

Мамонова Наталья Васильевна
Челябинский государственный университет
г. Челябинск, Российская Федерация
nat2.mv@gmail.com

Антропонимическое портретирование российской и глобальной идентичности

Аннотация

Под влиянием медиатизации и глобализации мирового информационного пространства осуществляются попытки сформировать единое языковое сознание. В связи с этим автор данной статьи предлагает выделять два типа идентичности: глобальную и локальную (в данном случае российскую). В работе обсуждаются особенности антропонимического портретирования, выявленные в ходе направленного ассоциативного эксперимента со 157 информантами, а также степень отождествлённости респондентами концепта УСПЕШНЫЕ ЛЮДИ с локальной (российской) и глобальной идентичностью. Также затрагиваются гендерные особенности репрезентации антропонимического портретирования, характерные для языкового сознания российской идентичности. Концепция антропонимического портретирования позволяет отследить степень принадлежности к глобальной или локальной идентичности. Ассоциаты концепта УСПЕШНЫЕ ЛЮДИ выявляют имена людей, ассоциирующихся в языковом сознании респондентов с паттернами и алгоритмами успешного поведения в исследуемом сообществе.

Ключевые слова: глобальная идентичность, гендер, ассоциат, антропонимическое портретирование, успешные люди, когнитивный лингвосинергетический анализ

© Мамонова Н. В. 2023

Для цитирования: Мамонова Н. В. Антропонимическое портретирование российской и глобальной идентичности // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2023. Вып. 9, № 1. С.75–86. https://doi.org/10.22250/24107190_2023_9_1_75

Natalya V. Mamonova
Chelyabinsk State University
Chelyabinsk, Russian Federation
nat2.mv@gmail.com

Anthroponymic portraiture of Russian and global identity

Abstract

Under the influence of mediatization and globalization of the world information space, attempts are being made to form a unified linguistic consciousness. In this regard, the author identifies two types of identity: global and local (in this study, Russian). The article aims to discuss (i) the features of anthroponymic portraiture revealed during the directed associative experiment with 157 participants, (ii) the degree to which respondents identify the concept of SUCCESSFUL PEOPLE with local (Russian) and global identity. The paper also focuses upon the gender features of the anthroponymic portraiture representation characteristic for the linguistic consciousness of Russian identity. The concept of anthroponymic portraiture enables to track the degree of belonging to a global or local identity. The associates of the SUCCESSFUL PEOPLE concept identify the names of people associated in the linguistic consciousness of respondents with patterns and algorithms of successful behavior in the studied community.

Keywords: global identity, gender, associate, anthroponymic portraiture, successful people, cognitive linguosynergetic analysis

For citation: Mamonova, N. V. (2023). Antroponimicheskoe portretirovanie rossiyskoy i global'noy identichnosti [Anthroponymic portraiture of Russian and global identity]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika* [Theoretical and Applied Linguistics], 9 (1), 75–86. https://doi.org/10.22250/24107190_2023_9_1_75

1. Введение [Introduction]

Значительная интенсификация взаимосвязей и моделей взаимодействия, а также рост объёма информационных потоков способствуют формированию единого глобального мировидения. Глобализация, как отмечает Д. Ю. Стиглиц, «способствуя возрастающей взаимозависимости народов мира, усилила потребность в глобальных коллективных действиях» [Стиглиц, 2003, с. 154].

Наиболее частым и эффективным способом распространения влияния на языковое сознание социальных групп является использование средств массовой информации. На сегодняшний день особую популярность приобрёл такой формат данных, как лента новостей, предоставляющий пользователям информацию в режиме реального времени. Для получения медиатекстов в том или ином формате необходима подписка. Новостные ленты обычно создаются интернет-агрегаторами в соответствии с интересами пользователя.

Особенно популярна данная форма подачи новостей на платформах социальных сетей и мессенджеров. Платформы и социальные сети формируют специфическую среду со своими активами и структурами, собирающую значительные базы данных о личной жизни людей, их личностных характеристиках, и оказывают огромное влияние на языковое сознание реципиента информации [Guan, Liang, Zhu, 2022; Kosan, Urgen, 2022]. Так, успешность проведения тех или иных кампаний в обществе в высокой степени коррелирует с показателями целенаправленной медиатеатральности в социальных сетях [Brito, Adeodato, 2022 ; Freyth et al., 2023].

