

Ліна МАЄВСЬКА,

orcid.org/0000-0002-3907-2461

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри німецької та французької мов
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
(Харків, Україна) *germfran@karazin.ua*

Ірина РУДНЄВА,

orcid.org/0000-0003-3205-516X

кандидат педагогічних наук,
завідувач кафедри німецької та французької мов
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
(Харків, Україна)

НОВОТВОРИ У СУЧАСНИХ МОВАХ

Стаття присвячена процесам формування нових слів у сучасних слов'янських, германських і романських мовах. Згаданий феномен спостерігається останніми роками у сучасному мовленні. У зв'язку зі світовими тенденціями до глобалізації утворення нових слів і запозичення іношомовних набуває ширшого масштабу. Автори пояснюють чинники нових яскравих модифікацій у мовах як реакцію на соціально-економічні, політико-правові зміни у суспільному житті.

Актуальність статті пояснюється тенденцією сучасних слов'янських, германських і романських мов до запозичення іношомовних слів і їхньої адаптації до національної мови, що зумовлює необхідність фіксації авторських лексичних неологізмів для їх подальшого вивчення. Постійний інтерес наукової спільноти до вивчення причин і закономірностей виникнення і функціонування новоутворених слів лише підтверджує назрілий характер процесів, які відбуваються. Поява лексичних неологізмів у сучасних мовах має послідовно-логічний характер, оскільки оновлення та збагачення словникової складової частини мов за допомогою запозичень є природним явищем.

Авторами була здійснена спроба визначити місце новотворів у сучасних мовах. Було проведено дослідження особливостей виникнення та функціонування новоутворених слів у різних сферах людської діяльності на прикладі найуживаніших у слов'янських, германських і романських мовах. У статті наведена класифікація неологізмів за різними тематичними групами, що, у свою чергу, дозволило визначити сфери життєдіяльності людини, для яких більш характерним стає феномен формування нових слів.

Стаття містить деякі критичні зауваження щодо доречності вживання певних лексичних одиниць, наводиться аналіз конкретних прикладів новотворів у слов'янських, германських і романських мовах.

Автори статті дослідили взаємодію різних соціумів, комунікативну та мовну поведінку людини, притаманну різним соціальним групам в умовах певної культури, і дійшли висновків щодо комунікативної спрямованості новотворів.

Ключові слова: германські мови, дискурс, когніція, комунікація, новотвори, романські мови, слов'янські мови, хроногенез.

Lina MAIEVSKA,

orcid.org/0000-0002-3907-2461

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of German and French Languages
of V. N. Karazin Kharkiv National University
(Kharkiv, Ukraine) *germfran@karazin.ua*

Iryna RUDNIEVA,

orcid.org/0000-0003-3205-516X

Candidate of Pedagogical Sciences,
Acting Head of Department of German and French Languages
of V. N. Karazin Kharkiv National University
(Kharkiv, Ukraine)

NEOLOGISMS IN MODERN LANGUAGES

The article is devoted to the processes of new word formation in modern Slavic, Germanic and Romance languages. This phenomenon has been observed in recent years in modern speech. Due to world trends in globalization, word formation and loan are gaining in scale. The authors explain the factors of the new striking modifications that have emerged in languages as a reaction to socio-economic, political and legal changes in public life.

The relevance of the article is explained by the tendency of modern Slavic, Germanic and Romance languages to borrow foreign words and adapt them to the national language, which predetermines the fixation of the authors' lexical neologisms for their further study. The constant interest of the scientific community in the study of the causes and patterns of the emergence and functioning of newly formed words merely confirms the significance of the processes that take place. The emergence of lexical neologisms in modern languages is sequentially logical, since updating and enriching the vocabulary component of languages through borrowing or adapting is a natural phenomenon.

The authors tried to determine the place of neologisms in modern languages. A study was conducted on the peculiarities of the emergence and functioning of newly formed words in various spheres of human activity, using the most commonly used words in Slavic, Germanic and Romance languages. The article presents the classification of neologisms by different thematic groups, which, in turn, made it possible to identify areas of human activity, for which the phenomenon of forming new words is more characteristic.

The article contains some critical remarks about the appropriateness of using certain lexical units, specific examples of new developments in Slavic, Germanic and Romance languages are analyzed.

