

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 81'373.613

ББК 81.411.2-32

Д 26

DOI: 10.53598/2410-3489-2024-1-332-37-44

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ЛЕКСЕМЫ «*BEAUTY*» В РУССКОЯЗЫЧНОМ ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ (Рецензирована)

Анна Геннадьевна ДЕДЮХИНА

Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия,
anna_dedukhina@mail.ru

Андрей Александрович ДЕДЮХИН

Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия,
anna_dedukhina@mail.ru

Аннотация. Рассматриваются англоязычные заимствования, представленные сложными словами и содержащие ключевой компонент *beauty* или *бьюти* на текстовом материале цифрового пространства современного русского языка. Описывается англоязычная лексема *beauty* и её словосочетания по степени ассимиляции в принимающем языке, структурному аспекту и тематическому признаку. Установлено, что англоязычные заимствования предназначены для выражения семантико-стилистических оттенков, эмоционально-экспрессивных и оценочных характеристик.

Ключевые слова: англоязычные заимствования, англоязычная лексема, адаптация, языковое цифровое пространство, тематическая классификация.

Для цитирования: Дедюхина А. Г., Дедюхин А. А. Функционирование англоязычной лексемы *beauty* в русскоязычном цифровом пространстве // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Филология и искусствоведение, 2024. Вып. 1 (332). С. 37–44. DOI: 10.53598/2410-3489-2024-1-332-37-44.

ORIGINAL RESEARCH PAPER

FUNCTIONING OF THE ENGLISH LEXEME *BEAUTY* IN THE RUSSIAN-LANGUAGE DIGITAL SPACE

Anna G. DEDYUKHINA

Kuban State University, Krasnodar, Russia,
anna_dedukhina@mail.ru

Andrey A. DEDYUKHIN

Kuban State University, Krasnodar, Russia,
anna_dedukhina@mail.ru

Abstract. This study examines English loanwords, presented in the texts of digital space of modern Russian language as complex words containing the key component 'beauty'. It describes the degree of assimilation of the English lexeme 'beauty' and its phrases in the Russian language, as well as their structural and thematic features. It has been established that English loanwords are used to convey semantic and stylistic meanings, as well as emotional and evaluative characteristics.

Keywords: English loanwords, English lexeme, adaptation, language digital space, thematic classification.

For citation: Dedyukhina A.G. Dedyukhin A.A. Functioning of the English lexeme *beauty* in the Russian-language digital space // Bulletin of Adyghe State University, Ser.: Philology and Art Criticisms, 2024. No.1 (332). P.37–44. DOI: 10.53598/2410-3489-2024-1-332-37-44.

Введение

Актуальность исследования обусловлена многими факторами. Во-первых, сегодня мы наблюдаем доминирование онлайн-коммуникации практически во всех сферах человеческой деятельности. Во-вторых, нововведения в мировом сообществе, глобальное увеличение онлайн-аудитории послужили импульсом для появления понятий и образования новых слов в языке. В-третьих, наблюдается тенденция частотного использования лексики англоязычного происхождения в русскоязычном пространстве цифрового социума, в связи с чем повышается исследовательский интерес к процессам, происходящим в системе заимствованной лексики.

Исследователями указывается факт влияния всемирной паутины, международных рынков и связей, культурных мероприятий на изменения не только в языке [1: 48], но и в культурном коде и общественных условиях, системе ценностей, которые привели к образованию новых слов [2: 47]. Е.И. Голованова приходит к выводу о том, что усложнение наименований является следствием когнитивного усложнения мира стремлением носителей языка к краткости, ёмкости и содержательной точности [3: 68].

В работе Н. Фэрклоу подчеркивается, что СМИ являются одним из «проводников» распространения американского варианта английского языка [4: 5]. А.С. Гуськова и Л.Б. Карпенко уточняют, что основной сферой внедрения и освоения англоязычных лексем стали именно интернет-издания, которые искусственно ускоряют процесс их проникновения [5: 35].

Также существуют мнения о том, что СМИ являются популяризатором заимствований и при этом реализуют функцию речевой интеллектуальности [6: 22], а также склонны к экспрессивности, эмоциональности, оценочности и креативности [7: 108]. Эти выводы дополняются высказыванием о том, что тексты СМИ не только отражают речевую практику социальных групп, но и отчасти тиражируют новые англоязычные заимствования, способствуя их адаптации в языке [8: 86]. Кроме этого, выделяется способность англицизмов становиться производящими основами для образования неологизмов в силу развитой системы словообразования русского языка [9: 79].