Формирование внешней структуры, настроенной на идентичность реципиента, способствует более эффективному воздействию именно через медиа-экосистему [González-Cacheda, Cancela Outeda, 2021].

В условиях пресыщенности медийной информацией из разных источников (как локальных, так и глобальных), а также влияния глобализационных процессов на российское языковое сознание необходимо найти баланс, позволяющий быть частью глобальных процессов, при этом сохраняя и приумножая национальную идентичность, увеличивая привлекательность российской лингвокультуры.

Цель настоящего исследования заключается в когнитивном лингвосинергетическом анализе антропонимического портрета, репрезентирующего концепт УСПЕШНЫЕ ЛЮДИ, а также в изучении степени глобального влияния на представления об успехе в медиадискурсе и лингвокультурных особенностей его проявления.

Языковое сознание «имеет широкое референтное поле, включающее две его основные разновидности: динамическую – выражение состояния сознания в вербальной форме, воздействие на сознание с помощью речи, – а также структурную, образуемую языковыми структурами, формирующимися в результате ментального опыта субъекта, действия его сознания» [Ушакова, 2000]. Некоторые исследователи определяют языковое сознание как «аспект изучения языкового материала, при котором язык и речевую деятельность рассматривают в качестве отражения ментальных представлений языкового коллектива, как правило, не осознаваемых носителями языка» [Барина и др., 2010, с. 17]. В нашем понимании, «языковое сознание отражает всю специфику окружающей нас реальности через совокупность текстов, в которую погружены коммуниканты», где лексемы принимаются нами за единицу анализа как продукты переработки полученного индивидом опыта [Мамонова, 2019, с. 26].

С помощью метода ассоциативного эксперимента исследователь получает возможность проникнуть в недра языкового сознания и получить ментальные репрезентации, раскрывающие антропонимические и гендерные особенности концепта УСПЕШНЫЕ ЛЮДИ, и раскрыть степень влияния глобализационных процессов на российское языковое сознание.

Представления об успешности в языковом сознании изучались у представителей разных лингвокультур. При исследовании лексико-семантического содержания базовой ценности *Erfolg* 'успех' доказано, что в немецкой лингвокультуре большую роль играет успех в карьере; была выявлена значимость «сферы реализации» успеха, «а также смежные понятия, тематизирующие сопутствующие успеху положительные явления (материальный успех, счастье и др.)» [Хлопова, Ладоша, 2021, с. 146].

Согласно экспериментальным данным, полученным Е. Н. Хрыниной в 2009 году, в языковом сознании россиянина «главными составляющими успеха являются успешная карьера, положение в обществе, материальное богатство, счастье, всеобщее признание», как и в немецком языковом сознании «главными составляющими концепта «Erfolg» являются *gute Karriere* (хорошая карьера), *Geld* (деньги), *Gliick* (счастье), *Zufriedenheit* (довольство, удовлетворение), *Annerkennung* (признание, одобрение)» [Хрынина, 2009, с. 7].

В английском языке специфика лексико-семантического поля концепта УСПЕХ отражается в присутствии таких составных элементов поля, как *person or thing that succeeds* 'лицо, добившееся успеха, или вещь, пользующаяся успехом', *prosperity* 'процветание' [Гордиенко, 2008]. Изучая английскую фразеологическую картину мира, Е. С. Колесник и С. Е. Чернобай трактуют концепт УСПЕХ как ключевой в американской и британской лингвокультурах и полагают, что он «отражает национально-культурные особенности общественной и духовной жизни народа, его мироощущения, быта, психологии, а также специфику исторического, культурного, экономического развития» [Колесник, Чернобай, 2016, с. 4].

В своём исследовании русскоязычного корпуса лексических и фразеологических единиц Н. Р. Эренбург указывает, что концепт УСПЕХ является «двухвершинным (или двуоценочным), т. к. имеет два полюса – с положительной и отрицательной оценочностью» [Эренбург, 2006, с. 6]. Согласно А. А. Андриенко, «успех в американской лингвокультуре неотделим от материальных ценностей» (базовых ценностей и благ), как и «в русской лингвокультуре, но выражен в значительно меньшей степени, что подтверждается статистическими данными анализа его языковых репрезентаций» и предстаёт в русской лингвокультуре «как сочетание полярных признаков» [Андриенко, 2016, с. 71]. Другими словами, в российской лингвокультуре наблюдается некоторая двойственность в оценочных коннотациях успеха. Недостаточная изученность влияния информационного медийного потока на языковое сознание российских реципиентов свидетельствует о необходимости создания срезов языкового сознания, дискурсивного портретирования.