The authors of the article examined the interaction of different societies, communicative and linguistic conduct of a person inherent to different social groups in the context of a particular culture, and concluded that the newly formed words are communicatively oriented.

Key words: Germanic languages, discourse, cognition, communication, novelties, Romance languages, Slavic languages, chronogenesis.

Постановка проблеми. У статті висвітлюється проблема дослідження процесів формування новотворів у сучасних мовах. Ця проблема набула нагального значення, оскільки для виконання комунікативних функцій важливе оволодіння виразною й експресивною лексикою, складовою частиною якої є новотвори.

Аналіз досліджень. Дослідженням феномену появи нових слів у різних аспектах (лексичному, стилістичному, словотворчому тощо) займалися як вітчизняні науковці, так і закордонні, серед них: І. В. Андрусак, І. І. Ковалик, Н. Ф. Клименко, І. Г. Матвіяс, А. П. Медушевський, Н. А. Москаленко, О. А. Мітчук, М. Я. Плющ, О. А. Стишов та ін. Велика кількість праць свідчить про те, що інтерес до вивчення цієї проблеми не згасає.

Мета статті полягає у визначенні місця новотворів у сучасних мовах, дослідженні особливостей виникнення та функціонування у різних сферах життя суспільства, а також у проведенні аналізу найпоширеніших сфер виникнення нових слів.

Виклад основного матеріалу. Останніми десятиріччями спостерігається тенденція до збагачення національних мов (у статті аналізуються слов'янські, германські та романські мови) за допомогою формування нових слів і запозичення іншомовних. Автори пояснюють чинники нових яскравих модифікацій у мовах, бо останні, як усякий живий організм, швидко реагують на гострі соціально-економічні зміни у суспільстві та на психофізіологічні перевантаження людини, що супроводжуються за звичаєм стресом або невідзначеністю. Не викликає сумніву комунікативна спрямованість новотворів, взаємодія різних соціумів, комунікативна, мовна поведінка людини, притаманна різним соціальним групам в умовах

певної культури. Тобто сучасний фактор є характерним, важливим у мовних процесах лінгвістичного, психологічного, філософського напрямів.

У зв'язку з цим слід згадати лінгвістичне дослідження Т. ван Дейка про соціолінгвістичний, «соціокогнітивний підхід», який звівся до тріади «дискурс – когніція – суспільство». Престижність вживання нової лексичної одиниці має місце у всіх соціальних групах у відповідний період часу, незважаючи на існування мовної норми для носіїв різних культур. Престижність включає соціальний стан, місце проживання, освіту, вимову запозичень, соціальний стан батьків тощо, тобто екстралінгвістичні фактори впливають певною мірою на внутрішні закони мови, прискорюють або уповільнюють їхню дію (Маєвська, 2014: 545–605). Та ці фактори не в змозі ні знищити, ні створити нові закони. Ця думка об'єднує як вітчизняних, так і зарубіжних лінгвістів, котрі проводять подібні дослідження.

Окрім цього, письмові джерела (словники, довідкова література) не встигають за реаліями швидкоплинного життя. Німецькомовний, французькомовний, слов'янськомовний європейські ареали багаті регіональними (включаючи наголос у словах, мелодію речення) діалектами, варіантами літературної мови. Міграційні процеси у Європі сприяють поширенню й одночасно поглибленню мовних контактів, що призводить іноді до паралельного використання обох форм існування мов. У Німеччині прикладами цього можуть бути Гамбург, Баварія, в Україні – прикордонні райони Західної України, у Росії – регіони на кордоні з Білоруссю, у Франції – регіони Ельзасу, Аквітанії.

У цьому зближенні значну роль відіграють не тільки комунікативні ситуації, але й психоемоційний стан самих комунікантів. Вже не є поодиноким

вживання таких діалектичних форм привітання, як «Moin, Moin» (Північ Німеччини), «Grüß Gott» (Південь Німеччини), «Servus» (Австрія), «Salü» або «Gruezi» (Швейцарія). Вони є яскравим прикладом як динамічності мови, так і взаємодії регіонального варіанту мов зі стандартними мовами європейського ареалу. Привітання – це невід’ємна частина життя людини, вони різноманітні й іноді непередбачувані.

