

DOI: 10.12731/2077-1770-2023-15-3-167-179  
УДК 811.-11-112



Научная статья | Языки народов зарубежных стран

## СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКОВ СКАЗОК БРАТЬЕВ ГРИММ

*В.В. Ловянникова*

*Сказки братьев Гримм – это сказки, собранные в немецких землях и литературно обработанные великими германистами Якобом и Вильгельмом Гримм. Они вошли в сборник «Детские и семейные сказки» (нем. «Kinder- und Hausmärchen»), первоначально изданный в 1812 г. Благодаря своей глубине и замечательным сюжетам эти сказки уже несколько столетий не теряют популярности и с удовольствием читаются взрослыми и детьми. Целью исследования стало выявление и описание структурных и семантических особенностей заголовков, сформулированных немецкими сказочниками.*

**Актуальность.** *В современном мире информации заголовок требует всестороннего изучения, поскольку он является ключевым элементом глубинной части содержательной структуры текста и ориентирует читателя в мире литературы и публицистики.*

**Новизна исследования.** *В лингвистике на сегодняшний день отсутствует комплексное рассмотрение заголовков немецких сказок, их семантических и структурных особенностей.*

**Материал исследования.** *Заголовки сказок братьев Гримм из сборника «Kinder- und Hausmärchen».*

*В процессе исследования применялись общенаучные и собственно лингвистические методы: описательный метод, метод классификации и систематизации, элементы структурно-семантического анализа и количественного подсчета.*

**Область применения.** *Исследование может быть полезным при изучении и преподавании стилистики немецкого языка, прагматики и интерпретации текста.*

**Результаты.** Автор называет структурные особенности заголовков сказок братьев Гримм, приводит в процентном соотношении количество заголовков-слов, заголовков-словосочетаний, заголовков-предложений, перечисляет их семантические особенности, останавливается на сложных словах, говорящих именах, числительных, аппеллятивах, уменьшительно-ласкательных суффиксах, а также на фактах из сюжета сказки, которые читатель может узнать уже из заголовка.

**Ключевые слова:** сказка; заголовок; заголовок-слово; заголовок-словосочетание; заголовок-предложение; структура; семантика

**Для цитирования.** Ловянникова В.В. Структурно-семантические особенности заголовков сказок братьев Гримм // Современные исследования социальных проблем. 2023. Т. 15, № 3. С. 167-179. DOI: 10.12731/2077-1770-2023-15-3-167-179

Original article | Languages of Peoples of Foreign Countries

## STRUCTURAL AND SEMANTIC FEATURES OF THE TITLES IN GRIMMS' FAIRY TALES

*V.V. Lovyannikova*

*Grimms' fairy tales are fairy tales collected in German lands and literarily processed by the great germanists Jacob and Wilhelm Grimm. They were included in the collection «Children's and Household Tales» (German: «Kinder- und Hausmärchen»), originally published in 1812. Thanks to their depth and wonderful plots, these fairy tales have not lost popularity for several centuries and are read with pleasure by adults and children. **The purpose of the research** was to identify and describe the structural and semantic features of the titles, formulated by the German storytellers.*

**The relevance.** *In the modern world of information, the title requires comprehensive research, since it is a key element of the deep part of the text content structure and orients the reader in the world of literature and journalism.*

**The scientific novelty.** *In linguistics there is no consideration of the titles in Grimms' fairy tales, their semantic and structural features.*

**The research material.** *The titles of the most famous and popular fairy tales of German storytellers from the Kinder- und Hausmärchen collection.*

*In the research the general scientific and linguistic methods were applied: descriptive method, method of classification and systematization, elements of structural and semantic analysis and quantitative calculation.*

**The scope of application.** *The research can be used in the study and teaching of the style of the German language, pragmatics and text interpretation.*

**The results.** *The author names the structural features of the titles in Grimms' fairy tales, gives a percentage of the number of title-words, title-phrases, title-sentences, lists their semantic features, focuses on complex words, talking names, numerals, appellatives, diminutive suffixes, as well as on the facts from the plot of the fairy tale that the reader can already learn from the title.*