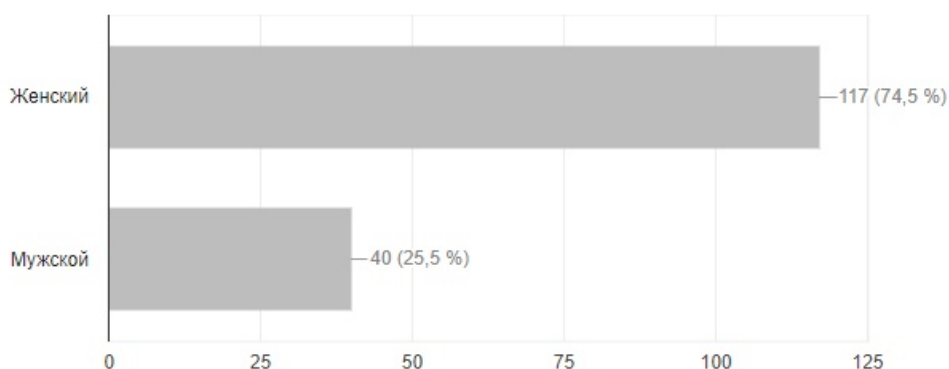
Составляя дискурсивный портрет, важно определить термин «идентичность», который понимается нами в работе как «чувство самотождественности, собственной истинности, полноценности, сопричастности миру и другим людям [Головин, 1998]. Глобализационные процессы оказывают значительное влияние на языковое сознание социума. Как пишет М. Манн, «движение в защиту гражданских прав в США оказало глобальное влияние на борьбу этнических и религиозных меньшинств, женщин, людей с ограниченными возможностями» и прочее, где «роль этого движения была важна ещё и потому, что оно вызвало сдвиг в политике левых с классовой борьбы на политику [защиты] идентичности» [Манн, 2019, с. 101]. Другими словами, в мире явно отслеживается тренд на продвижение и популяризацию политики формирования новых глобальных идентичностей, рассеивания прежних типов идентичности, что, несомненно, способствует атомизации общества в глобальном масштабе.

В русле медиатизации и глобализации языкового сознания в работе мы выделяем идентичность глобальную и локальную. Г л о б а л ь н а я и д е н т и ч н о с т ь предполагает соотнесённость с набором характеристик и алгоритмов поведения глобальной матрицы ценностей. Л о к а л ь н а я и д е н т и ч н о с т ь определяется отождествлением набора характеристик и алгоритмов поведения локальной матрицы ценностей.

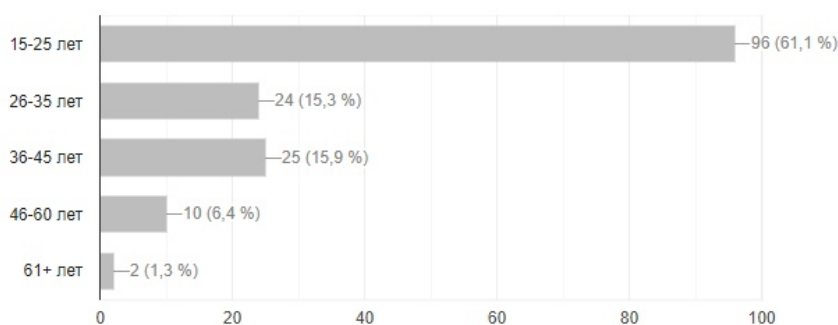
2. Эксперимент [Experiment]

В качестве объекта исследования были выбраны антропонимы, а также лексические единицы, репрезентирующие концепт УСПЕШНЫЕ ЛЮДИ. На первом этапе исследования была поставлена цель эксперимента, создана и размещена анкета в глобальной сети Интернет. Для этого использовались социальные сети и мессенджеры «ВКонтакте», «Одноклассники», «Телеграм», «Вайбер».

На втором этапе был проведён направленный ассоциативный эксперимент в электронной он-лайн форме со словосочетанием-стимулом *успешные люди*. Участникам было предложено назвать несколько реальных людей, или медиа-личностей, или вымышленных героев/персонажей (2–3), которые ассоциируются у них со словосочетанием *успешные люди*, с которых стоит брать пример. Время ответа на вопросы не ограничивалось. В эксперименте участвовало 157 человек, из них 74,5% женщин и 25,5% мужчин (рис. 1). Распределение возрастных категорий представлено на рисунке 2. Большая часть респондентов относится к возрастной группе от 15 до 25 лет (61,1%), примерно равные по процентному соотношению возрастные группы от 26 до 35 лет и от 36 до 45 лет 15,3% и 15,9% соответственно.