Типовим і давнім звичаєм привітання є запалені свічки, особливо на днях народження, це стосується і слов’янського ареалу. Однак смислове навантаження такої традиції може різнитися залежно від ареалу, наприклад, у Німеччині свічки також можуть бути на столі, коли запрошені гості. Вони символізують дружні, теплі взаємини між людьми. Останнім часом спостерігається запозичення таких звичаїв і в Україні. Ніхто вже не акцентує увагу на тому, що ця традиція зародилася у Греції. У цій країні день народження святкував тільки глава сім’ї – батько або чоловік. Хіба це не успішна комунікація? «Саме спілкування як соціальна діяльність організовує і регулює соціально-культурну, наукову, освітню, побутову та інші сфери життя суспільства», – зазначає професор О. Г. Стеріополо (Стеріополо, 2016: 297).

Звернімося знову до тріади «дискурс – когніція – суспільство». У сучасних науках на першому місці стоїть антропоцентричний фактор – людина як носій мови. Саме людина думає, говорить, дає та сприймає інформацію, реагує на неї, створює нове слово, переосмислює зміст вже наявного слова, вживає іншомовне слово, щоб точніше передати реальну ситуацію, комунікативну дію, мотив. Тому когніція посідає в цій тріаді центральне місце, бо вона є посередником між людиною та суспільством. Соціальний фактор впливає на мозок людини, а той створює нову когніцію. Створенню нової одиниці передують той значний досвід, який одержав мовець впродовж усього життя.

Мова – багатоплановий соціальний феномен, і ступінь свободи мовної поведінки людини надзвичайно високий. Завдяки цьому з’являються атрактивні (привабливі) лексичні одиниці, композити, які економно, влучно відтворюють те нове, що з’явилося у мовному середовищі суспільства (Körperklima, стартапер, крафтове морозиво, Wegwerfgesellschaft, Handyfasten...). Мовний контекст у цьому разі колективний, емоційний. Він показує зовнішні, об’єктивні фактори, котрі впливають не тільки на формування світогляду, але й на створення комунікації, мовної поведінки, притаманної соціальним групам. «Соціокогнітивний

підхід до аналізу нових композит, які народжені часом і свідком яких ми є, дозволяє нам ще раз наголосити на зв’язку дискурсу і суспільства» (Маєвська, 2019: 120). (дискурс (фр. discours – промова, виступ, слова, розмова (на тему)) – у широкому сенсі складна єдність мовної практики і надмовних факторів (значима поведінка, що маніфестується в доступних почуттєвому сприйняттю формах), необхідних для розуміння тексту, єдність, яка дає уявлення про учасників спілкування).

Зазначимо, що групове спілкування, міжособистісне спілкування, масова, публічна комунікація вимагають чітко організованого дискурсу, тексту, діалогу, дотримання «правил і норм лексичного і граматичного вибору... Важливою виявляється також фонація мовця – шепіт обмежує, а гучність голосу розширює кількість співрозмовників» (Стеріополо, 2016: 301). Комунікативна діяльність людини визначається її потребами, які є різноманітними: обмін думками із представниками іншої культури, знайомство зі співрозмовниками, отримання необхідної інформації, іноді бажання визначити соціальний статус людини – чи вона наближається до нього, чи просто використовує його, щоб бути ближчим до цього соціуму із причин престижності. Частіше новотвори сучасних мов – композити. Як приклад хочемо навести такий часто вживаний композит, як: Wohlstandsmüll, бо він характеризує той прошарок суспільства, котрий дозволяє собі міняти предмети туалету, меблі тощо, які прослужили недовго, але власники прагнуть придбати щось нове. Сюди можна додати також Wegwerfgesellschaft, Lichtverschmutzung, Außer-Haus-Verzehr, що характеризують статус всієї країни як багатой. Це насамперед стосується Німеччини, Австрії, Швейцарії.

Зібраний матеріал мовних новотворів дає нам можливість виокремити тематичні групи, класифікувати цю нову лексику як інформативні продукти, створені останніми десятиріччями:

I Соціум	III Ринок праці	V Політика
II Людина. Музика	IV Туризм	VI Зневажлива лексика

Джерелом слугували газети, журнали, реклами, туристичні проспекти України, Росії, Німеччини, Франції, Австрії та Швейцарії. Оразу відзначимо, що у всіх тематичних групах наявні англо-американізми, яких доволі багато, і латинізми (р.р. – per proсura – за дорученням; а.а. – ad acta – до справи), запозичення із французької мови (invogue) зустрічаються значно рідше.