**Keywords:** *fairy tale; title; title-word; title-phrase; title-sentence; structure; semantics*

**For citation.** *Lovyannikova V.V. Structural and Semantic Features of the Titles in Grimms' Fairy Tales. Sovremennye issledovania socialnyh problem [Modern Studies of Social Issues], 2023, vol. 15, no. 3, pp. 167-179. DOI: 10.12731/2077-1770-2023-15-3-167-179*

## Введение

Для нашего времени характерно стремительное развитие во всех сферах жизни человека. При этом многие вещи становятся невосребованными, теряют свою актуальность и переходят в раздел забытых и ненужных. Однако существуют ценности, которые остаются неизменными для многих поколений. Так, сказкам, несмотря на многовековую историю, удается и на современном этапе сохранять свою значимость и воспитательный потенциал.

Объяснить этот факт можно тем, сказки «служат формированию и поддержанию традиций, несут в себе коммуникативную, эстетическую, социализирующую, терапевтическую, информативную и аксеологическую функции» [10, с. 133].

Сказки по праву считаются мировым культурным достоянием, они отражают культуру и традиции народа-носителя языка, формирование его этических ценностей, а также дают уроки добра, порядка и нравственности. О роли сказки в процессе взросления человека и ее воспитательных возможностях писали многие великие лингвисты и педагоги: А.И. Никифоров [13], В.Я. Пропп [14], Д.С. Лихачев [11], Т.М. Акимова [1], Л.С. Выготский [5], Р.С. Буре [4], И.З. Гликман [7], Зимняя И.А [8].

К.Д. Ушинский называл сказки первыми блестящими попытками народной педагогики и подчеркивал мысль о том, что никто не в состоянии состязаться с педагогическим гением народа [15]. Не менее важным для нравственного становления человека можно считать знакомство с литературой других этносов. При этом особенно информативен в плане отражения менталитета чужого народа является фольклор, поскольку в его основе лежат так называемые архетипы, т.е. древнейшие, изначальные символы и образы, ставшие всеобщими [16].

Читая сказки из мировой сокровищницы, русский читатель знакомится с культурными ценностями других народов, начинает понимать их мировосприятие и мироощущение, и это помогает ему в будущем правильно выстраивать взаимоотношения с представителями других этносов и вести с ними диалог. Знакомство с немецкой культурой для русскоговорящего читателя часто начинается с чтения сказок братьев Grimm.

**Целью данного исследования** является изучение структурных и семантических особенностей заголовков в сказках братьев Grimm.

**Актуальность** данной работы обусловлена ролью заголовка в структуре текста и его значением в современном мире информации.

**Научная новизна** исследования заключается в том, что общетеоретические факты изучены в нем в новых условиях, и известная научная теория применена к новым объектам и предметам, что позволило автору получить собственные результаты и дать им оценку.

**Материалом исследования** послужили 200 заголовков из популярного сборника братьев Grimm «Kinder- und Hausmärchen» [17].

В ходе исследования были использованы **методы** семантического структурного, сопоставительного и сравнительного анализа, а также элементы количественного подсчета.

Неотъемлемым и одним из важнейших структурных элементов текста является заголовок. По мнению С.Д. Кржижановского, заголовок – самая значимая часть книги, можно сказать, заголовок и есть книга, сокращенная до пары слов, в то время как текст представляет собой его развернутое объяснение [9].

Основными функциями заголовка можно считать 1. именующую, 2. информативную и 3. аттрактивную.

Заголовок привязан к конкретному тексту, и поэтому помогает выделить его среди других письменных сообщений. При этом «заголовок, входя в систему указателей, называющих предметы окружающего мира, отличается от них тем, что имеет общую природу со своим референтом, то есть относится к речевым явлениям» [3, с. 117]. Являясь именем текста, заголовок помогает читателю ориентироваться в мире литературы и публицистики.

Информативная функция заголовка заключается в том, что он уже соотносится с наполнением текста, его основной темой или проблемой. «Название – это компрессированное, нераскрытое содержание текста ... то в ясной, конкретной форме, то в завуалированной, имплицитной; название выражает основной замысел, идею, концепт создателя текста» [6, с. 74]. При этом заголовок и текст связаны между собой сложной двусторонней связью, поскольку, с одной стороны, заголовок предопределяет ожидания читателя относительно текста, а с другой – сам определяется им, и часто понимается читателем уже после прочтения текста.