Р и с у н о к 1. Гендерные характеристики респондентов
[Figure 1. Participants' Gender features]



Р и с у н о к 2. Возрастные характеристики респондентов
[Figure 2. Participants' age]

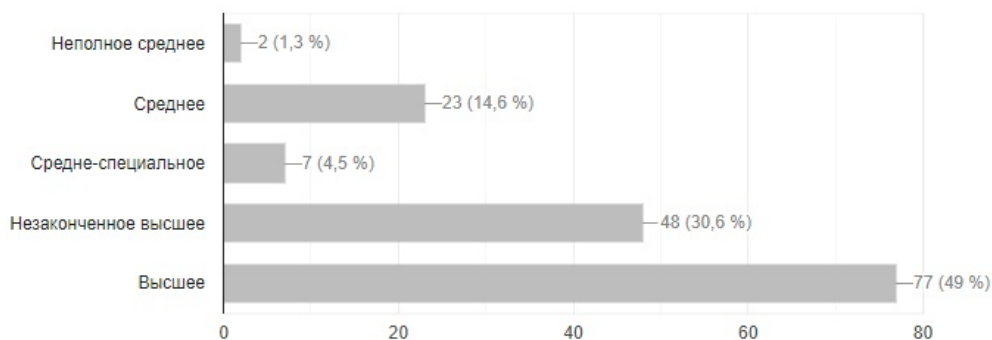


Рисунок 3. **Уровень образования респондентов**
[Figure 3. **Participants' level of education**]

Уровень образования распределён следующим образом, как показано на рисунке 3. 49% участников ассоциативного эксперимента имеют высшее образование и 30,6% – неоконченное высшее. Также принимали участие в эксперименте респонденты со средне-специальным и средним образованием – 4,5% и 14,6% соответственно. Географическая карта распределения участников проиллюстрирована на рисунке 4. В неё входят 8 городов России. Присутствует один иностранный город, однако этим можно пренебречь, так как данные укладываются в рамки экспериментальной погрешности 0,1%.



Р и с у н о к 4. **Географическая карта респондентов**
[F i g u r e 4. **Participants' geography**]

Таким образом, контингент испытуемых – это образованные молодые люди до 45 лет, большей частью женщины, проживающие в мегаполисах.

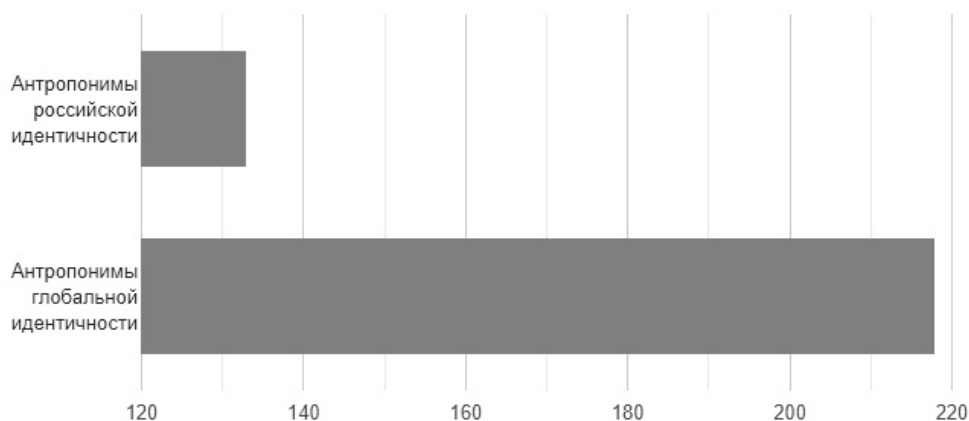
На третьем этапе эксперимента проведена обработка данных. В ходе эксперимента получено 374 ассоциата. Из них 354 ассоциата относятся к антропонимам. Оставшиеся 19 ассоциатов из 374 не учитывались при дальнейшей обработке данных. Среди неучтённых реакций были ответы респондентов, затруднившихся ответить на вопрос или не разобравшихся в задании. Из них было названо 8 женских и мужских имён (Владимир, Иосиф, Александр, Алексей, Анна, Светлана, Наталья, Никита), 3 – затруднились отве-

тить. Единичные ответы были следующими: 1 – медийные личности, 1 – собирательный образ, 1 – здоровые и счастливые люди, 1 – счастливые, 1 – счастливые и уверенные в себе люди, добивающиеся своей цели, 1 – независимые, 1 – ответил, что таких нет.

