
ДИСКУРС-АНАЛИЗ И ПРАГМАЛИНГВИСТИКА

DISCOURSE ANALYSIS AND PRAGMALINGUISTICS

Вестник Челябинского государственного университета. 2026. № 5 (511). С. 70–76.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2026;(5(511)):70-76.

Научная статья

УДК 81'276.6

DOI: 10.47475/1994-2796-2026-511-5-70-76

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ В СОВРЕМЕННОМ КОСМЕТОЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Ольга Павловна Касымова¹, Алена Вячеславовна Лебедева²

¹ Уфимский университет науки и технологий, Уфа, Россия, olgakasymova@yandex.ru, 0002-0002-9317-6349

² Башкирский государственный медицинский университет, Уфа, Россия, alenallebed@gmail.com, 0009-0003-1122-7278

Аннотация. Несмотря на возросший интерес к дискурсивной лингвистике вследствие так называемого «дискурсивного поворота» в отечественной лингвистике, профессиональный дискурс мало изучен: не определены границы профессионального дискурса, особенности формирования и реализации в речи профессиональной картины мира, влияние наивного формата коммуникации на общую структуру дискурса такого типа. Целью данного исследования является выявление структурных и типологических тенденций в дискурсивном пространстве современного косметологического дискурса (далее — КД). В статье осуществлен анализ стилистических, лексических, словообразовательных и семантических аспектов развития КД как совокупности языковых единиц. Материалом исследования стали 50 публицистических и научно-публицистических статей, нативно рекламирующих косметологические клиники, процедуры или средства, а также 30 единиц рекламных материалов специализированной выставки косметологии, парикмахерского и декоративного искусства «Дни Красоты», состоявшейся в г. Уфа в 2024 г. В результате исследования были выявлены следующие процессы, происходящие в настоящее время в пространстве исследуемого дискурса: размывание институционализации, более свободное проникновение вербальных и невербальных знаков из других дискурсов, использование нетипичных стратегий для собственно научного и КД, активная реализация манипулятивного потенциала. Результаты исследования могут быть использованы при изучении актуальных процессов, происходящих как в медицинском дискурсе в целом, так и в узконаправленных субдискурсах, а также в детализации различных аспектов КД. Также было установлено, что активное развитие КД обусловлено медиализацией сетевого пространства, возросшим в последнее десятилетие спросом на услуги отрасли, а также широким кругом участников.

Ключевые слова: дискурс-анализ, медицинский дискурс, косметологический дискурс, профессиональный дискурс, речевые стратегии, актуальные процессы в дискурсе

Для цитирования: Касымова О. П., Лебедева А. В. Актуальные процессы в современном косметологическом дискурсе // Вестник Челябинского государственного университета. 2026. № 5 (511). С. 70–76. DOI: 10.47475/1994-2796-2026-511-5-70-76

Original article

CURRENT PROCESSES IN MODERN COSMETOLOGY DISCOURSE

Olga P. Kasymova¹, Alena V. Lebedeva²

¹ Ufa University of Science and Technology, Ufa, Russia, olgakasymova@yandex.ru, 0002-0002-9317-6349

² Bashkir State Medical University, Ufa, Russia, alenallebed@gmail.com, 0009-0003-1122-7278

Annotation. Despite the increased interest in discursive linguistics due to the so-called “discursive turn”, professional discourse as a linguistic phenomenon is poorly studied: there are no defined boundaries of professional discourse, the features of formation and implementation in speech of a professional picture of the world, the influence

of a naive format of communication on the general structure of discourse of this type as a whole. The aim of this study is to identify the main structural and typologic trends in the discursive space of cosmetological discourse, as well as the transformation of traditional for medical discourse types of communication into modern realities. The article analyzes some aspects of cosmetology discourse development. The study revealed the following trends: blurring of institutionalization, more free penetration of verbal and nonverbal signs from other types of discourse, more active realization of manipulative potential, formation of frames, Characteristic only for the cosmetological discourse. The content of the presented study can be used in the study of current processes occurring both in the medical discourse as a whole, and in narrowly focused sub-discourses. The results of the study can also be applied in the preparation of practical manuals on relevant disciplines for medical university students.