Знакомство с текстом всегда начинается с заголовка, поэтому важно, чтобы он выполнял также аттрактивную функцию. Будет ли прочитан текст, часто зависит от того, способен ли заголовок заинтриговать читателя и разбудить его интерес. Функция привлечения внимания реализуется на первом этапе восприятия адресантом заголовка. Выделив для себя заголовок как любопытный, «читатель может заинтересоваться предлагаемой информацией,

представленной в нем кратко, и приступить к знакомству с текстом» [12, с. 25].

### **Результаты исследования**

Анализ заголовков немецких сказок показал, что с точки зрения структуры они могут состоять из одного слова (41%). При этом заголовки-слова довольно информативны, т.к. содержат сведения о главном герое и его жизни или неодушевленном предмете, играющем важную роль в сюжете сказки. Такие заголовки называют 1. персонажей сказки: «Der Räuberbräutigam», «Hausgesinde», «Die Goldkinder»; 2. собственные имена героев: «Rotkäppchen», «Aschenputtel», «Daumesdick»; 3. их роль деятельности: «Das Hirtenbüblein», «Der Trommler»; 4. мифических существ: «Die Wassernixe», «Das Erdmännchen», «Die Wichtelmänner»; 5. животное, рыбу или птицу: «Das Eselein», «Die Rabe», «Die Scholle»; 6. растение: «Die Rose», «Die Nelke», «Die Kornähre»; 7. предмет: «Der Nagel», «Das Totenhemdchen», «Die Schlickerlinge»; 8. небесное тело: «Der Mond»; 9. постройку: «Das Waldhaus»; 10. топоним: «Simeliberg»; 11. событие: «Die Brautschau»; 12. промежуток времени: «Die Lebenszeit»; 13. волшебное слово: «Hurleburlebutz». Интересны для читателя заголовки «Das Rätsel» и «Räselmärchen», поскольку они привлекают его возможностью разгадать на страницах сказки еще неведанную тайну.

Большой процент заголовков-слов у братьев Гримм можно объяснить склонностью немецкого языка к образованию атрибутивных композитов, где первый компонент слова характеризует второй, а поэтому такие заголовки, как «Die Bienenkönigin», «Häsichenbraut», «Die Gänsemagd», по значению приравниваются к гетитивной группе, и поэтому являются емкими в смысловом плане. «Процесс словосложения способствует упрощению структуры группы, созданию лаконизма в выражении связи двух понятий» [2, с. 64]. Оказиональные словообразовательные конструкции в заголовках сказок наделены часто образностью и экспрессивностью и обладают большими прагматическими возможностями.

Обращает на себя внимание тот факт, что многие онимы в заголовках-словах, например, Rotkäppchen, Rapunzel, Daumesdick, Aschenputtel, можно считать смысловыми именами, поскольку они содержат в своей структуре характеристические и оценочные качества персонажа, как положительные, так и отрицательные.

Имя Rapunzel связано с названием растения из семейства колокольчиковых, которое играло ключевую роль в жизни героини. Этот цветок очень нежный, трогательный, хрупкий и уязвимый, и все эти качества ассоциируются с главной героиней сказки.

Основным компонентом антропонима Aschenputtel стало слово Putte (девочка-подросток) с уменьшительным суффиксом -l, характерным для имен собственных, а в качестве определяющего компонента использована лексема Asche (пепел, зола). Следовательно, это имя сразу вызывает у читателя образ маленькой замарашки.

Говорящее имя Rotkäppchen создано авторами на основе метафоры, поскольку называет девочку по характеризующему ее признаку, в данном случае головному убору.

Особенности внешнего вида главного героя одной из сказок, а именно его крошечный рост, ярко передает имя Daumesdick, представляющее собой сложное прилагательное, указывающее на рост размером с большой палец. Как видим, антропонимы играют важную роль при создании заголовка сказки, поскольку они способны концентрировать в себе различные смысловые оттенки и ассоциации.