Мова як код не є ізольованою автономною структурою. Вона, якщо можна так сказати,

вбудована у загальний механізм пізнання як необхідний модуль. Хоча подієвий світ існує об'єктивно, людина сприймає його суб'єктивно. Це залежить від багатьох факторів, насамперед від особистості, котра сприймає своєю свідомістю реальну дійсність. Чим вищий статус індивіда, тим ширше коло комунікаційних ситуацій. У соціумах з'являється велика кількість нових слів, оновленої лексики, ідей, нових відносин, таких, що людина інколи не встигає осмислити весь цей багаж, який ховається в новомодних словах, виразах і не завжди наявний.

Інформаційний бум докорінно змінив розстановку сил у суспільстві та змусив усіх нас говорити про єдине інформаційне коло, про міжкультурні зв'язки, про взаємодію майже у всіх сферах життя. Тому вже недостатньо словників, щоб проаналізувати значення слова, виникає необхідність розкрити значення слова, враховуючи його динаміку і зміну середовища, де воно функціонує: Freiraum – час для себе, Time-out – канікули, стартапи – люди, які працюють у інноваційних фірмах. Необхідно зауважити, що у всіх групах вибрані найбільш яскраві приклади, оскільки переклад композитивів є важким, бо неможливо вмістити зміст в одне слово, а їхня кількість не дає змоги дослідити повною мірою в межах цієї статті. Для того, що у германських мовах економне, влучне, яскраве, слов'янські мови потребують декілька слів. Іноді краще цей інформаційний продукт не перекладати, а вживати таким, яким він існує в рідній мові, залишаючи транслітерацію: Jetztdownloaden und Wochengratisstesten; Einleichtesmake-up zum Business – Outfit.

Звернемося до групи I «Соціум»

Handyfasten – щоб зрозуміти, що автор словотвору мав на увазі, слід звернутися до релігійної термінології, «Fasten» – піст, коли деякий час небажано вживати деякі продукти. Отже, цей новотвір треба розуміти як заборону тотального користування мобільними телефонами хоч деякий час на користь здоров'я людини.

Turbo-Job – працювати не менше, але швидше;

Meinungsmultiplikator – людина, котра формує світогляд загалом;

Panikattacke – зниження якості життя;

Entwicklungspsychologe – домашній психолог;

Lesactifs d'une société – громадяни суспільства, які працюють / капітал компанії;

Gratte-ciel – хмарочос.

Група II: **Людина. Музика**

Work-Child-Balance – гармонія між роботою і сім'єю;

Not-to-do-Liste – самолікування;

Anderssprachige – іноземець;

Außer-Haus-Verzehr – завсідник;

Playmobilfigure – іграшки із пластику;
Wiedergehören – співак/музикант, котрий звертається до класики або старих пісень;

Signalrot – червоне пальто;

Baltikblau – легка куртка;

Sérénade – серенада;

Carrosse – карета;

Boycotter – бойкотувати.

Група III: **Ринок праці**

Start-up – стартап(и), надзвичайно часто вживаний англiцизм у германських, слов'янських мовах – інноваційні фірми та люди, які в них працюють;

Freiraum – час для себе;

Full-time-job – 40-годинний робочий тиждень;

Quereinsteiger(-in) – люди, котрі добровільно змінили професію;

Einzeldenkzone – зона спокою у приміщенні на роботі;

Gruppenarbeitszone – місце, де можна обговорювати проблеми;

Work-Life-Balance – рівновага: робота – життя;

Digital nomad – вільна людина, не прив'язана до одного місця; сама вибирає, де працювати;

Surhomme – надлюдина;

Partenaire – партнер.

Група IV: **Туризм**

Trend – Metropole – велике, популярне серед туристів місто;

Globetrotter – турист;

Billigflieger – турист, який літає авіакомпаніями за зниженим тарифом;

Outdoor-Trip – коротка вилазка на природу;

Couch-Surfer – турист, що під час подорожі ночує безкоштовно;

Fernweh – сильне бажання подорожувати.

