурс-анализ личных блогов в Instagram и TikTok. Национальная идентичность представляется в Сети с помощью различных инструментов, в т.ч. языка, вне зависимости от тематики блога. В языке происходит категоризация «своих» и «чужих», маркируется граница между ними. Используемый язык в социальных сетях может являться целенаправленным инструментом для конструирования определенной идентичности и использоваться неосознанно как единственный родной язык, на котором человек мыслит. Аудитория, в свою очередь, подписывается на то, что ей понятно или интересно, таким образом язык блога определяет границы целевой аудитории. В случае необходимости ее расширения блогер может использовать второй язык (например, русскоязычный — добавлять контент на английском языке, блог на аварском — использовать в том числе русский и т.п.). Наиболее ярким маркером национальной идентичности язык выступает в блогах, основная тематика которых связана с межкультурными различиями: миграцией, туризмом, браком, представленностью «малых народов».*

Ключевые слова: национальная идентичность, язык, перформативные практики, маркеры идентичности, перформативная идентичность, молодежь, цифровая идентичность

Благодарность. Автор статьи выражает благодарность своему научному руководителю, Ильину Владимиру Ивановичу, доктору социологических наук, профессору Санкт-Петербургского государственного университета, за помощь в проведении исследования.

Для цитирования: Снегур М. А. Язык как инструмент перформанса национальной идентичности молодежи в Сети // Человек. Культура. Образование. 2022. № 3. С. 106–119. <https://doi.org/10.34130/2233-1277-2022-3-106>

Language as a Tool for Youth National Identity Performance in the Digital Network

Margarita R. Snegur

Saint Petersburg State University, St Petersburg, Russia,
margarita.snegur@gmail.com

Abstract. *The article describes features of the construction and representation of national identity in social networks by young people. Nowadays, social networks have become platforms where the performance of identity is assumed by the very specifics of these Internet platforms. Language assumes one of the markers of national identity. The use of a certain language on the web becomes part of performative practices, and the blog author uses this tool for creation the necessary identity, which can either fully correspond to, or be very different from reality. The purpose of this work is to study the role of language in the construction and representation of the digital image national identity of the blog author in social networks. The collection of empirical data was carried out using qualitative sociological methods: observation and discourse analysis of personal blogs on Instagram and TikTok. It is emphasized that national identity is demonstrated on the web using various tools, regardless of the main topic of the blog. Language constructs and reproduces social processes being the part of culture, and contributes to a national self-determination. The language defines the categorization of “us” and “them” and traces the boundary between them. The language used in social networks can be both a tool for the purposeful construction of a certain national identity, and it can be used unconsciously as the only mother-tongue. At the same time the audience subscribes to what it understands or is interested in, and therefore the choice of the blog language becomes the boarder of the target*

audience. If it is necessary to expand the audience, the blogger can use a second language (for example, a Russian blog — add content in English, a blog in Avar — use Russian, etc.). The language is the most striking marker of national identity in blogs, the main topics of which are related to intercultural differences: migration, tourism, marriage, representation of small. ethnic groups.

Keywords: *national identity, language, performative practices, markers of identity, national construction, performative identity, youth, digital identity*

Acknowledgements. The author of the article would like to express her gratitude to her scientific supervisor Vladimir Ivanovich Ilyin, Doctor of Sociological Sciences, Professor of Saint Petersburg State University for his assistance in conducting the research.

For citation: Snegur M. R. Language as a Tool for Youth National Identity Performance in the Digital Network. *Chelovek. Kul'tura. Obrazovanie = Human. Culture. Education.* 2022;3:106–119 (In Russ.). <https://doi.org/10.34130/2233-1277-2022-3-106>

Введение. На сегодняшний день иметь аккаунт в социальной сети означает сконструировать определенную цифровую версию себя: можно постараться сделать копию или, напротив, тот образ, который отвечает определенным запросам и может совершенно отличаться от реальности. Поддержание определенного впечатления требует тщательной проработки различных деталей для репрезентации себя в Сети. Пользователи сами решают, какие увлечения, внешний вид и контент им транслировать, однако зачастую осознанно или неосознанно используют определенные культурные маркеры повседневности, позволяющие определить в том числе и их национальную идентичность. Одним из основных маркеров является использование определенного языка. Он, с одной стороны, является одним из важнейших инструментов репрезентации обыденной жизни в социальной сети, а с другой — формирует рамки аудитории осуществляемого в блоге перформанса.