Таким образом, можно согласиться с мнением Чень Шаосюн о том, что в качестве одного из продуктивных способов обновления лексического состава современного русского языка считается иноязычное заимствование [10: 109].

Цель статьи — выявить особенности функционирования новейших англоязычных заимствований и определить их степень освоенности в русскоязычном цифровом пространстве на примере англоязычной лексики *beauty*.

Материалы и методы исследования

Для проведения данного исследования использовались текстовые материалы сети Интернет, полученные путем целенаправленной выборки, содержащие англоязычную лексему *beauty* и её словосочетания. Языковые данные были извлечены из текстовых электронных материалов блогов, рекламы, глянцевого журналов и средств массовой информации за период 2020-2023 гг. Было обнаружено 154 англоязычных заимствования, содержащие ключевой компонент *бьюти* или *beauty*. Для данного исследования использовались такие русскоязычные сайты, как <http://elle.ru>, <http://marieclaire.ru>, <http://m.dzen.ru/beauty>, <http://glamour.ru>, <http://glossy.ru>, <http://vogue.ru> и т.д., а также данные из электронного словаря англицизмов русского языка А. И. Дьякова (<http://anglicismdictionary.ru/beauty>).

Основными методами данного исследования служат метод анализа научной литературы, лингвопрагматического анализа, а также сравнительный, контекстуальный и описательный методы. В качестве дополнительного метода в исследовании применялся метод количественного подсчета.

Результаты

Сегодня мы наблюдаем столь возросший интерес к индустрии красоты, доказательством чего является большой спрос, распространение и рекламирование товаров и услуг данной сферы во всем мире. *Итак*, в интернет-пространстве уделяется много внимания интересам современных женщин, отражая основные черты массовой культуры. В связи с этим, отмечается процесс активизации и популяризации англоязычной лексемы *beauty* в языковом цифровом пространстве современного русского языка.

Для начала обратимся к трем известным словарям и проведем сравнительный анализ дефиниций лексической единицы *beauty*:

— *a physically attractive woman, a charming woman* «физически привлекательная женщина, очаровательная женщина» [11];

— *the quality of being pleasing to the senses or to the mind* «свойство привлекательности по отношению к чувствам или уму»; 2) *a person or a thing that is beautiful* «человек или вещь, которые являются красивыми»; 3) *an excellent example of its type* «отличный пример в своём роде»; 4) *a pleasing feature* «приятная особенность» [12];

— *an attractive quality that gives pleasure to those who experience it or think about it, or a person who has this attractive quality* «привлекательное качество, доставляющее удовольствие тому, кто его испытывает или думает об этом, или человек, обладающий этим качеством»; 2) *an attractive appearance* «привлекательный внешний вид»; 3) *a quality of something that makes it good, easy, or worth doing* «свойство чего-то, что делает эту вещь хорошей, легкой и стоящей» [13].

Исходя из приведенных дефиниций следует сделать вывод о семантическом ядре данной лексемы и обозначить дополнительные признаки. *Итак*, выделим основные семантические значения англоязычной лексемы *beauty*:

- привлекательный, очаровательный, красивый человек, особенно женщина;
- привлекательная, красивая вещь;
- приятная особенность или свойство, наделяющее различные вещи привлекательным качеством;
- привлекательный внешний вид.

Из дополнительных или сопутствующих характеристик можно обозначить следующие значения лексемы:

- отличный пример в своём роде;
- чувство привлекательности.

Рассмотрим особенности функционирования англоязычной лексемы *beauty* на текстовом материале цифрового пространства современного русского языка. Общеизвестно, что вхождение иноязычного слова в систему принимающего языка является сложным и многоэтапным процессом. **Начальный этап** внедрения иноязычного слова предполагает не только фонетические и графические изменения заимствованной лексемы, но также наблюдаются случаи вкрапления лексемы в принимающий язык в своем исконном иноязычном облике.

На страничках многих сайтов, посвященных красоте, мы можем найти употребление англоязычной лексемы *beauty* в качестве названия рубрики ("**BEAUTY**"), переданной средствами английского языка, что говорит о нулевой степени адаптации в принимающем языке.

Далее наблюдаем употребление лексемы в двухкомпонентном написании также средствами исконного языка:

*У людей постоянно появляются все новые и новые мании. Вот и сегодня специалисты отмечают появление еще одной — «зависимости от красоты» — **beauty-addiction** (zhenskoe-mnenie.ru).*

Beauty-техника будущего: *уходовые гаджеты для женщин* (dzen.ru).