В процентном соотношении большинство заголовков сказок братьев Гримм (55%) представляют собой словосочетания. Такие заголовки называют двух или нескольких персонажей сказки, которыми могут быть люди, животные или неодушевленные предметы: «Fischers Vogel», «Der Wolf und der Mensch», «Strohalm, Kohle und Bohne». В некоторых заголовках главные герои вводятся через предлог von: «Von dem Fischer und seiner Frau», «Vom Mäuschen, Vögelchen und der Bratwurst». Использование предлога приближает название сказки к простонародному, разговорному стилю и даёт читателю ощущение, что какой-то невидимый рассказчик повествует ему о необычных приключениях сказочных героев.

Часто заголовки-словосочетания информируют читателя о 1. качествах характера персонажей: «Der treue Johannes», «Die kluge Grete», «Das tapfere Schneiderlein»; 2. их возрасте: «Der junge Riese», «Der alte Hildenbrand»; 3. занятии: «Die Bremer Straßenmusikanten»; «Der Gaudieb und sein Meister»; 4. свойстве вещи: «Die zertanzten Schuhe», «Der gestohlene Heller», «Der gläserne Sarg»; 5. месте, где происходит действие: «Der Jude im Dorn», «Die Gänsehirtin am Brunnen», «Der arme Junge im Wald».

Многие апеллятивы в составе заголовков-словосочетаний указывают на принадлежность героев к высшему сословию в обществе: «Der Froschkönig oder der eiserne Heinrich», «Die beiden Königskinder», или наоборот на низкое социальное положение: «Die alte Bettelfrau», «Der kluge Knecht». Часто героями сказок братьев Гримм становятся крестьяне, ремесленники, рыбаки и охотники, о чем свидетельствуют следующие заголовки: «Das Bürlü im Himmel», «Die drei Spinnerinnen», «Die drei Handwerkerburschen», «Die zwölf Jäger», «Von dem Fischer und seiner Frau».

Большой интерес представляют собой заголовки-словосочетания, содержащие числительные, поскольку каждое число в культурной традиции народа несет в себе особое значение. Чаще всего встречается в заголовках число «drei»: «Die drei Sprachen», «Der Teufel mit drei goldenen Haaren», «Die drei Federn». Оно связано с тремя испытаниями, правильным выбором из трех вариантов, с тремя ритуальными действиями, со счастливым троекратным обладанием какой-то вещью. Число «три» с древних времен имеет значение законченности, завершенности и полноты чего-либо. Изучая окружающий мир, древний человек обращал внимание, что все в нем трехмерно: он делил вселенную на небо, землю и воду; в небе видел луну, солнце и звезды; у вещей измерял высоту, ширину и высоту; в жизни различал прошлое, настоящее и будущее. И все эти наблюдения навели людей на мысль о священности этого числа и его особом значении.

Интересно, что другие числительные в заголовках сказок братьев Гримм, а именно zwei: «Die zwei Brüder»; vier: «Die vier kunstreichen



Brüder»; sechs: «Die sechs Diener», «Die sechs Schwäne»; sieben: «Der Wolf und die sieben jungen Geißlein», «Die sieben Raben»; zwölf: «Die zwölf Brüder», указывают на число персонажей сказки, связанных между собой родством, общей деятельностью или даже общей бедой.

Привлекают внимание многочисленные уменьшительно-ласкательные суффиксы -chen и -lein в заголовках сказок братьев Grimm: «Läuschen und Flöhchen», «Die drei Vögelchen», «Vom klugen Schneiderlein», «Das Lämmchen und Fischchen». И хотя диминутивные суффиксы способны передавать широкую палитру чувств, употребление слов с такими суффиксами показывает в сказках нежное отношение авторов к героям, чувство умиления и покровительства им.

Отдельные заголовки-словосочетания могут отражать уже в краткой форме сюжет сказки: «Katze und Maus in Gesellschaft», «Von dem Tode des Hühnchens», хотя таят еще в себе интригу, как именно будет развиваться действие.

Довольно редко (4%) братья Grimm используют заголовки-предложения: «Hans heiratet», «Die klare Sonne bringt's an den Tag», «Märchen von einem, der auszog das Fürchten zu lernen». Такие заголовки играют важную роль в коммуникативной перспективе повествования, поскольку программируют ожидания читателя относительно сюжета сказки. Предложения в качестве заглавий могут быть как простыми, распространенными и нераспространенными, так и сложными. Обычно количество слов в них невелико, но объем передаваемой информации значителен. Интересно, что сказочники сформулировали заголовки-предложения так, что в них можно наблюдать и некоторую недосказанность, благодаря которой читателю будет интересно прочесть сказку. Использование авторами повествовательных предложений объясняется основной целью заголовка, а именно сообщением темы сказки.