Теоретическая база. Категория национальной идентичности не имеет однозначного смысла ни в научной литературе, ни в обыденной речи. Она в первую очередь связана с изучением психических способностей личности определять себя в физическом и социальном пространствах, тождественности с другими членами

общества и связана с именами Э. Эриксона, У. Джеймсон, К. Г. Юнга и др. [1; 2; 3]. Несмотря на некоторую новизну концепта, идентичность рассматривалась еще с древних времен философами, использовавшими иные для этого понятия (тождество, тождественность и т. д.) [4; 5]. Однако можно говорить о первостепенной социальной характеристике идентичности: нельзя соотносить себя с кем-либо, не имея опыта взаимодействия с этим «кем-то». Иными словами, чувство принадлежности к определенной группе может развиваться при наличии этой самой группы [6]. Так, концепт идентичности заимствуется из областей философии и психологии социологией. Именно в данном аспекте можно изучить специфику формирования идентичности индивида посредством его включения в социальные отношения, а также предлагать разные подходы к ее определению.

Национальная идентичность, таким образом, является предметом изучения разных дисциплин: социологии, психологии, культурологии, истории, антропологии, философии и др. Одним из результатов множественности подходов к ее изучению и значений стало то, что национальная идентичность в отечественной науке часто используется в синонимичном значении этнической идентичности и разграничение данных концептов в общественном понимании в целом затруднено. В силу того что в данном случае речь идет о репрезентации национальной идентичности человека в социальных сетях, то выявляется необходимость учета различных значений, так как вкладываемый автором блога смысл в данный концепт определить практически невозможно.

До недавнего времени считалось, что национальная идентичность является одной из наиболее стабильных социальных идентичностей: тогда как профессиональная или политическая идентичность может трансформироваться в относительно небольшой промежуток времени под воздействием определенных внешних факторов, национальная идентичность зачастую включала в себя этнический и гражданский компоненты, обуславливающие принадлежность индивида к нации как некоему достаточно крупному сообществу. Особенности исторического развития предполагали

длительный и сложный процесс формирования у человека чувства принадлежности к группе на основе языка, традиций и обычаев, ценностей и норм, форме общественного устройства и т. д. Также немаловажную роль в формировании идентичности играла территория рождения и проживания индивида. Сегодня же с ускорением технического развития, повышения уровня мобильности (Дж. Урри), происходит размывание стабильных социальных структур и ориентиров, что З. Бауман обозначил как «текущая современность» [7; 8]. Территориальные границы зачастую становятся условными, интенсивность туристического потока растет, распространяются практики реализации различных международных программ академической мобильности, а доступ к информации посредством Интернета и поддержание социальных связей в социальных сетях в совокупности создают угрозу для стабильности в том числе национальной идентичности, которая может трансформироваться в связи с получением нового социального опыта или же конструироваться и репрезентироваться как образ для определенной социальной группы.

Таким образом, специфика современных условий развития общества обуславливает необходимость изучения не только механизмов и факторов, влияющих на формирование национальной идентичности, но также и особенностей ее репрезентации. Социальные сети представляют собой пространство, предполагающее наиболее активное представление себя другим с помощью различных инструментов (текст, аудио, видео). Использование этих инструментов передает определенный смысл, идею подписчикам в рамках цифровой коммуникации, и значительную роль (хоть не всегда и определяющую) играет язык. В этой связи изучение роли языка как инструмента конструирования и репрезентации национальной идентичности представляется возможным с помощью таких теоретических подходов, как социальный конструктивизм и символический интеракционизм; в данном случае автор опирается на драматургический подход И. Гофмана и понимание нации как «воображаемого сообщества» Б. Андерсона [9; 10].