Отметим, что оба примера содержат исследуемую англоязычную лексему *beauty* в составе двухкомпонентных структур, где в первом примере обе части сложного слова переданы графическими средствами английского языка (*beauty-addiction*), а во втором — вторая часть сочетается с русским словом (*beauty-техника*).

По мере проникновения в принимающий язык (русский) англоязычная лексема *beauty* адаптируется и принимает новую фонетико-графическую оформленность средствами русского языка. На данном этапе были зафиксированы различные структурные образования данной лексемы:

1) однокомпонентные:

*Екатерина Сляднева — автор канала «**Бьюти** за 300». Она рассказывает о бюджетной косметике, которая достойна внимания* (peopletalk.ru).

*Рубрика: 5 крутых **бьюти** Telegram-каналов* (peopletalk.ru);

2) двухкомпонентные с дефисом:

*Какую декоративную и уходовую косметику покупать в январе: обзор главных **бьюти-новинок** месяца от колумниста Grazia* (graziomagazine.ru).

*Мы застали времена, когда **бьюти-индустрия** развивается такими быстрыми темпами, что становится затруднительно подстраивать свой бизнес под меняющиеся условия* (krasivo.biz).

*Рубрика: профессии в **бьюти-сфере*** (synergy.ru);

3) двухкомпонентные без дефиса в раздельном написании:

*Купить косметику на **Бьюти Базаре*** (beautybaz.ru).

БЬЮТИ МИР — *самый полезный блог о красоте* (dzen.ru);

4) двухкомпонентные в слитном написании:

Бьютишоп — *магазин для мастеров салонов красоты* (beautyshop.ru).

5) трехкомпонентные с дефисом:

*Рубрика: **Бьюти-мастер-класс*** (dzen.ru).

Проведенный анализ выявленных структурных характеристик этой англоязычной лексемы позволяет прийти к выводу о доминировании и частотном употреблении в цифровом языковом пространстве современного русского языка двухкомпонентных структур с ассимилированным ключевым компонентом *бьюти*, переданных через дефис.

На втором этапе адаптации новой заимствованной лексемы подразумевается приобретение грамматических категорий принимающего языка, словоизменения форм и отнесенность к определенным частям речи. Необходимо отметить, что в начале своего пути англоязычная заимствованная лексическая единица проникает в современный русский язык как несклоняемое существительное, далее выступает в роли коннотативного элемента, входящего в состав сложного слова. Примечательно, что пройдя фонетико-графический уровень освоения языком, англоязычное заимствование *beauty* на морфологическом уровне не приобретает грамматические характеристики принимающего языка (русского) — падежные окончания.

Следует упомянуть об образовании новых слов с доминирующим компонентом *beauty* где был применен метод контаминации: *бьютиголик* (*бьюти* + *голик*), *бьютимагия* (*бьюти* + *магия*), *бьютиголизм* (*бьюти* + *голизм*) и т.д. Способ контамина-

ции как один из специфических способов деривации, о котором в своём исследовании пишет З. И. Минеева, объединяет две основы и «способствует компрессии и «свертыванию» семантики словосочетания или предикативной единицы в одно слово [14: 58].

Также в современном русском языке используются такие однокоренные слова англоязычного заимствования бьюти, как *бьютишн*, *бьютишный*, *бьютишная* и т.д., которые были образованы от английского слова *beautician*.

Beautician — a person, usually a woman, whose job is to give beauty treatments to the face and body (человек, обычно женщина, чья работа заключается в проведении косметических процедур по лицу и телу) [12].

Бьютишн и маникюрных дел мастер — тоже имеются — всеми поделюсь ... (baby.ru).

Рубрика «**Бьютишн**»: идеи и стили причесок, уход за волосами (dzen.ru.).

Рубрика «**Бьютишная**»: идеи для макияжа, отзывы о продуктах, мудборды (makeupartist.ru).

Итак, в современном русском языке англоязычное заимствование *бьюти* употребляется в несклоняемой форме имени существительного в основном в составе сложных слов и лишь его однокоренные заимствованные единицы приобрели форму имени прилагательного (*бьютишный*, *бьютишная*).

На завершающем этапе адаптации англоязычное заимствование *бьюти* приобретает различные дополнительные значения, вступая в языковую взаимосвязь с другими лексическими единицами принимающего языка и употребляясь в различных контекстах: *бьюти-шопинг*, *бьюти-сфера*, *бьюти-курсы*, *бьюти-привычка*, *К-бьюти*, *бьюти-рынок*, *бьюти-прием*, *бьюти-эфир*, *бьюти-рубрика* и т.д. Приведенные примеры иллюстрируют сопутствующие значения исследуемого англоязычного заимствования *бьюти*, дополнительные семантико-стилистические функции, устойчиво связанные с основным значением слова.

