

**ФИЛОЛОГИЯ. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И  
СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА  
PHILOLOGY. THEORETICAL, APPLIED AND COMPARATIVE  
LINGUISTICS**

Научная статья  
УДК 811.111-26

Филологические науки

<https://doi.org/10.26907/2658-3321.2023.6.4.533-544>

**ЗАГОЛОВОК КАК СИЛЬНАЯ ПОЗИЦИЯ  
ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ТЕКСТА**

**О.Л. Уткина**

*Орский гуманитарно-технологический институт (филиал)  
Оренбургского государственного университета, Орск, Россия  
olyaut@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2435-4319>*

**Аннотация.** В статье проведен анализ стилистических средств, которые используются в заголовках публицистических текстов для того, чтобы ярче выразить замысел автора и управлять интересом читателя. Актуальность работы определяется интересом исследователей к особенностям построения заголовков, которые, занимая сильную позицию в тексте, создают первое впечатление, вызывают любопытство.

Целью работы является исследование языковых средств выражения, используемых в заглавиях как сильных позициях публицистических текстов. Для достижения поставленной цели было изучено понятие «заголовок» и его особенности в публицистическом тексте. В статье проанализированы англоязычные газетные статьи на предмет выявления стилистических средств, используемых в заголовках как сильных позициях публицистических текстов. Было определено, что авторы газетных статей активно используют разнообразные стилистические средства, делая заголовки притягательными для читателя. В работе применялись следующие методы исследования: метод сплошной выборки, стилистический анализ языковых единиц, контекстуальный анализ слов. Материалом исследования послужили издания британских и американских газет The Times, The Guardian, The Financial Times, FT Weekend, Washington Post, The Daily Telegraph, New York Post, Fox News, Daily Mail, US Today.

**Ключевые слова:** заголовок; сильная позиция; публицистический текст; стилистические средства

**Для цитирования:** Уткина О.Л. Заголовок как сильная позиция публицистического текста. *Казанский лингвистический журнал*. 2023;6(4): 533–544. <https://doi.org/10.26907/2658-3321.2023.6.4.533-544>

Original article

Philology studies

<https://doi.org/10.26907/2658-3321.2023.6.4.533-544>

**A HEADLINE AS A STRONG POSITION OF A PUBLICISTIC TEXT**

**O.L. Utkina**

*Orsk Humanities and Technology Institute branch of Orenburg State University,  
Orsk, Russia*

*olyaut@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2435-4319>*

**Abstract.** The article deals with the analysis of stylistic devices which are used in the headlines of publicistic texts to express the author's idea in a brighter way and to direct readers' attention. The actuality is explained by the fact that the researchers are interested in the peculiarities of the construction of headlines which being a strong position in the text make the first impression and excite curiosity.

The research goal is to study linguistic expressive means which are used in headlines as strong positions of publicistic texts. The notion “headline” and its peculiarities in a publicistic text were investigated to achieve the goal. English-speaking newspaper articles were analyzed to discover the stylistic devices which are employed in the headlines as strong positions of publicistic texts. It was determined that newspaper authors use various stylistic devices to make the headline more vivid and magnetic. The following methods were applied in the article: continuous sampling method, stylistic analysis of linguistic units, contextual analysis. British and American newspapers The Times, The Guardian, The Financial Times, FT Weekend, Washington Post, The Daily Telegraph, New York Post, Fox News, Daily Mail, US Today served as research material.

**Keywords:** headline; strong position; publicistic text; stylistic devices

**For citation:** Utkina O.L. A Headline as a Strong Position of a Publicistic Text. *Kazan Linguistic Journal*. 2023;6(4): 533–544. (In Russ.). <https://doi.org/10.26907/2658-3321.2023.6.4.533-544>

Заголовок – это первое, что видит читатель. Заголовок информирует о содержании предмета, привлекает внимание читателя, для этого он должен быть легким для восприятия, смоделированным под определенную публику. Как «составляющая часть текста» [1, с.133], заголовок имеет двойственную природу: с одной стороны, он является составной частью целой статьи, а с другой – языковая структура, предвосхищающая текст, располагается перед ним, таким образом, находится за его пределами и имеет некоторую от него независимость. Заголовок «выражает основной замысел, идею, концепт создателя текста» [1, с.133]. Заголовок может дать краткое изложение текста или осветить отдельные стороны новостного повествования. «Эффективным средством задержать внимание читателя на важных по смыслу моментах и комбинаторных приращениях смысла является помещение их в сильную позицию, т.е. на такое место в тексте, где они психологически особенно заметны» [2, с. 54] Предваряя текст, заголовки оказывают первое впечатление, служат своего рода приманкой для читателя, поэтому, чтобы сделать его привлекательным от автора требуется творческий подход в подборе языковых средств.