Група V: **Політика**

Groß – більшість;

Groco – велика коаліція;

Eingebundenheit – інтеграція;

Nächstenliebende – толерантність;

Icebreaking – подолання відчуження між опонентами;

Brainstorming – мозковий штурм;

Zugzwang – погіршення економічного стану.

Група VI: **Зневажлива лексика слов'янських мов**

Кнопкодави, нахімічити, фейкувати, кіберполіція.

До лексиколізованих сполучень ми відносимо знайомі слова у новому значенні, т. зв. семантичні переосмислення. Соціальний ліфт – щодо міграції в Україні, стартер – освітня міграція.

Umfunktionieren (переорієнтовувати) – в уже відпрацьованих телекабінах створені креативні

бібліотеки, Nacker – у значенні «створити проблеми».

Лексика політики й екології вживає часто усічені слова з нео-, де-, новий.

В умовах мультилінгвальної Європи значне місце займають скорочення. Індивід як соціальний агент створює цей великий прошарок лексики у всіх мовах, які також можна класифікувати тематично. Це може бути окремим дослідженням із ґрунтовним аналізом скорочень-словотворень. Лінгвістична і культурна різноманітність вимагає від фахівців комунікативної компетентності. Скорочення іноді ускладнюють розуміння мовців, навіть серед фахівців, бо не всі скорочення ви знайдете у словниках. Тому автори переконані у необхідності оновлення вже наявних словників скорочень і створення нових. З цього приводу наводимо думку фахівця-хіміка О. М. Цурко, котра неодноразово стажувалася у західних університетах: «Мені інколи доводилося переходити на спілкування англійською мовою, бо в дослідницькій групі працювали фахівці з Ірану, Франції, Марокко, Японії, які не на достатньому рівні володіють німецькою. Німецька, англійська, російська були мовами-посередниками у нашому спілкуванні» (Цурко, 2015: 90). Отже, сучасність формує нову мету – вивчення мови упродовж всього життя. Це зафіксовано у німецькому скороченні LLL (lebenslanges lernen). Наведемо деякі скорочення:

1. MFK – Mund-und-Fußmalende-Künstler;
2. Komiket – Comic Market;
3. MINT – Mathe, Informatik, Naturwissenschaften, Technik;
4. k.-o – knock-out;
5. CIO – chief information officer (головний інформаційний директор);
6. ESV – Erich-Schmidt-Verlag;
7. CFO – chief financial officer (Головний фінансовий директор);
8. Wust – warenaumsatzsteuer;
9. CEO – chief executive officer – Vorstandsvorsitzende Soffin (ген. директор);
10. E-Learning – computergestütztes Fernlernen (комп'ютерне дистанційне навчання);
11. COO – chief operating officer (Головний операційний директор).

Новотвори, як ми бачимо, проходять по різних соціальних групах, тому що вони престижні, вживаються мовцями для потреб людей у актуальній соціальній інформації. Час – хроногенез – компонент суспільної свідомості, який займає важливе місце у моделі світу. Що стосується хроногенезу, то нам вдалося зафіксувати рік появи деяких новотворів: E-Learning (1992), Leartec (1994).

Термін «антропоцен» у 2002 р. запропонував лауреат Нобелівської премії з хімії Пол Крутцен. Він був прийнятий екологами і геологами й означає «епоха людини». Ретроспективно термін був віднесений до середини ХХ ст. в ознаменування того періоду, коли люди почали завдавати планеті непоправної шкоди, повідомляє Джо Пінкстоун у британському виданні «Daily Mail». А професор Ян Заласевич з університету Лестерн зазначив, що нічого дивного в цьому немає, бо в 2016 р. відбулося неофіційне голосування на Міжнародному конгресі у Кейптауні. Зараз група із 34 людей розробляє пропозиції, які в ХХІ ст. будуть винесені до розгляду на міжнародну комісію по стратиграфії, яка контролює формування офіційної школи геологічного часу.

У 2002 р. виник також термін «ендокрінопатія», що означає зворотній розвиток людини, старіння. Він найбільш вдало фіксує основні процеси старіння сучасної людини. Зараз науці вже відомо, що ці процеси можна загальмувати, якщо правильно підібрати гормональну терапію (професор М. Д. Транко).