### **Заключение**

Результаты проведенного исследования показали, что в процентном соотношении среди заголовков сказок братьев Grimm преобладают заголовки-словосочетания (55%). Они называют персонажей

сказки, их количество, качества характера, возраст, роль деятельности, сословные характеристики, место действия, свойство предмета, играющих ключевую роль в сюжете сказки.

Значительным можно считать число заголовков-слов (41%). Такие заголовки содержат информацию о главном персонаже сказки, которым может быть человек, животное, рыба, птица, растение, мифическое существо или даже неодушевленный предмет. Заголовки-слова довольно информативны в смысловом плане. Этот факт объясняется преобладанием сложных слов в заголовках, а также наличием в них говорящих имен, содержащих оценочные и характеристические признаки героя.

Минимальным является в сказках братьев Grimm количество заголовков-предложений (4%). Эти заголовки передают основную сюжетную линию сказки, но сохраняют определенную интригу, а поэтому привлекают читателя и вызывают у него желание прочитать сказку.

**Информация о конфликте интересов.** Конфликт интересов отсутствует.

**Информация о спонсорстве.** Исследование не имело спонсорской поддержки.

### *Список литературы*

1. Акимова Т.М. Сказки саратовской области / Сборник сост. Т.М. Акимова, П.Д. Степанов. Саратов: Типография Саратовского облместпрома, 1937. 206 с.
2. Белоусова Т.А., Фисунова Н.В. Субстантивные генитивные словосочетания в современном немецком языке // Научные ведомости. Серия Гуманитарные науки. 2015, № 6. Вып. 25. С. 60-65. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26000162> (дата обращения: 20.07.2023).
3. Богданова О.Ю. Заголовок как элемент текста // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова, 2007. Т. 13, № 1. С. 116-119. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15129225> (дата обращения: 22.07.2023).

4. Буре Р.С. Социально-нравственное воспитание дошкольников. М.: Мозаика Синтез, 2012. 80 с.
5. Выготский Л.С. Педагогическая психология. М.: АСТ, 2008. 671 с.
6. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: КомКнига, 2007. 144 с.
7. Гликман И.З. Теория и методика воспитания. М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. 176 с.
8. Зимняя И.А. Педагогическая психология. М.: Московский психолого-социальный институт, 2010. 448 с.
9. Кржижановский С. Д. Поэтика заглавий. М.: Кооперативное издательство писателей «Никитинские субботники», 1931. 34 с.
10. Кулагин Д.Л. Функции русских сказок: философско-культурологический анализ // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2017, № 1. С. 133-136. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27683198> (дата обращения: 25.07.2023).
11. Лихачев Д.С. Поэтика древнерусской литературы. М.: Наука, 1979. 145 с.
12. Моница Т. С. Аттрактивная функция газетного заголовка // Современная парадигма гуманитарных исследований: проблемы филологии и культурологии: сб. материалов междунар. науч.-практ. конф. М.: Перо, 2018. С. 22-28. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36326757> (дата обращения: 19.07.2023).
13. Никифоров А.Н. Сказка и сказочник. М.: ОГИ, 2009. 376 с.
14. Пропп В. Морфология сказки. Л.: «Academia», 1928. 152 с.
15. Ушинский К.Д. Педагогические сочинения в 6 томах. Т. 2. Сост. Егоров С.Ф. М.: Педагогика, 1998. 350 с.
16. Юнг К.Г. Архетип и символ. М.: Renaissance, 1991. 304 с.
17. Brüder Grimm. Kinder- und Hausmärchen. Auswahl. Leipzig: Verlag Philipp Reclam, 1971, 288 S.

### *References*

1. Akimova T.M. *Skazki saratovskoy oblasti* [Tales of the Saratov region]. Saratov: Tipografija Saratovskogo oblimestproma, 1937, 206 p.