Заглавие – «компрессированное нераскрытое содержание текста» [1, с.133]. Главное, чтобы читатель правильно воспринял, дешифровал заглавие, которое состоит из ключевых фраз, слов. Сложность интерпретации заключается в полисемантической англоязычной лексики, поэтому значение может быть трансформировано. Автору требуется так подобрать средства языка, чтобы они

подтолкнули читателя к «правильному» умозаключению по содержанию статьи и раскрыли подразумеваемый смысл. Творческое использование языка служит оформлением передаваемой информации.

В английском языке заголовки не подчиняются нормам грамматики, отличается типичным содержанием и внутренней организацией, это, прежде всего, касается лексики (короткие, волнующие, яркие слова с сильным дополнительным значением), глагольных форм (нарушение грамматического времени, преимущественное использование настоящего простого времени) и структуры предложений (эллипсис, который касается части текста или грамматической конструкции). Среди графических средств примечательными являются использование заглавных букв с нарицательными именами, различных шрифтов, особенно курсива, пунктуации.

Самым распространенным языковым средством, используемым в заглавии, является метафора. События, связанные с политической или социальной жизнью нередко сравниваются с боем, войной, сражением, нападением. Так, статьи в *The Guardian* гласят: “Trump describes 2024 elections as ‘the final *battle*’ from podium in Waco” (С подиума Уэйко Трамп характеризует выборы 2024 года «финальной *битвой*») (Здесь и далее по тексту перевод наш – О.У.) [*The Guardian*, 26.03.2023]; “Rishi Sunak outlines ‘immediate justice’ scheme *to combat antisocial behaviour*” (Риши Сунак очертил схему «незамедлительного правосудия», чтобы *бороться с антиобщественным поведением*) [*The Guardian*, 25.03.2023]. *The Financial Times* заявляет: “Tik Tok chief *struggles* to fend off US ban in front of hostile Congress” (Глава Тик Тока *изо всех сил старается* парировать запрет США перед враждебным конгрессом) [*The Financial Times*, 24.03.2023]. Слово “struggle” переводится как «бороться, биться, отбиваться» [3].

FT Weekend приводит такое заглавие: “Scholz rejects Deutsche fears as banks take another *pummelling*” (Шольц отрицает страхи немцев в то время как банки терпят очередное *избиение*) [FT Weekend, 25.03.2023]. Банковский кри-

зис, тема которого затронута в последнем примере, развивается также в издании Washington Post: “Banking fears set cash in motion” (Банковские страхи приводят в движение наличные) [Washington Post, 25.03.2023]. Ведущей эмоцией, сопровождающей осложнения банковской системы, называется «страх». Примечательно, что включение во фразу немецкого слова ‘Deutsche’ в качестве эпитета также служит привлечению внимания и усиливает эффектность заглавия. Автор делает акцент на идее того, что, с одной стороны, такой страх могут испытывать только немцы, а, с другой, - только немецкую территорию в наибольшей степени затронуло это чувство.

Беспорядки во Франции, вызванные пенсионной реформой газетные заголовки ряда англоязычных изданий практически единодушно называли «хаосом». Так, The Times пишет: “Chaos reigns in France” (Хаос царит во Франции) [The Times, 25.03.2023]. The Daily Telegraph повторяет эту мысль: “France falls into chaos as king’s visit cancelled” (Франция катится в хаос, поэтому визит короля отменяется) [The Daily Telegraph, 25.03.2023]. Череда погромов, столкновений людей с полицией – продукт «царствования» хаоса. Метафорический заголовок уводит читателя от истинных причин и виновных подобного рода событий, фокусирует внимание уже на их результате. Идиома ‘fall into’ – «падать в воду, яму» [3] придает заголовку эмоционально-оценочный смысл. Похожее высказывание касается и политической обстановки в Британии: ‘Why conservatism turned into chaos’ (Почему консерватизм обернулся хаосом) [The Guardian, 26.03.2023].