Национальная идентичность может проявляться более или менее активно в зависимости от ряда различных условий. Большинство пользователей в повседневном ведении блога не ставят себе одной из основных задач «показать всем, что я русский/чуваш/ингуш и т.п.». Целенаправленное представление национальной идентичности может носить ситуационный характер в период обострения социального конфликта с «другими». Так, в ситуации миграции и пребывания в обществе с отличающейся культурой, традициями и обычаями может актуализироваться национальная идентичность мигранта на основе определения и подчеркивания различий. Или же в период определенных кризисов, особенно вооруженных и политических конфликтов, национальная идентичность может обостряться, индивид может стремиться к ее активной репрезентации.

Методы исследования. Автором использовались методы качественного социологического исследования: наблюдение, дискурс-анализ личных блогов в социальных сетях Instagram и TikTok. Объектом исследования являются русскоязычные блоги, предметом — использование в блоге языка как маркера национальной идентичности. Выборка является типологической, т. е. нацелена на выявление различных типов использования языка в конструировании и репрезентации национальной идентичности. Объем выборки составил 70 профилей (кейсов) в социальных сетях. Критериями отбора выступило: использование русского языка; основной период публикационной активности: 2020–2022 гг. Сбор эмпирических данных происходил в период с января по март 2022 года.

Результаты исследования. Наиболее распространенным способом национальной идентификации является использование определенного языка. Вне зависимости от желания показать свою национальность, использование в речи языка свидетельствует о принадлежности к определенной группе или о желании быть включенным в эту группу. При этом, несмотря на то, что язык действительно способен включать в себя и отражать культурные и общественные изменения, нельзя назвать его наиболее надежным

«естественным» маркером национальной идентичности. Наличие диалектов, зачастую настолько отличающихся друг от друга, что жители одной страны могут оказаться неспособны к взаимодействию, является не единственной проблемой. В том числе колониальная политика в качестве одного из результатов имеет распространение языка метрополий на захваченных территориях: английский, испанский, французский, португальский языки стали использоваться далеко за пределами их государственных образований. Или, увидев страницу в социальных сетях, ведущуюся, например, на русском языке, невозможно точно определить национальность автора исключительно по данному маркеру.

Языки обладают разным социальным статусом. Например, английский в настоящее время является глобальным инструментом коммуникации, русский, французский, испанский и др. — это региональные языки межнационального общения. Большинство же языков жестко привязаны к определенной нации или этнической группе. Отсюда неоднозначность языка как инструмента конструирования национальной идентичности. Так блогер, пишущий по-русски, может иметь любую этническую идентичность, связанную с территорией бывшего СССР. В то же время блогеры, использующие коми или аварский языки, с очень малой долей вероятности могут иметь этническую идентичность, не совпадающую с используемым языком.

Более того, несмотря на современные точные географические политические государственные границы, исторический контекст обуславливает некоторое смешение языков в пограничных территориях. Например, смесь русского и украинского языков в южной части России используется также в восточной части Украины. Ситуация на Украине выявила проблему использования русского языка как родного для части украинцев, что отразилось в том, что часть украинских блогеров, ведущих свои страницы в социальных сетях на русском, вынуждены были изучать украинский и использовать его для обращений к массовой аудитории (в качестве примера можно привести страницы блогеров @petraichuk_saha и @lisova.jewelry), которым пришлось публично объяснять исполь-

зование русского языка и переходить на украинский). В таком случае можно наблюдать осознанное стремление конструирования и репрезентации национальной идентичности с помощью языка.

Осознанный подход к использованию языка может быть также обусловлен целью создать определенный образ: в Сети существует множество блогов, которые ведут русскоязычные мигранты, проживающие за пределами России и использующие язык страны пребывания для установления и поддержания социальных связей. Или же, наоборот, используют русский язык для ведения блога, рассчитанного на целевую аудиторию россиян: возможность создания уникальных визуальных материалов, сложности переезда и культурные особенности страны пребывания являются богатым материалом для блога и пользуются большой популярностью у российской аудитории.