При обработке экспериментальных данных все ассоциаты были разделены на 2 группы по признаку принадлежности к глобальной (чаще англосаксонской) культурно-ценностной матрице и национальной (локальной) культурно-ценностной матрице. При возникновении спорных моментов уточнялись доминирующая и географическая принадлежность носителя антропонима к глобальным или локальным ценностям и алгоритмам посредством глобальной сети. Как видно из графического представления данных (рис. 5), на антропонимы российской идентичности приходится 37,9% от общего количества и 62,1% – на антропонимы глобальной идентичности. Наблюдается значительный перевес в сторону глобальной отождествлённости концепта УСПЕШНЫЕ ЛЮДИ в языковом сознании респондентов и их мировидения относительно локальной.

Было проанализировано 1134 знака с использованием программы текстового анализа «Миратекст». Самые популярные сочетания из 2 слов, иллюстрирующие принадлежность к глобальной идентичности – это Илон Маск, Павел Дуров, Билл Гейтс, Стив Джобс, Олег Тиньков, Стивен Кинг, Генри Форд, а принадлежность к локальной (в нашем исследовании российской) идентичности – это Владимир Путин и Юрий Гагарин (рис. 6). Необходимо отметить, что только 0,5% респондентов назвали успешными людей, с которыми лично знакомы, и только в одной реакции респондент назвал себя успешным человеком. Таким образом, опираясь на полученные данные, можно утверждать, что в языковом сознании успешность человека не связывается с текущей локацией и с социумом (локальным сообществом), в котором пребывает человек. Успешность связывается, прежде всего, с медиаперсонами, героями новостных лент и развлекательного контента, транслирующих глобальные тренды.

Ассоциаты, отнесённые к первой или второй группе, – это в основном единичные реакции, однако встречаются и ассоциаты, указанные несколькими респондентами. Частотность ассоциатов представлена на рисунке 5. Количество антропонимов, соотносимых с глобальной идентичностью, на 62 % больше, чем количество антропонимов, соотносимых с российской идентичностью.



Р и с у н о к 5. Количественное соотношение антропонимов российской идентичности и глобальной идентичности

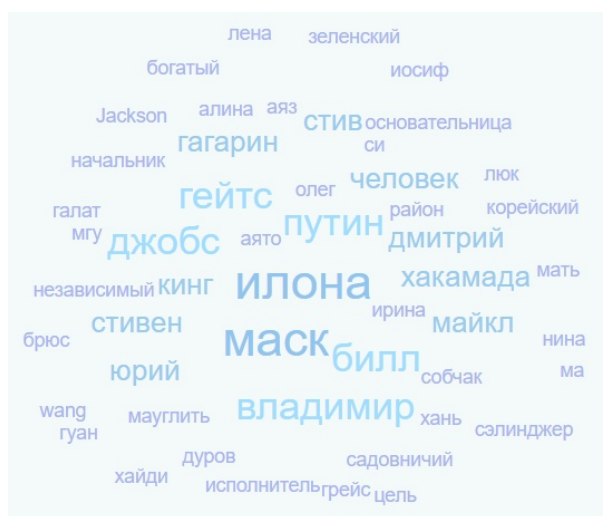
[F i g u r e 5. Russian and global identity proportion of anthroponyms]

Лексические облака антропонимов позволили визуализировать исследуемый материал согласно частотности употребления лексических единиц: наиболее часто упо-

требляемые лексемы обозначены крупным шрифтом и тяготеют по расположению ближе к центру облака, а наименее частотные лексемы обозначены мелким шрифтом и находятся дальше от центра облака (рис. 6–10).

Четвёртый этап эксперимента включает разделение не только по признаку принадлежности к глобальной и российской (локальной) идентичности, но и гендерной. Это позволило создать два женских и мужских антропонимических портрета. В результате обработки экспериментальных данных получили следующие цифры:

- 46 женских антропонимов российской (локальной) идентичности,
- 90 мужских антропонимов российской (локальной) идентичности,
- 23 женских антропонима глобальной идентичности,
- 100 мужских антропонимов глобальной идентичности.