Keywords: discourse analysis, medical discourse, cosmetology discourse, professional discourse, speech strategies, current processes

For citation: Kasymova OP, Lebedeva AV. Current Processes in Modern Cosmetology Discourse. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2026;(5(511):70-76. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2026-511-5-70-76

Введение

Дискурс любого типа является динамической системой, которая трансформируется благодаря социальным аспектам современного общества. Например, медицинский дискурс вследствие развития узкоспециальных дисциплин детализируется в более мелких профессиональных дискурсах (педиатрический, фармакологический, неврологический, косметологический и т. д.). Но в то же время медицинский дискурс сливается и с более крупными дискурсами, образуя гибридные субдискурсы: медиамедицинский дискурс, сетевой медицинский дискурс, коммерческий медицинский дискурс и научный медицинский дискурс. В свете медиатизации современной коммуникации субдискурсы трансформируются за счет расширения круга коммуникантов.

О. А. Шестерикова в своем диссертационном исследовании выявляет тенденцию медицинского дискурса к расширению своих функций и экспансии других дискурсов, обслуживающих ежедневную рутину человека: «в функции медицины помимо заботы о состоянии здоровья начинается входить забота о красоте и чистоте тела, среде обитания, эмоциональном состоянии по тем показателям, которые диктует современная культура» [15, с. 137].

Косметологический дискурс как субдискурс медицинского дискурса также подвергается трансформации под воздействием экстралингвистических факторов.

Материалы и методы исследования

В статье применены несколько методов исследования ввиду многоаспектности объекта исследования: дискурс-анализ, корреляционный и компонентный анализы. Базой исследования послужили 50 нативных рекламных статей, продвигающих услуги косметологических клиник Уфы, а также 30 единиц рекламных материалов специализирован-

ной выставки косметологии, парикмахерского и декоративного искусства «Дни Красоты».

Результаты и обсуждения

На данный момент косметологический дискурс мало изучен и не имеет единой трактовки в лингвистических кругах. Часть ученых определяет его как субдискурс медицинского научного дискурса [2; 6; 10; 11; 14]. Однако ряд исследователей считают, что КД обладает некоторыми особенностями, выходящими за рамки медицинского дискурса, поэтому трактуют его как «дискурсивный феномен» или же самостоятельный дискурс [3; 4; 5; 9; 12].

В данной статье мы определяем косметологический дискурс как гибридный профессиональный субдискурс медицинского дискурса, охватывающий профессиональную и непрофессиональную коммуникацию в сфере ухода за кожей лица и тела, а также весь спектр косметологических услуг и манипуляций (в том числе инвазивных).

Такая трактовка термина обусловлена тем, что косметологический дискурс объединяет в себе черты научного, рекламного и виртуального дискурсов, вследствие чего выходит за рамки научного медицинского дискурса. Ввиду полидискурсивности исследуемого феномена, процессы трансформации дискурсивных элементов «накладываются» друг на друга, и процесс трансформации дискурсивных элементов ускоряется. В косметологическом дискурсе 20-х годов XXI в. выявлены следующие актуальные процессы:

1) Размывание институционализации

Вопрос о типологии косметологического дискурса остается открытым. Формально КД является институциональным дискурсом. Однако, как считает Е. А. Печерская, «с одной стороны, дискурс индустрии красоты может трактоваться как институциональный статусно-ориентированный дискурс, реализуемый в процессе профессиональной коммуникации, с другой — исследуемый

дискурс может иметь и персональную, личностно-ориентированную форму» [9, с. 107]. В данной статье мы относим КД к гибридным дискурсам. Ввиду неясного типологического статуса КД и его активного задействования в дискурсе повседневности (так как косметологические продукты и услуги являются предметом ежедневного пользования), невозможно точно определить границы КД, что обуславливает свободное проникновение вербальных и невербальных знаков из других типов дискурса. С точки зрения функционального стиля для КД характерен полистилизм: смешение научно-технического, официально-делового, рекламного и газетно-публицистического стилей [1].

2) Уменьшение кодификации, т.е. более свободное проникновение вербальных и невербальных знаков из других типов дискурса.

Так, наблюдается активное заимствование лексических особенностей научного, рекламного, профессионального и виртуального дискурсов [7; 13].