Нелепые, бессвязные высказывания американского политика подвергаются критике в New York Post: “Kamala Harris roasted over word salad on Women’s History speech” [New York Post, 23.03.2023]. Обыденная фраза ‘roasted vegetable salad’ – теплый, горячий салат, который часто делают летом из овощей, обжаренных на гриле, приобретает неожиданное звучание в сочетании с ‘word salad’ – «словесный салат», «словестная окрошка» [3]. Подобного рода игра слов привлекает внимание читателя. Кроме того, синонимом исторической речи (‘history

speech) может быть «величайшая в истории» или «значимая» речь, что очевидно добавляет ироничный, юмористический оттенок в заглавие. Похожая формулировка встречается в Fox News “Kamala Harris skewered over latest ‘word salad’ gaffe: ‘Incapable of speaking normally’ [Fox News, 26.04.2023], где слово roast – «жарить; поднимать на смех», заменено на ‘skewer’ – «насаживать на шампур; остроумно высмеивать» [3]. Являясь по сути синонимичными, слова ‘roast’ и ‘sewer’ передают схожий метафорический смысл: политика высмеивают за неумение нормально выразить свои мысли. Подобные экспрессивные синонимы передают дополнительное значение, делая заголовок эффектнее и привлекательнее.

В The Guardian девочка рассказывает о том, что «бесконечное кругосветное морское путешествие украло ее детство»: “Dad said: ‘We’re going to follow Captain Cook’: how an endless round-the-world voyage *stole my childhood*” [The Guardian, 26.03.2023]. Обычно детство связано с игрой, обучением, заботой родителей. Термин «украденное детство» применяется по отношению к ребенку, пережившему сложные обстоятельства, например, насилие, лишение. В частности, данный термин в английском языке используют по отношению к детскому рабству. Заголовок данной статьи передает эмоционально-оценочный смысл, раскрывая переживания девочки, которой пришлось много пережить лишений из-за многолетнего приключения, на которое решились ее родители. Аллюзия к Джеймсу Куку усиливает экспрессию заголовка. В то же время, статья содержит мысль о том, что ее детство не было столь тягостным, оно было наполнено приключениями, свободой от рутинных школьных будней. Ее образ жизни сильно отличался от того, который вели сверстники, но она тоже чувствовала себя счастливой. Таким образом, заглавие содержит эффект обманутого ожидания: глагол ‘steal’ в своем значении – ‘to take something without the permission or knowledge of the owner and keep it’ (взять и удерживать что-то без ведома или разрешения владельца) – несет негативную коннотацию, однако статья говорит об обратном.

Заголовок Daily Mail содержит конвергенцию стилистических средств: “Sturgeon’s *swansong* turned so *vicious* it made Rishi and Keir’s weekly *ding-dongs* look like a particularly genteel tea party” (Лебединая песня Стерджен была такой резкой, что на ее фоне состоявшийся на неделе спор Риши и Кира выглядит просто светской чайной вечеринкой) [Daily Mail, 23.03.2023]. Заглавие содержит метафору (“swansong”), эпитет (“vicious”), сравнение (“look like a particularly genteel tea party”), а также звукоподражательное слово “ding-dong”, которое, помимо значения «динь-дон» (о звуке колокола), определяется как «жаркий спор, ссора» [3]. The Guardian разместил такое заглавие в связи с уходом Стерджен: “Nicola Sturgeon quits *the stage*” (Никола Стерджен покидает сцену) [The Guardian, 23.03.2023]. В данном примере действие Николы Стерджен сравнивается с уходом со сцены. Благодаря метафоре раскрывается связь политики с игрой, поддержанием определенного надуманного образа.

Большую экспрессивную окраску в заголовках несут фразеологизмы: “Ukrainian top brass *stirs the pot* with talk of counterattack” (подливают масло в огонь) [The Guardian, 23.03.2023]; “You walked in and your heart *sank*” (екнуло сердце) [The Guardian, 25.03.2023]. Фразеологизмы дают оценочную характеристику событиям, передают эмоциональное сообщение. Так, в первом примере говорится о волнении, вражде, которую разжигают украинские руководители. Во втором примере раскрывается такое чувство как страх.