Р и с у н о к 6. Антропонимическое облако реакций на слово стимул *успешные люди*
[F i g u r e 6. Anthroponymic cloud of reactions to the token *successful people*]

Анализ показывает, что для носителей русского языкового сознания образ успешного человека персонифицирован в основном мужскими антропонимами: в случае российской идентичности практически в 2 раза частотнее (46 и 90), а в случае глобальной идентичности – больше, чем в 4 раза (23 и 100). Интерпретировать эти данные можно следующим образом: если учесть, что большая часть респондентов является женщинами, а именно 74,5%, можно предположить, что в современных российских реалиях гендер имеет ключевое значение, и обладание мужским гендером считается важной составляющей успеха в жизни (причём, по мнению большей части женщин).

Рассмотрим женские гендерные антропонимические портреты (рис. 7–8). Женский портрет российской идентичности персонифицирован такими антропонимами, как Ирина Хакамада, Ольга Бузова, Алина Кабаева, Екатерина II, Анастасия Ивлеева и другие. Образ успешной женщины в российском пространстве ассоциируется с Ириной Хакамадой, российским экономистом и политическим деятелем, журналистом и ведущей. В противоположность ей успешность персонифицируется именем Ольги Бузовой, противоречивой блогерши и певицы, телеведущей и участницы различных развлекательных шоу. Помимо современных антропонимов довольно частотны исторические, например, имя Екатерины II, последней императрицы-регентши Российской империи и дольше всех правившей женщины-лидера. Также популярны антропонимы олимпийской чемпионки, общественного деятеля, Алины Кабаевой, и популярной блогерши, ведущей развлекательных мероприятий и программ, Анастасии Ивлеевой.

заки, Железный человек, Наруто, Мадара, Брюс Уэйн, Фэллон Кэррингтон), певцы и артисты (Джони Деп, Гарри Стайлс, Дженсен Эклз, Миша Коллинз, Джеки Чан, Сталоне, Джим Керри, Шварцнегер, Джои Джордисон, Джеймс Хэтфилд, Уилл Смит, Сэм Кук, Майкл Джексон, Мэтт Смит), изобретатели и учёные (Эдисон, Хокинг), политические и экономические деятели (Безос, Черчилль, Джек Ма, Баффет, Хартманн), блогеры и инфлюенсеры (Грег Плитт). Самыми массовыми категориями стали категории южно-корейских и англосаксонских певцов и артистов. В связи с чем можно предположить, что успех ассоциируется с популярностью и общественным признанием у данной части респондентов.

3. Заключение [Conclusion]

Интенсивное освоение новых технологий стимулирует глобализационные процессы, а именно – формирование единого глобального языкового сознания. В этом свою ведущую роль играют средства массовой информации, наполняя мир идентичными смысловыми компонентами и конструкциями. Всё это в комплексе делает возможным выработку унифицированного мировидения с едиными образцами успешности, персонифицированными в именах государственных деятелей, бизнесменов, лидеров мнений и блогеров, артистов и певцов, а также иных деятелей досуговой культуры.

Проведённый в рамках настоящего исследования ассоциативный эксперимент показал, что в российском языковом сознании с концептом УСПЕШНЫЕ ЛЮДИ ассоциируются в первую очередь финансово обеспеченные персоналии, во вторую – государственные деятели. И только в третью очередь респонденты считают образцами успеха артистов, певцов, блогеров и прочих медиаперсон досугово-развлекательной индустрии. Об этом свидетельствует частотность соответствующих антропонимов, вербализующих указанный концепт.

Представляется перспективным продолжить исследование в данном ключе, расширив его масштаб и географию, ведь концепция антропонимического портретирования применима не только к исследованию российского языкового сознания, но и языкового сознания жителей других регионов, стран или нескольких стран, объединённых по какому-либо признаку.