Реализация маркеров, относящихся к собственному научному дискурсу, в КД представлена преимущественно в сегменте, предназначенном для профессиональных участников дискурса, — врачей-косметологов, дерматологов, косметологов-эстетистов: это активное использование терминосистемы во всех жанрах, относящихся к данному дискурсу, стремление к объективности и всестороннему описанию объекта, преимущественное использование сложных предложений, активное употребление пассивных конструкций.

Влияние рекламного дискурса проявляется в основном на лексическом уровне:

Эвфемизация наименований патологий кожи с целью смягчить негативное восприятие эстетических дефектов кожи, сформировать единый понятийный аппарат у пациента и врача: «пылающие щеки» — розацеа, «гусиные лапки» — морщины вокруг глаз, «сосудистые звездочки» — купероз, «апельсиновая корочка» — целлюлит.

Метафоризация наименований медицинских процедур в целях привлечения внимания потенциального потребителя, создания привлекательного образа услуги: «коктейль косметических средств», «капельницы молодости», «срочное оживление кожи».

Вульгаризация научных терминов, характеризующаяся формированием дублирующего нетерминологического наименования компонентов терминосистемы: «жировики» — милиумы, «черные точки» — комедоны, «ямки», «воронки» — постакне. Частотность образованных обозначенным путем наименований обуславливает форми-

рование внутридискурсивного жаргона («чистка» — процедура удаления излишков кожного сала с поверхности лица или спины), «пробник» — уменьшенная версия косметологического продукта; созданная для того, чтобы потенциальный покупатель смог протестировать продукт; «рефил» — многоразовая упаковка для косметологического продукта. Жаргон КД используют в речи все группы участников дискурса в целях речевой экономии.

Активное продуцирование окказионализмов, формирующихся путем модификации заимствованной лексики: «преображение», «бьюти-рынок», «продолженное действие», «мастхэв-процедура», «спа-технолог».

Усложнение научных терминов путем их слияния: «ферменты-мессенджеры», «глубокое дермальное неодимовое омоложение», «макросфокусированный», «губоподбородочные складки», «нососечная борозда», «штрих-морщины», «высокомолекулярная гиалуроновая кислота», «твёрдофазно-модифицированная ... нативная гиалуроновая кислота», «дренажно-детоксикационный массаж». Отметим, что увеличение таких конструкций не всегда мотивировано, так как часто используется в текстах, предназначенных для непрофессиональных участников дискурса.

На морфемном уровне отмечено добавление морфем с положительной оценочной коннотацией к научным терминам («масочка», «кремик», «чисточка», «тоналка», «тональник»), универбация («гнойничок» — гнойное воспаление, «гиалуронка» — гиалуроновая кислота, «умывалка» — средство для умывания). На морфологическом уровне — активное использование отглагольных существительных («раздражение», «восстановление», «покраснения»), усеченных (сокращенных) основ («мезо» — мезотерапия), страдательных причастий («стрессированная кожа», «подсушивающий лосьон», «поросуживающее действие», «балансирующий», «успокаивающий», «увлажняющий», «детоксицирующий»).

Из виртуального дискурса КД заимствовал такие жанры, как пост, обзор, разоблачение, комментарий, а также использование мемов.

3) Специфические стратегии для собственно-научного дискурса и КД и как следствие — более активная реализация манипулятивного потенциала.

Наблюдается взаимосвязь между набором речевых стратегий, жанром текста, в зависимости от того, на какую целевую аудиторию ориентирован конкретный текст — на профессиональное сообщество или же на потенциальных покупателей товаров или услуг.

Основная цель текстов КД — это воздействие на читателя с целью продвижения услуги или товара и/или создания ценности продвигаемого объекта. Следовательно, большинство стратегий, характерных для КД, обладают манипулятивным потенциалом. К частотным стратегиям КД мы отнесли информирующую, оценивающую, мотивирующую и стратегию убеждения.

Средствами реализации информирующей стратегии, направленной на сообщение адресату о новых косметических продуктах, оборудовании или услугах, являются тактики аргументации, фактологичности, блочного членения информации, привлечения статистических данных («врач подбирает индивидуальный протокол, дающий 100 % результат»¹), а также речевые приемы, включающие термины («гидролипидный баланс», «тургор кожи», «акне», «розацеа», «купероз»), конструкции, имитирующие научный стиль речи.

Оценивающая стратегия формирует высокую положительную оценку предлагаемого косметического продукта, косметологического оборудования или услуги, а также результатов их применения, используя лексические единицы с положительной коннотацией.