Для выдвижения определенной идеи на первый план в заголовках используется гипербола: “You *wait ages* for an AI chatbot to come along, then a whole bunch *turn up*” (Ты ждешь вечность...) [The Guardian, 26.03.2023]. В данном примере внимание акцентируется на продолжительности ожидания, эта мысль также усиливается инверсией, что является частым приемом в заглавии.

Выдвижению смысла служит метонимия, примеры которой можно встретить во многих заголовках. При этом чаще всего речь идет о пространственном типе метонимии, где перенос значения делается, например, с географического объекта, названия страны на представителей политической власти: “US reacts

cautiously to *Russia's* plan to station tactical nuclear weapons in Belarus” (*США с осторожностью реагируют на план России разместить тактическое ядерное оружие в Беларуси*) [The Guardian, 26.03.2023]; “*U.S. and Canada Reach an Agreement on Diverting Asylum Seekers*” (*США и Канада достигли договоренности...*) [New York Times, 23.03.2023]; “*Pentagon says record defense budget is necessary to compete with China*” (*Пентагон утверждает, что рекордный оборонный бюджет необходим для противостояния Китаю*) [The Times, 23.03.2023]; “*Berlin welcomes topless female swimmers in victory for activists*” (*Берлин приветствует пловчих с обнаженной грудью на победе активистов*) [The Guardian, 25.03.2023]; “*Canada hits record population growth through immigration*” (*Канада бьет рекорды по росту населения благодаря иммигрантам*); “*Honduras says there is ‘only one China’ as it officially cut ties with Taipei*” (*Гондурас говорит, что «есть только один Китай», поэтому рвет связи с Тайбеем*) [The New York Times, 23.03.2023]. В последнем примере метонимия усиливается фразеологизмом ‘cut ties’ – прекратить отношения. Следующий тип метонимии основан на переносе названия политической партии на ее членов: “Key results: where the NSW election was won by *Labor* and lost by *the Coalition*” (...выборы были выиграны *Лейбористами* и проиграны *Коалицией*) [The Guardian, 25.03.2023]. Другой вид трансформации строится на использовании названия мероприятия вместо его участников: “*UN conference hears litany of water disasters linked to climate crisis*” (*Конференция ООН заслушала длительное перечисление бедствий, связанных с водой, и ведущих к осложнению климата*) [The Guardian, 23.03.2023]; “*French protests turn violent as pensions fury rages*” [Eyewitness News 23.03.2023]. Последние примеры также содержат метафору (“litany” - литания (молитва, содержащая просьбы и обращения к Богу) [3], “fury rages” – бушует ярость), что делает заголовок более заметным. Не менее примечательным средством является логическая метонимия: “*Councils spend £500m on beds in worst care homes*” (*Органы государственной власти потратили 500 фунтов на кровати в наихудших приютах*) [The Guardian, 24.03.2023]. В данном примере наблюдается вари-

ант переноса с неодушевленного предмета на одушевленный. В контексте раскрывается двойственный смысл слова “bed”. С одной стороны, были закуплены кровати по невыносимым ценам, а с другой, повествуется о финансировании, выделенном правительством на содержание домов престарелых. Заглавие выявляет одновременно оба значения, и в любом случае, указанная в статье сумма впечатляет, заставляет читателя задержать внимание на содержании. Кроме того, оксюморон “worst care” выдает противоречие между необходимостью проявлять заботу о подопечных приютов и отсутствием должного к ним внимания.

В издании The New York Times автор привлекает внимание читателя использованием конвергенции стилистических средств: “*Strikes, Marches and Clashes in France Amid Anger Over Pension Law*” (Забастовки, марши протестов и столкновения во Франции *посреди злости* из-за пенсионной реформы) [The New York Times, 23.03.2023]. Ведущая эмоция, которую испытывают французы по отношению к пенсионной реформе, – злость, называется вместо переживающих это чувство субъектов. Помимо метонимии, эмфаза создается использованием графических средств, а именно заглавных букв и курсива. Негодование людей во Франции вылилось в «забастовки», «демонстрации», «столкновения». При этом при помощи градации внимание акцентируется на том факте, что все события идут непрерывно, по нарастающей, а инверсия отводит преимущественное положение слову «Франция».