Активное ведение личного блога зачастую все же связано с желанием получения прибыли от блога напрямую (продажа рекламы) или косвенно (продажа товаров или услуг через свою страницу). Использование иностранного языка на странице в социальной сети может быть связано с желанием блогера привлечь определенную аудиторию. Так, например, известный российский инстаграм-блогер Александра Митрошина (@alexandramitroshina) с 2.3 млн подписчиков, переехав из России, начала развивать свой бизнес за границей и завела англоязычный аккаунт в том числе, по ее заявлению, для продвижения бизнеса за счет продвижения личного бренда. В то же время другие блогеры (@anasuriii, @amina.news, @true_amsterdam, @my_russian_accent, @janifel, @easy_sprain), напротив, проживая за границей, ведут блог на русском языке, предлагая услуги русскоязычным пользователям (помощь в оформлении виз, индивидуальные туры, уроки по изучению языка и т. д.). При этом последние тренды ведения личных страниц в социальных сетях свидетельствуют о росте такого направления, как *lifestyle*, что подразумевает активную демонстрацию различных повседневных практик блогера, а не только той сферы, которая соответствует основной тематике. В этой связи авторам контента приходится в той или иной степени комби-

нирывать используемые языки и погружать своих пользователей в контекст, объясняя суть определенных событий.

Использование двух языков характерно для блогеров, основная тематика которых связана с активной репрезентацией национальной идентичности: мигранты, представители «малых народов», состоящие в межкультурном браке, фанаты определенной культуры. В данном случае чаще всего выбирается язык другой культуры в качестве основного, на котором представлена большая часть визуального или аудиоконтента, в то время как русский (или английский, в зависимости от цели блогера) дублирует/поясняет происходящее. Подобная стратегия может быть обусловлена стремлением повышения уровня репрезентации выбранной культуры в цифровом пространстве, поиском единомышленников, ограничением круга подписчиков.

Использование в Сети определенного музыкального фона для видео или фото является достаточно распространенной практикой. Кто-то с помощью музыки передает настроение, кто-то — какое-то важное послание адресату, кому-то просто нравится делиться понравившимися треками с аудиторией. Однако зачастую музыка как часть художественной культуры включает в себя некоторые национальные особенности, которые выражаются в языке исполнения, определенных мотивах, развитии собственных направлений одного жанра. Несмотря на то что в силу глобализации можно констатировать американизацию популярной массовой музыкальной культуры, современные тренды, вызванные как ответные реакции на данный тренд, обуславливают популярность национальной музыкальных композиций в разных странах. Таким образом, в социальных сетях можно наблюдать в некотором смысле микс в используемых музыкальных композициях: это могут быть как всемирные тренды, так и национальные. Использование национальных композиций, особенно с определенным диалектом, посвященных определенным регионам с упоминанием названий, с этническими мотивами, могут свидетельствовать о принадлежности автора контента к определенной национальной группе или о стремлении быть включенным в нее. Применение музыки для ре-

презентации национальной идентичности особенно характерно для блогеров, основной контент которых связан с национальностью. Однако также и неосознанное использование национальной музыки в социальных сетях может стать маркером, по которому подписчики смогут определить принадлежность/интерес автора блога к определенной национальной художественной культуре.

Распространение преимущественно американской популярной культуры в социальных сетях является следствием глобализационных процессов, и использование композиций на английском языке россиянином в социальных сетях не всегда может означать стремление репрезентации принадлежности к американскому сообществу. При этом песня может понравиться человеку исключительно из эстетических соображений, возможно, он даже не вникал в культурный контекст и ее содержание. Однако достаточно часто интерес к определенным композициям на иностранном языке связан с определенным погружением в другую культуру. Например, значительное использование корейских или турецких песен на страницах фанатов корейских дорам или турецких сериалов. К тому же интерпретация использования национальных композиций может быть различной. Несмотря на то что для россиянина является нормальным использовать песни американских исполнителей в качестве фона в своих социальных сетях, в случае, если русская песня используется иностранцем, то данная практика приобретает культурный или даже политический контекст. Это может быть связано с тем, что английский язык считается языком международного общения, американская массовая культура также распространена по всему миру, в то время как массовая культура российского производства рассчитана на своего потребителя.