Стратегия убеждения реализуется за счет демонстрации высокой квалификации врача-косметолога, его экспертности в сфере косметологии: «талантливый персонал, имеющий все необходимые квалификации и высшие научные степени», «врач-лечебник с красным дипломом, у которой больше 10 лет врачебной практики и более 100 000 довольных клиентов по всему миру»², «дерматовенеролог с профильным образованием и многолетней практикой», «участник международных конференций, обучалась авторским программам и перенимала опыт практики мировых пластических хирургов»³.

По мнению Е. Ю. Мельниковой, «мотивирующая стратегия формирует у потребителя позитивное внутреннее побуждение к приобретению определенного косметического продукта или услуги» [8].

Наиболее частотными приемами являются романтизация образа пациента косметологии — красивая и привлекательная, счастливая, уверенная в себе, окруженная роскошью и любящая себя женщина: «специалисты deadermclinic всегда готовы помочь встать на путь преображения, ре-

шить проблемы, чтобы почувствовать себя уверенной и счастливой»⁴, «оказывать качественные косметологические процедуры, позволяя женщине проявить любовь к себе и испытывать удовольствие от осознания своей естественной привлекательности»⁵, «за один сеанс можно почувствовать себя голливудской звездой с сияющей, здоровой, напитанной и благородной кожей, возможность побороть комплексы, стать увереннее в себе и обрести гармонию — вот что необходимо каждой женщине», «кожа — залог успешной социальной коммуникации»⁶.

Часто используется прием позиционирования косметологических продуктов и услуг как сакрального ритуала, «маленького праздника», события, приносящего удовольствие: «поход к косметологу — это ритуал для каждой женщины, который напитывает ее любовью к самой себе, дарит уверенность и красоту»⁷.

Вывод

В ходе анализа речевого материала, продуцируемого участниками КД, были выявлены наиболее активные процессы, происходящие в исследуемом дискурсе на разных языковых уровнях:

– на семантическом уровне наблюдается смешение речевых стратегий научно-технического, официально-делового, рекламного и газетно-публицистического стилей; активное использование манипулятивного потенциала. Также установлена дифференциация речевых стратегий, обусловленная особенностями адресата.

– на лексическом уровне выявлена тенденция к упрощению лексического состава КД, которая реализуется за счет таких процессов, как заимствование наиболее частотных лексем, эвфемизация, вульгаризация и метафоризация научных терминов, продуцирование дублирующих термины наименований. В совокупности описанные процессы формируют аналоговую терминосистему КД, которую можно рассматривать как внутридискурсивный жаргон.

– на морфологическом уровне наблюдается тяготение к увеличению количества морфем в слове, так как наиболее частотными процессами

⁴ Там же. С. 12.

⁵ Там же. С. 13.

⁶ Рекламные материалы специализированной выставки «Дни красоты в Уфе»: [сайт]. URL: <https://krasotabvk.ru/posetiteliyam> (дата обращения: 16.03.2025).

⁷ Beauty guide // Собака.ru. Изд-во ООО «Элис Медиа Групп». Нижний Новгород, 2023. С. 22.

¹ Beauty guide // Собака.ru. Изд-во ООО «Элис Медиа Групп». Нижний Новгород, 2023. С. 22.

² Там же. С. 7.

³ Там же. С. 20.

для продуцирования словоформ являются сложные основы и суффиксация.

Обозначенные модификации КД обусловлены воздействием сетевого и рекламного дискурсов

и дискурса повседневности, характеризующихся высокой изменчивостью, а также широким кругом участников, которые порождают необозримо большой массив контента.