Ще одним прикладом може слугувати колоратив «nude». Ця лексично і стилістично маркована одиниця швидко увійшла у німецьку мову і відразу долучилася до процесу словотворення: Nude – Look, rosige-nude-Palette, Nude – Pumps. У слові «nude» інтегровані знання мови і пізнавальні здібності людини. (Маєвська, 2014: 75). І ще два раптові лексичні продукти, датовані літом 2019р.–«казкотерапія» («сказкотерапія»), «казкотерапія») і «демаюкація». Перша лексична одиниця належить до термінології із соціальної дитячої психології. Авторство другого терміна належить народному депутатові О. Богомолець. Документ із новотвором, який не мав попередньої фіксації, з Пояснювальною запискою був поданий до Верховної Ради України. На думку О. Богомолець, існує необхідність «захистити культуру мови від ненормативної лексики» (Зайцева, 2019: 10). І хоча проект було відкликано, нещодавно утворений неологізм свідчить про популярність префіксу «де-» в українській мові.

Висновки. Отже, авторами було досліджено місце новотворів у сучасних національних мовах шляхом аналізу найбільш яскравих прикладів. Але потрібно зауважити, що ця проблематика має перспективу подальшого дослідження. Значна кількість скорочень потребує ретельної фіксації через оновлення або створення нових, бажано тематичних словників. Сучасна лінгвістика характеризується антропологічним підходом. Соціальність самої мови і людський фактор – це динамічна єдність мови і свідомості, мови і культури, мови і суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Маєвська Л. Д. Неологизмы – заимствованные как следствие социальной жизни человека. *Наукові записки: Філологічні науки*. Кіровоград, 2014. Вип. 126. С. 545–605.
2. Стеріополо О. Г. Успішна комунікація як соціально-комунікативна взаємодія адресанта і адресата. *Мова. Мовлення. Комунікація*. Київ : КНПУ, 2016. С. 296–303.
3. Маєвська Л. Д. Композити, народжені часом. *Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація* : збірник тез доп. учасн. XVIII наук. конф. з міжнародною участю. Харків, 2019. С. 101–103.
4. Цурко О. М. Спеціаліст-хімік та іноземна мова в новому міленіумі. *Мовна освіта: шлях до інтеграції*. Київ, 2015. Вип. LV. С. 90–91.
5. Маєвська Л. Д. Колоративи в немецкоязычной рекламе. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО*. Київ, 2017. Вип. 126. С. 72–75.
6. Зайцева А. Свобода слова Бранного. *Время*. Харків. 05.07.19. С. 10.

REFERENCES

1. Maievska L. D. Neolohizmy – zaimstvovaniia kak sledstvie sotsialnoi zhyzni cheloveka. [Neologisms – loan words as a consequence of human social life]. *Scientific notes: Philology of science*. Kirovograd. 2014. № 126. pp. 545–605 [in Russian].
2. Steriopolo O. H. Uspishna komunikatsiia yak sotsialno-komunikatyvna vzaiemodiia adresanta i adresata. [Successful communication as a social-communicative interaction between the addressee and the addressee]. *Language. Broadcasting. Communication*. Kyiv : KNPU, 2016. pp. 296–303 [in Ukrainian].
3. Maievska L. D. Kompozyty, narodzheni chasom. [Composites born of time]. *Karazin Readings: Man. Language. Communication*: collection of abstracts of the participants of the XVIII scientific conference with international participation. Kharkiv, 2019. pp. 101–103 [in Ukrainian].
4. Tsurko O. M. Spetsialist-khimik ta inozemna mova v novomu mileniumi. [Specialist chemist and foreign language in the new millennium]. *Language education: the path to integration*. Kiev. 2015. № LV. pp. 90–91 [in Ukrainian].
5. Maievska L. D. Kolorativy v nemetskoiazychnoi reklame. [Colors in German-language advertising]. *Scientific Bulletin of the UNESCO Chair*. Kiev. 2017. № 126. pp. 72–75 [in Russian].
6. Zaitseva A. Svoboda slova Brannoho. [Swear word freedom]. *Time*. Kharkiv. 2019. № 53 (18140). pp. 10 [in Russian].