Важно подчеркнуть сложности определения языка как инструмента конструирования и репрезентации национальной идентичности. Широкое использование текстов постепенно заменяется на применение все более современных технологичных визуальных приемов для коммуникации с пользователями. Определенные популярные тематики могут быть восприняты и без знания языка вовсе: макияж, спортивные упражнения, демонстрация

собственных талантов и т. д. могут быть поняты без переводов и дополнительных объяснений. Активное использование англицизмов в различных языках молодежью также способствует расширению возможностей коммуникации в Сети на определенные темы. Некоторые блогеры используют те инструменты коммуникации, которые распространились по всему миру через массовую культуру, поэтому установить их национальную принадлежность оказывается весьма затруднительной задачей. Существует также и другая стратегия ведения блога, когда свои страницы в социальных сетях воспринимаются как цифровые версии фотоальбомов, и пользователи могут не комментировать фото или видео вовсе. Появление хештегов, различных трендов и челленджей охватывает Интернет вне национального признака и родного языка. Особенно роль различных трендов в цифровой коммуникации поверх национальных границ была проявлена в период коронавирусных ограничений, когда весь мир практически одновременно столкнулся с одной и той же угрозой и был вынужден объединить усилия в борьбе с распространением COVID-19. Более того, анализ так называемых стримов (прямых эфиров) блогеров показывает, что значительная часть их аудитории общается с помощью эмоджи, которые универсальны вне зависимости от языка.

Однако говорить о значительном снижении роли языка как инструмента конструирования и репрезентации национальной идентичности преждевременно. В первую очередь это может быть связано с желанием активной коммуникации с автором страницы: красивые и выверенные страницы могут и привлечь пользователей, однако удержать их станет проблематичным. На сегодняшний день именно lifestyle в социальных сетях привлекает аудиторию, а реализация данного принципа без использования того или иного языка практически невозможна. Нарастающий процесс национализации как ответной реакции глобализму также обуславливает интерес к собственной культуре, традициям, которые также связаны с языком, в связи с чем отмечается популярность блогов, раскрывающих национальные (этнические) культурные особенности. В том числе юмор как одна из преобладающих содержательных

составляющих социальных сетей имеет определенные национальные особенности, в связи с чем в российском сегменте распространяется относительно небольшая доля юмористического контента на иностранном языке или переведенного с иностранного, что также подчеркивает роль языка в цифровой коммуникации.

Заключение. Таким образом, национальная идентичность осознанно или неосознанно репрезентируется в социальных сетях в различной степени в зависимости от целей и жизненных ситуаций автора блога. Так как ведение страницы в социальной сети является по сути своей постоянным перформансом, то различные инструменты могут использоваться для создания определенного впечатления на аудиторию, ее расширения и удержания. Осознанное представление национальной идентичности как одной из социальных идентичностей в Сети нацелено на использование различных, наиболее ярких маркеров, которые позволяют передать национальную принадлежность автора (или его цифрового образа). Неосознанное представление национальной идентичности индивидом связано с нецелевым использованием специфических кодов и символов, которые позволяют аудитории определить национальность автора (или, опять же, его цифрового образа). Язык в этом смысле может быть использован в обеих стратегиях: идентификация с определенной национальностью и стремление к включению в определенную национальную группу; а также как наиболее простой и удобный способ передачи мысли с помощью родного языка без акцентирования национального контекста. Несмотря на неоднозначность в использовании и интерпретации языка как фактора формирования и репрезентации национальной идентичности, именно он становится тем маркером, по которому пользователи определяют национальную идентичность автора профиля в социальной сети. В этой связи именно он часто используется в том случае, если блогеру необходимо целенаправленно сконструировать определенный образ и привлечь конкретную аудиторию.