Список источников

1. Ахметгареева В. В. Косметологический дискурс: проблемы перевода // Вызовы современности и стратегии развития общества в условиях новой реальности : сборник материалов XVII Международной научно-практической конференции. Москва : Изд-во АЛЕФ, 2023. С. 201–207.
2. Богданова А. Ю. Статус beauty-дискурса в современной научной парадигме // Молодой исследователь: вызовы и перспективы: Сборник статей по материалам ССLXII международной научно-практической конференции. М. : Изд-во «Интернаука», 2022. Том 20 (262). С. 27–30.
3. Вавилова Е. Н. Косметологический дискурс: постановка проблемы // Вестник ТГПУ. 2015. Вып. 4. С. 124–126.
4. Касымова О. П. Концепт «красота» в профессиональном медиадискурсе (на примере речи врач-косметологов) // Доклады Башкирского университета. 2023. Т. 8, № 1. С. 29–36.
5. Косицкая Ф. Л., Зайцева И. Е. Французский косметологический дискурс в сфере профессиональной коммуникации // Вестник ТГПУ. 2017. Вып. 6. С. 20–24.
6. Лебедева А. В. Сравнительный анализ средств речевого воздействия в рамках косметологического дискурса (на примере рекламы косметических и косметологических продуктов) // Международный научно-исследовательский журнал. 2024. Вып. № 8 (146). С. 1–5.
7. Лобачевская М. П. Особенности образования терминов косметологического дискурса. Сравнение слов декоративной и гигиенической косметики // Философия и наука в культурах Запада и Востока: Сборник статей по материалам V Всероссийской научной конференции с международным участием. Томск: Национальный исследовательский Томский государственный университет, 2023. С. 16–20.
8. Мельникова Е. Ю. Лингво-прагматические характеристики дискурсивного пространства индустрии красоты // Инязовские чтения Совета молодых ученых Московского государственного лингвистического университета: Сборник научных статей II Международной научно-практической конференции. М. : Московский государственный лингвистический университет, 2024. С. 104–111.
9. Печерская Е. А. Теоретические аспекты экспертной диагностики конфликтов языковой личности в рекламе бьюти-сферы // Экономика и социум. 2020. № 5–2. С. 82–87.
10. Селеменова О. А. Функционирование сложных предложений в текстах прямой рекламы глянцевого журналов // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. Вып. 1. С. 150–158.
11. Собянина В. А. О некоторых лексических особенностях немецкого косметологического дискурса в сети интернет // Вестник МГПУ. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2019. Вып. 3. С. 33–41.
12. Темирова Д. Б. Когнитивно-функциональные и структурно-семантические особенности формирования терминологии косметологии (на материале русского и английского языков) : дис. ... канд. филолог. наук: 10.02.19: защищена 12.12.1: утв. 02.10.2020 / Темирова Диана Борисовна. Майкоп, 2019. 170 с.
13. Фаррахова Л. Ф. Лексико-стилистические особенности французского косметологического дискурса (на основе журнала «Космополитен») // Студенческий вестник. 2023. № 12–1. С. 38–39.
14. Шарафутдинова Н. С. О понятиях «терминология», «терминосистема» и «терминополе» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 6–3 (60). С. 168–171.
15. Шестерикова О. А. Трансформация медицинского дискурса в современной европейской культуре : дис. ...канд. философ. наук: 24.00.01: защищена 04.12.14. / Шестерикова Ольга Авенировна. Санкт-Петербург, 2019. 170 с.

References

1. Ahmetgareeva VV. Kosmetologicheskij diskurs: problem perevoda = Cosmetological discourse: problems of translation. Vyzovy sovremennosti i strategii razvitiya obshhestva v usloviyah novej real'nosti: Sbornik materialov XVII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii = Challenges of modernity and strategy of development of society in the conditions of new reality: Collection of materials of the 17th International Scientific-practical Conference. 2023. Pp. 201-207. (In Russ.).