Сравнение создает яркий художественный образ и привлекает внимание к заголовку своей неординарностью, служит выдвигению определенного смысла: “*Like a vacuum cleaner running all day*” (Как работающий целый день пылесос) [The Guardian, 26.03.2023]. В данном примере бесконечный шум от ночных баров и ресторанов, на который жалуются жители города, сравнивается с гулом от пылесоса. Внушительный размер астероида соотносится с величиной футбольного поля: “*Asteroid nearly as big as football field will pass Earth on Saturday*” (Астероид величиной с футбольное поле пролетит рядом с Землей в субботу) [US Today, 23.03.2023]. Автор старается выдвинуть на первый план мысль об

объемах космического тела, придать, таким образом, значимость статье, вызвать эмоциональный отклик у читателя. В издании The Guardian автор использует сразу несколько стилистических приемов для привлечения внимания к актуальности освещаемой темы: “Should Ofsted behave *like swooping hawks*? How can schools *thrive* in a *climate of fear*?” [The Guardian, 22.03.2023]. Ofsted это сокращение от “The Office for Standards in Education, Children’s Services and Skills” – Бюро Стандартизации Образования, Работы с Детьми и Навыков. Помимо сравнения данного департамента с “swooping hawks” «устремившемся вниз (нападающим) ястребом», употребляются риторические вопросы, которые также придают экспрессивную окраску заголовку. Кроме того, вторая часть содержит метафору: «Как школы могут процветать в атмосфере страха?». В статье противопоставляется хищническая роль Бюро стандартизации образования и позиция жертвы со стороны учителей. Подобная конвергенция стилистических средств служит привлечению внимания к проблеме британского образования.

Газетные заголовки изобилуют различными эпитетами: “*Trump hush-money grand jury set to meet again to consider criminal charges*” («судебный процесс присяжных по делу Трампа о даче взятки за молчание») [The New York Times, 22.03.2023]; “*Zelensky Makes Moral-Boosting Trip to Bakhmut*” («поездка для морального подъема») [The Guardian, 23.03.2023]. В последнем примере также используются графические средства – заглавные буквы, что выделяет по значимости каждое слово и привлекает внимание к заголовку.

Среди графо-стилистических средств также встречаются слова, написанные заглавными буквами. В частности, это часто использует Daily Mail: “I paid for professional skydiving photos but was *HORRIFIED* by the results”; “...life in the community is *REALLY* like as he embarks...”; “We are *NOT* controlled by China”; “...bacteria expected to *DOUBLE* in next 20 years”; “...to *HURT* Trump”; “...uses *BODY DOUBLES*” [Daily Mail, 23.03.2023]. Излюбленным средством привлечения внимания является восклицательный знак, пунктуация: Vintage Chicago Tribune: Hot dogs! Pizza! Popcorn! Lemonade! Chicken pot pie! Get your food his-

tory, here!” [Chicago Tribune, 23.03.2023]. Автор восклицательным знаком выделяет каждое слово: «горячие сосиски», «пицца», «воздушная кукуруза», «лимонад», «куриный пирог». В последнем предложении отдельно выделено запятой обстоятельство места «здесь». Эпитет «история еды» фокусирует внимание на происхождении и переосмыслении кулинарных рецептов. Благодаря ретардации, весь смысловой акцент смещен к определенному месту – Чикаго и его гастрономическим ресторанам и кафе.

Ирония делает заголовки весьма интригующими: “In Florida, parents are *always right* – even if they think *a Michelangelo is porn*” (Во Флориде родители *всегда правы* – даже если думают, что *Микеланджело – это порнография*) [The Guardian 26.03.2023]. Заглавие можно условно разделить на две части: в левой части присутствует утверждение «родители всегда правы», иронический смысл которого раскрывается тут же во второй части посредством метонимии «даже если они считают, что Микеланджело – это порнография». Последнее утверждение явно представляет собой парадокс. Заглавие насыщено стилистическими средствами, несет объемный смысл и вызывает эмоциональное переживание, благодаря чему привлекает внимание.

В качестве «приманки» для читателя эффективно используется антитеза, которая строится на противопоставлении значений слов и подчеркивает определенный, важный, с точки зрения автора, момент статьи: “I was writing out of *confusion and horror, rage and love*” [The Guardian, 26.03.2023]. Автор описывает свои противоречивые чувства, как «*смущение и страх, ярость и любовь*».