Библиографический список

- Андриенко, 2016 – Андриенко А. А. Лингвокультурные особенности оценочных предикатов концепта «Успех» в русском и американском варианте английского языка // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 12-4 (66). С. 69–72.
- Барина и др., 2010 – Барина И. А., Нестерова Н. М., Овчинникова И. Г. «Языковое сознание»: к вопросу об определении и интерпретации термина // Вестник ПНИПУ. Проблемы языковедения и педагогики. 2010. № 4. С. 4–10.
- Головин, 1998 – Головин С. Ю. Словарь практического психолога. М.: АСТ, Харвест. 1998. 592 с.
- Гордиенко, 2008 – Гордиенко Т. Н. Идиоматическая представленность концепта «успех» в английском и русском языках: на материале пьес XX века: дисс.... канд. филол. наук: 10.02.20; Моск. гос. обл. ун-т. М., 2008. 151 с.
- Колесник и др., 2016 – Колесник Е. С., Чернобай С. Е. Особенности вербализации концепта «Успех» в английской фразеологической картине мира // European Journal of Literature and Linguistics. 2016. № 3. С. 3–5.
- Мамонова, 2019 – Мамонова Н. В. Англоязычные заимствования в современных городских текстах (на примере г. Челябинска) // Вестник Северного (Арктического) фед. ун-та. Сер.: Гуманитарные и социальные науки. 2019. № 3. С. 25–32. <https://doi.org/10.17238/issn2227-6564.2019.3.25>
- Манн, 2019 – Манн М. Источники социальной власти: в 4 т. Т. 4: Глобализации, 1945–2011 годы / пер. с англ. А. Гуськова, С. Коломийца, О. Левченко. 2-е изд., испр. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС. 2019. 672 с.

- Стиглиц, 2003 – Стиглиц Дж. Ю. Глобализация: тревожные тенденции. М.: Мысль: Нац. обществ.-науч. Фонд, 2003. 300 с.
- Ушакова, 2000 – Ушакова Т. Н. Языковое сознание и принципы его исследования // Языковое сознание и образ мира / отв. ред. Н. В. Уфимцева. М.: Ин-т языкознания Российской академии наук, 2000. С. 13–23.
- Хлопова, Ладоса, 2021 – Хлопова А. И., Ладоса О. М. Лексико-семантическое содержание ценности «Erfolg» в немецкой лингвокультуре // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2021. Вып. 7, № 2. С. 135–151. https://doi.org/10.22250/24107190_2021_7_2_135_151
- Хрынина, 2009 – Хрынина Е. Н. Лингвокультурная специфика концепта «успех / erfolg»: автореф. дис. ... канд. филол. наук; 10.02.19. Ставрополь, 2009. 24 с.
- Эренбург, 2006 – Эренбург Н. Р. Концепт успех и его репрезентация в русском языке новейшего периода: автореф. дис. ... канд. филол. наук; 10.02.01. Воронеж, 2006. 24 с.
- Brito, Adeodato, 2022 – Brito K., Adeodato P. J. L. Measuring the performances of politicians on social media and the correlation with major Latin American election results // Government Information Quarterly. 2022. Vol. 39, Iss. 4, 101745. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.101745>
- Freyth et al., 2023 – Freyth L., Batinic B., Jonason P. K. Social media use and personality: Beyond self-reports and trait-level assessments // Personality and Individual Differences. 2023. Vol. 202. 111960. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2022.111960>
- González-Cacheda, Cancela Outeda, 2021 – González-Cacheda B., Cancela Outeda C. Political crowdfunding and resource mobilization for collective action: The keys to success // Technology in Society. 2021. Vol. 67, 101743. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101743>
- Guan, Liang, Zhu, 2022 – Guan L., Liang H., Zhu J. J. H. Predicting reposting latency of news content in social media: A focus on issue attention, temporal usage pattern, and information redundancy // Computers in Human Behavior. 2022. Vol. 127, 107080. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107080>
- Kosan, Urgen, 2022 – Kosan M. A., Karacan H., Urgen B. A. Predicting personality traits with semantic structures and LSTM-based neural networks // Alexandria Engineering Journal. 2022. Vol. 61, Iss. 10. P. 8007–8025. <https://doi.org/10.1016/j.aej.2022.01.050>