2. Belousova T.A., Fisunova N.V. Substantivnye genitivnye slovosochetaniya v sovremennom nemetskom yazyke [Substantive genitive phrases in the modern German language]. *Nauchnye vedomosti* [Scientific Bulletin], 2015, no. 6(25), pp. 60-65. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25612431> (accessed July 20, 2023).
3. Bogdanova O.Y. Zagolovok kak element teksta [Title as a text element]. *Vestnik KGU im. N.A. Nekrasova* [Bulletin of KSU named after N.A. Nekrasov], 2007, no. 1, pp. 116-119. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15129225> (accessed July 22, 2023).
4. Bure R.S. *Sotsial'no-nravstvennoe vospitanie doshkol'nikov* [Social and moral education of preschoolers]. Moscow: Mosaic Synthesis Publ., 2012, 80 p.
5. Vygotsky L.S. *Pedagogicheskaya psikhologiya* [Pedagogical psychology]. Moscow: AST Publ., 2008, 671 p.
6. Galperin I.R. *Tekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniya* [Text as an object of linguistic research]. Moscow: KomKniga Publ., 2007, 144 p.
7. Glikman I.Z. *Teoriya i metodika vospitaniya* [Theory and methodology of education]. Moscow: VLADOS-PRESS Publ., 2002, 176 p.
8. Zimnaya I.A. *Pedagogicheskaya psikhologiya* [Pedagogical psychology]. Moscow: MPSI Publ., 2010, 448 p.
9. Krzhizhanovsky S.D. *Poetika zaglaviy* [Poetics of headings]. Moscow: Kooperativnoe izdatel'stvo pisatelej «Nikitinskie subbotniki», 1931, 34 p.
10. Kulagin D.L. Funktsii russkikh skazok: filosofsko-kul'turologicheskii analiz [Functions of Russian fairy tales: philosophical and cultural analysis]. *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i juridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki* [Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art criticism. Questions of theory and practice]. Tambov: Gramota Publ., 2017, no. 1, pp. 133-136. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27683198> (accessed July 25, 2023).
11. Likhachev D.S. *Poetika drevnerusskoy literatury* [Poetics of ancient Russian literature]. Moscow: Nauka Publ., 1979, 145 p.
12. Monina T.S. Attraktivnaya funktsiya gazetnogo zagolovka [The attractive function of a newspaper headline]. *Sovremennaja paradigma gumanitarnykh issledovaniy: problemy filologii i kul'turologii: sb. materialov mezhdunar. nauch.-prakt. konf.* [The Modern Paradigm of

- Humanitarian Research: Problems of Philology and Cultural Studies: Collection of Materials of the International Scientific and Practical Conference]. Moscow: Pero Publ., 2018, pp. 22-28. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36326757> (accessed July 19, 2023).
13. Nikiforov A.N. *Skazka i skazochnik* [Fairy tale and storyteller]. Moscow: OGI Publ., 2009, 376 p.
  14. Propp V. *Morfologiya skazki* [Morphology of fairy tales]. Leningrad: «Academia» Publ., 1928, 152 p.
  15. Ushinsky K.D. *Pedagogicheskie sochineniya v 6 tomakh* [Pedagogical works in 6 volumes], vol. 2. Moscow: Pedagogika Publ., 1998, 350 p.
  16. Jung K.G. *Arkhitip i simvol* [Archetype and symbol]. Moscow: Renaissance Publ., 1991, 304 p.
  17. Brothers Grimm. *Kinder- und Hausmärchen. Auswahl*. Leipzig: Verlag Philipp Reclam, 1971, 288 S.

### ДААННЫЕ ОБ АВТОРЕ

**Ловяникова Виктория Васильевна**, доцент кафедры романо-германских языков, кандидат филологических наук  
*Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова*  
*ул. Ватутина, 44-46, г. Владикавказ, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, Российская Федерация*  
*lovyannikova@yandex.ru*

### DATA ABOUT THE AUTHOR

**Victoria V. Lovyannikova**, Associate Professor of the Department of Romano-Germanic Languages, PhD in Philology  
*North-Ossetian State University after K.L. Khetagurov*  
*44-46, Vatutin Str., Vladikavkaz, 362025, Republic of North Ossetia, Russian Federation*  
*lovyannikova@yandex.ru*

Поступила 21.08.2023

После рецензирования 12.09.2023

Принята 16.09.2023

Received 21.08.2023

Revised 12.09.2023

Accepted 16.09.2023