В следующей статье используется аллюзия: “We’re like ... *stuck in the sewers*” [USA Today, 23.03.2023]. Заглавие отсылает к одноименной игре-головоломке, однако в тексте статьи говорится о детях, застрявших в канализационных трубах. Фраза ‘*stuck in the sewers*’ – «застряли в канализации» раскрывается сразу и в прямом, и переносном смыслах.

Таким образом, автор заглавием, оформленным различными стилистическими средствами, предвосхищает содержание текста, оказывает впечатление,

поощряет интерес читателя. Заголовок вовлекается в различные семантические процессы, трансформирующие значение, что придает ему более глубокий смысл. Создается емкий образ и за заголовком закрепляется новое контекстуальное значение. Эмоциональная нагрузка передается экспрессивной, стилистически окрашенной лексикой. Стилистические средства выполняют оценочную и эмоциональную функции. Заглавие направляет интерес читателя и становится основной частью новостной статьи. По частотности употребления стилистические средства можно ранжировать следующим образом: наибольшее количество примеров, встретившихся в англоязычных изданиях, занимают метонимии и метафоры, затем идут графические средства и эпитеты, далее встречаются сравнения и фразеологизмы, замыкают список гиперболы, иронии, антитезы, градации, ретардации, аллюзии, оксюморон, риторический вопрос и эффект обманутого ожидания.

#### Список литературы

1. Гальперин И.Р. *Текст как объект лингвистического исследования*. М.: КомКнига; 2007. 144 с.
2. Арнольд И.В. *Стилистика. Современный английский язык: учебник для вузов*. 14-е изд. М.: Флинта: Наука; 2021. 384 с.
3. АБВУ Lingvo 10. *Англо-русский, русско-английский электронный словарь*. [Электронный ресурс]. Электрон. текстовые., зв. дан. и прикладная прогр. [40-300 МБ]. М.: Словарь общей лексики [ и др.]; 2004. 1 электрон. опт. диск (CD-ROM): зв., цв. Сист. требования: ПК 200 МГц и выше; 8 МБ ОЗУ.

#### References

1. Galperin I.R. *Text as an Object of Linguistic Research*. М.: KomKniga; 2007. 144 p.
2. Arnold I.V. *Stylistics. Modern English Language*. 14-th ed. М.: Flinta: Nauka; 2021. 384 p.
3. АБВУ Lingvo 10. *English-Russian, Russian-English Electronic Dictionary*. [Electronic resource]. Elektron. tekstovyye., zv. dan. i prikladnaja progr. [40-300 MB]. М.: Slovar obshhej leksiki [I dr.]; 2004. 1 elektron. opt. disk (CD-ROM): zv., czv. Sist.trebovanija: PK 200 MGcz i vyshe; 8 MB OZU.

#### Автор публикации

**Уткина Ольга Леонидовна** –  
доцент  
Орский гуманитарно-технологический  
институт (филиал)  
Оренбургского государственного института  
Орск, Россия  
Email: olyaut@yandex.ru  
<https://orcid.org/0000-0002-2435-4319>

#### Author of the publication

**Utkina Olga Leonidovna** –  
docent  
Orsk Humanities and Technology Institute  
branch of Orenburg State University  
Orsk, Russia  
Email: olyaut@yandex.ru  
<https://orcid.org/0000-0002-2435-4319>

***Раскрытие информации о конфликте  
интересов***

*Автор заявляет об отсутствии  
конфликта интересов.*

***Информация о статье***

*Поступила в редакцию: 20.11.2023*

*Одобрена после рецензирования: 27.11.2023*

*Принята к публикации: 30.11.2023*

*Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.*

***Информация о рецензировании***

*«Казанский лингвистический журнал» благодарит анонимного рецензента (рецензентов) за их вклад в рецензирование этой работы.*

***Conflicts of Interest Disclosure***

*The author declares that there is no conflict of interest.*

***Article info***

*Submitted: 20.11.2023*

*Approved after peer reviewing: 27.11.2023*

*Accepted for publication: 30.11.2023*

*The author has read and approved the final manuscript.*

***Peer review info***

*Kazan Linguistic Journal thanks the anonymous reviewer(s) for their contribution to the peer review of this work.*