References

- Andrienko A. A. (2016). Lingvokul'turnye osobennosti otsenochnykh predikatov kontsepta “Uspekh” v russkom i amerikanskom variante angliyskogo yazyka [Linguistic and cultural features of evaluative predicates of the concept “Success” in the Russian and American versions of the English language]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philology. Theory & Practice], № 12-4 (66), 69–72. (In Russ.).
- Barinova, I. A., Nesterova, N. M., Ovchinnikova, I. G. (2010). “Yazykovoe soznanie”: k voprosu ob opredelenii i interpretatsii termina [“Linguistic consciousness”: On the definition and interpretation of the term]. *Vestnik PNIPU. Problemy yazykoznaneya i pedagogiki* [PNRPU Linguistics and Pedagogy Bulletin], 4, 10–21. (In Russ.).
- Golovin, S. Yu. (1998). *Slovar' prakticheskogo psikhologa* [Dictionary of a practical psychologist]. Moscow: AST Press, Harvest Press.
- Gordienko, T. N. (2008). *Idiomaticheskaya predstavlenost' kontsepta “uspekh” v angliyskom i russkom yazykakh: na materiale p'es XX veka* [Idiomatic representation of the concept of “success” in English and Russian]. PhD in Philological sci. diss.: Mosk. gos. obl. un-t. Moscow. (In Russ.).
- Kolesnik, E. S., Chernobay, S. E. (2016). Osobennosti verbalizatsii kon-tsepta “Uspekh” v angliyskoy frazeologicheskoy kartine mira [Peculiarities of verbalization of the concept ‘Success’ in English phraseological picture of the world]. *European Journal of Literature and Linguistics*, № 3, 3–5. (In Russ.).
- Mamonova, N. V. (2019). Angloyazychnye zaimstvovaniya v sovremennykh gorod-skikh tekstakh (na primere g. CHelyabinska) [English-language borrowings in modern urban texts (Exemplified by the city of Chelyabinsk)]. *Vestn. Sev. (Arktich.) feder. un-ta. Ser.: Gumanit. i soc. nauki* [Bulletin of the Northern (Arctic) Federal University. Series: Humanities and Social Sciences], 3, 25–32. (In Russ.). <https://doi.org/10.17238/issn2227-6564.2019.3.25>

- Mann, M. (2019). *Istochniki sotsial'noy vlasti: v 4 t. T.4 : Globalizatsii, 1945–2011 gody* [Sources of Social power: In 4 volumes. Vol. 4. Globalization, 1945–2011]. Moscow : «Delo» RANEPa Press. (In Russ.).
- Stiglits, Dzh. Yu. (2003). *Globalizatsiya: trevozhnye tendentsii* [Globalization: Alarming trends]. Moscow : Mysl' Press. (In Russ.).
- Ushakova, T. N. (2000). Yazykovoe soznanie i printsipy ego issledovaniya [Linguistic consciousness and the principles of its research]. *Yazykovoe soznanie i obraz mira* [Language consciousness and the image of the world] (pp. 13–23). Moscow: Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences Press. (In Russ.).
- Khlopova, A. I., Ladoshina, O. M. (2021). Leksiko-semanticheskoe sodержanie tsennosti “Erfolg” v nemetskoj lingvokul'ture [Lexical and semantic content of the “Erfolg” value in German linguistic culture]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika* [Theoretical and Applied Linguistics], 7 (2), 135–151. https://doi.org/10.22250/2410-7190_2021_7_2_135_151
- Khrynina, E. N. (2009). *Lingvokul'turnaya spetsifika kontsepta “uspekh / erfolg”* [Linguocultural specifics of the concept “success / Erfolg”]. Author’s abstract of PhD in Philological sci. diss. Stavropol : Stavropol State University. (In Russ.).
- Erenburg, N. R. (2006). *Kontsept uspekh i ego reprezentatsiya v russkom yazyke noveyshego perioda* [The concept of success and its representation in the Russian language of the modern period] : Author’s abstract of PhD in Philological sci. diss. Voronezh : Voronezh State University. (In Russ.).
- Brito, K., Adeodato, P. J. L. (2022). Measuring the performances of politicians on social media and the correlation with major Latin American election results. *Government Information Quarterly*, 39 (4), 101745. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.101745>
- Freyth, L., Batinic, B., Jonason, P. K. (2023). Social media use and personality: Beyond self-reports and trait-level assessments. *Personality and Individual Differences*, 202, 111960. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2022.111960>
- González-Cacheda, B., Cancela Outeda, C. (2021). Political crowdfunding and resource mobilization for collective action: The keys to success. *Technology in Society*, 67, 101743. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101743>
- Guan, L., Liang, H., Zhu, J. J. H. (2022). Predicting reposting latency of news content in social media: A focus on issue attention, temporal usage pattern, and information redundancy. *Computers in Human Behavior*, 127, 107080. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107080>
- Kosan, M. A., Karacan, H., Urgan, B. A. (2022). Predicting personality traits with semantic structures and LSTM-based neural networks. *Alexandria Engineering Journal*, 61 (10), 8007–8025. <https://doi.org/10.1016/j.aej.2022.01.050>