2. Bogdanova AY. Status beauty-diskursa v sovremennoj nauchnoj paradigme = Status of beauty-discourse in the modern scientific paradigm. Molodoj issledovatel': vyzovy i perspektivy: Sbornik statej po materialam CCLXII mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii = Young researcher: challenges and prospects: Collection of articles on the materials of the international scientific-practical conference CCLXII. 2022. 20 (262). Pp. 27-30. (In Russ.).
3. Vavilova EN. Kosmetologicheskij diskurs: postanovka problemy = Cosmetological discourse: problem resolution. *Vestnik TGPU = The Bulletin of the TGPU*. 2015;(4):124-126. (In Russ.).
4. Kasimova OP. Koncept «krasota» v professional'nom mediadiskurse (na primere rechi vrachej-kosmetologov) = Concept of «beauty» in professional media studies (on the example of speech of doctors-cosmetologists). *Doklady Bashkirsko gouniversiteta = Reports of Bashkir University*. 2023;8(1):29-36. (In Russ.).
5. Kositskaya FF, Zaytseva IE. Francuzskij kosmetologicheskij diskurs v sfere professional'noj kommunikacii = French cosmetological discourse in the field of professional communication. *Vestnik TGPU = The Bulletin of the TGPU*. 2017;(6):20-24. (In Russ.).
6. Lebedeva AV. Sravnitel'nyj analiz sredstv rechevogo vozdejstviya v ramkah kosmetologicheskogo diskursa (na primere reklamy kosmeticheskikh i kosmetologicheskikh produktov) = Comparative analysis of speech influence means within the framework of cosmetology discourse (using the example of advertising of cosmetic and cosmetology products). *Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'ski jzhurnal = International research journal*. 2024;(8):1-5. (In Russ.).
7. Lobachevskaya MP. Osobennosti obrazovaniya terminov kosmetologicheskogo diskursa. Sravnenie slov dekorativnoj i gigienicheskoj kosmetiki = Features of the formation of cosmetological discourse terms. Comparison of words of decorative and hygienic cosmetics. *Filosofija i nauka v kul'turah Zapada i Vostoka = Philosophy and science in the cultures of the West and East: Collection of articles on the materials of the V All-Russian Scientific Conference with international participation*. 2023. Pp. 16-20. (In Russ.).
8. Melnikova EYu. Linguo-pragmatic characteristics of the discursive space of the beauty industry. Inyazovskie chteniya Soveta molodykh uchenykh Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta: Collection of scientific articles of the II International Scientific and Practical Conference. Moscow: Moscow State Linguistic University, 2024, pp. 104-111. (In Russ.).
9. Pecherskaja EA. Teoreticheskie aspekty jekspertnoj diagnostiki konfliktov jazykovoj lichnosti v reklame b'juti-sfery = Theoretical aspects of expert diagnosis of conflicts of language personality in the advertising of the buti-sphere. *Jekonomika i socium = Economy and socium*. 2020;(5-2):82-87. (In Russ.).
10. Selemenewa OA. Funkcionirovanie slozhnyh predlozhenij v tekstah prjamoj reklamy gljancevyh zhurnalov = Functioning of complex sentences in direct advertising texts of glossy magazines. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: problematic field of media education*. 2021;(1):150-158. (In Russ.).
11. Sobyantina VA. On some lexical features of German cosmetology discourse on the Internet. *Vestnik MGPU. Seriya: Filologiya. Teoriya yazyka. Yazykovo obrazovanie*. 2019;(3):33-41. (In Russ.).
12. Temirova DB. Cognitive-functional and structurally-semantic features of the formation of the terminology of cosmetology (in the material of Russian and English languages): dis. .. Cand. Sci. (Philology). Majkop, 2019. 170 p. (In Russ.).
13. Farrahova LF. Leksiko-stilisticheskie osobennosti frantsuzskogo kosmetologicheskogo diskursa (na nove zhurnala «Kosmopoliten») = Lexical-stylistic features of French cosmetology discourse (based on the journal «Cosmopolitan»). *Studencheskiy vestnik = Student Gazette*. 2023;(12-1):38-39. (In Russ.).
14. Sharafutdinova NS. O ponjatijah «terminologija», «terminosistema» i «terminopole» = On the concepts of “terminology”, “terminological system” and “terminological field”. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philological sciences. Theoretical and practical issues*. 2016;(6-3):168-171. (In Russ.).
15. Shexerikova OA. Transformation of medical discourse in the modern European culture [Text]: dis... Cand. Sci. (Philology). Saint-Petersburg, 2019. 170 p. (In Russ.).

Информация об авторах

О. П. Касимова — доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры теории языка и ее преподавания.

А. В. Лебедева — преподаватель кафедры русского языка, лингвистики и международной коммуникации.

Information about the authors

O. P. Kasymova — Dr. Sci. (Philology), Associate Professor, Professor of the Department of Language Theory and its Teaching.

A. V. Lebedeva — lecturer of the Department of Russian Language, Linguistics and International Communication.

Статья поступила в редакцию 06.06.2025; одобрена после рецензирования 20.08.2025; принята к публикации 22.05.2026.

The article was submitted 06.06.2025; approved after reviewing 20.08.2025; accepted for publication 22.05.2026.

Вклад авторов: оба автора сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.