Список источников

1. Джеймс У. Личность // Психология личности: тексты / под ред. Ю. Б. Гиппенрейтера, А. А. Пузырея. М.: Изд-во МГУ, 1982. 288с.
2. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. М.: Прогресс, 1996. 344 с.
3. Юнг К. Г. Психология бессознательного: пер. с англ. М.: Когито-Центр, 2010. 352 с.
4. Абушенко В. Л. Идентичность // Новейший философский словарь / сост. и гл. н. ред. А. А. Грицанов. 3-е изд., испр. Мн.: Книжный Дом, 2003.
5. Кузнецов В.Н. Немецкая классическая философия второй половины XVIII — начала XIX века: учеб. пособие для ун-тов. М.: Высш. шк., 1989. С. 160–185.
6. Гидденс Э., Саттон Ф. Основные понятия в социологии / пер. с англ. Е. Рождественской, С. Гавриленко; под науч. ред. С. Гавриленко; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». 3-е изд. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. С. 218–222.
7. Бауман З. Текучая современность. СПб.: Питер, 2008. 240 с.
8. Урри Дж. Мобильности / пер. с англ. А. В. Лазарева, вступ. статья Н. А. Харламова. М.: Праксис, 2012. 576 с.
9. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. СПб.: Питер, 2021. 304 с.
10. Андерсон Б. Воображаемые сообщества: размышления об истоках и распространении национализма / пер. с англ. В.Г. Николаева под ред. С. П. Баньковской; вступ. ст. С. П. Баньковской. М.: Кучково поле, 2016. 416 с.

References

1. Dzhejms U. Personality. *Psihologiya lichnosti: teksty* [Psychology of personality: texts] / pod red. Yu. B. Gippenrejtera, A. A. Puzyreya. Moscow: Izd-vo MGU, 1982. 288 p. (In Russ.)
2. Erikson E. *Identichnost': yunost' i krizis* [Identity: youth and crisis]. Moscow: Progress, 1996. 344 p. (In Russ.)
3. Yung K. G. *Psihologiya bessoznatel'nogo* [Psychology of the unconscious]. Moscow: Kogito-Centr, 2010. 352 p. (In Russ.)
4. Abushenko V. L. Identity. *Novejshij filosofskij slovar'* [The latest philosophical dictionary] / Sost. i gl. n. red. A. A. Gricanov. 3-e izd., ispr. Minsk: Knizhnyj Dom, 2003. (In Russ.)
5. Kuznecov V. N. *Nemeckaya klassicheskaya filosofiya vtoroj poloviny XVIII — nachala XIX veka* [German classical philosophy of the second half of the 18th — early 19th centuries]. Moscow: Vyssh. shk., 1989, pp. 160–185. (In Russ.)
6. Giddens E., Satton F. *Osnovnye ponyatiya v sociologii* [Basic concepts in sociology] / per. s angl. E. Rozhdestvenskoj, S. Gavrilenko; pod nauch. red. S. Gavrilenko; Nac. Issled. un-t «Vysshaya shkola ekonomiki». 3-e izd. Moscow: Izd. dom Vysshej shkoly ekonomiki, 2021, pp. 218–222. (In Russ.)

7. Bauman Z. *Tekuchaya sovremennost'* [Fluid modernity]. St. Petersburg: Piter, 2008. 240 p. (In Russ.)
8. Urri Dzh. *Mobil'nosti* [Mobility] / per. s angl. A.V. Lazareva, vstup. stat'ya N. A. Harlamova. Moscow: Praksis, 2012. 576 p. (In Russ.)
9. Gofman I. *Predstavlenie sebya drugim v povsednevnoj zhizni* [Presenting yourself to others in everyday life]. St. Petersburg: Piter, 2021. 304 p. (In Russ.)
10. Anderson B. *Voobrazhaemye soobshchestva: razmyshleniya ob istokah i rasprostranenii nacionalizma* [Imagined Communities: Reflections on the Origins and Spread of Nationalism] /per. s angl. V. G. Nikolaeva pod red. S. P. Ban'kovskij; vstup. st. S.P. Ban'kovskoj. Moscow: Kuchkovo pole, 2016. 416s. (In Russ.)

Сведения об авторе / Information about the author

Снегур Маргарита Романовна

Margarita R. Snegur

аспирант Санкт-Петербургского государственного университета

Post-graduate student of Saint Petersburg State University

191124, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Смольного, 1/3

1/3 Smolny St., Saint Petersburg, 191124, Russia

Статья поступила в редакцию / The article was submitted

28.04.2022

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing

28.06.2022

Принята к публикации / Accepted for publication

29.06.2022