Англоязычное заимствование *бьюти* было зафиксировано в электронном словаре англицизмов А. И. Дьякова в качестве несклоняемого существительного и входящего в составную часть слов-композигов, обозначающие уход за кожей лица, тела и явления, связанные с парикмахерским искусством; а также компонент в названиях организаций. Автором данного словаря были приведены такие словосочетания с англоязычным заимствованием *бьюти*, как *бьюти-блендер*, *бьюти-блогер*, *бьюти-кейс*, *бьюти-коворкинг*, *бьюти-копирайтер*, *бьюти-терапия*, *бьюти-фарм* и т.д. [15]. Заметим, что данные двухсловные сочетания переданы через дефис, а первая и вторая части сложного слова адаптированы графическими средствами русского языка. Таким образом, отметим, что эта англоязычная лексема входит в состав сложного слова и крайне редко употребляется самостоятельно.

В силу того, что сегодня многие сферы человеческой жизни связаны с красотой, нами было зафиксировано частотное употребление англоязычных заимствований с этим ключевым компонентом в различных тематических группах:

1) городское сообщество: *бьюти-рынок*, *бьюти-магазин*, *бьюти-маркет*, *бьюти-шопинг*, *бьюти-коворкинг*, *бьюти-индустрия*, *бьюти-сфера*, *бьюти-клиника* и т.д.;

2) обучение: *бьюти-курсы*, *бьюти-консультации*, *бьюти-конференция*, *бьюти-семинар*, *бьюти-словарь*, *бьюти-мастер-класс* и т.д.;

3) инструменты, предметы, средства: *бьюти-арсенал*, *бьюти-бокс*, *бьюти-средства*, *бьюти-техника*, *бьюти-гаджеты*, *бьюти-устройства*, *бьюти-блендер* и т.д.;

4) помещения: *бьюти-бар*, *бьюти-корнер*, *бьюти-магазин*, *бьюти-маркет*, *бьюти-коворкинг*, *бьюти-клиника*, *бьюти-офис* и т.д.;

5) организации: «Beauty Line», «Beauty Boutique», «Beauty Home», «Beauty Lab», «Бьюти Фабрика», «Бьюти Бар» и т.д.;

6) процедуры: бьюти-детокс, К-бьюти, бьюти-процедура, бьюти-рутина и т.д.;

7) должности и профессии: бьюти-консультант, бьюти-мастер, бьюти-гид, бьюти-блогер, бьюти-копирайтер, бьюти-редактор и т.д.;

8) покупки: бьюти-покупки, бьюти-заказ, бьюти-распродажа и т.д.;

9) телевидение: бьюти ТВ, бьюти-трансляция, бьюти-эфир, бьюти-съёмка и т.д.;

10) интернет: бьюти сервис, бьюти игра, бьюти-мастер-класс, бьюти-трансляции, бьюти-сленг, бьюти-справочник, бьюти-дискуссия, бьюти-блог и т.д.;

11) сотовые телефоны: бьюти приложение и т.д.;

12) коммерческая деятельность: бьюти-инвестиции, бьюти-бизнес, бьюти-офис, бьюти-переговоры, бьюти-заказы, бьюти-сфера, бьюти-команда и т.д.;

13) разное: бьюти-мания, бьюти-аддикция, бьюти-потребление, бьюти-привычка, бьюти-прием, бьютибой, бьюти-рубрика, бьюти-терапия, бьюти-тренд, бьюти-лайфхак, бьюти-шпаргалка и т.д.

Приходим к выводу, что в данной тематической классификации наблюдается одновременное использование и отнесенность некоторых англоязычных заимствований к разным тематическим группам. Добавим, что такие группы, как «городское сообщество», «обучение», «должности и профессии», «помещения», «интернет», «коммерческая деятельность», «разное» содержат наибольшее количество двух- и трехсловных конструкций с англоязычным заимствованием *бьюти* в качестве ключевого компонента.

Выводы

Анализ англоязычного заимствования *бьюти* в русскоязычном цифровом пространстве показал, что частотность использования данного англицизма отражает стиль жизни современных городских женщин, соответствующий социальным нормам и затрагивающий многие сферы человеческой жизни. Отображая социально-культурные ценности современного российского общества, употребление этого англоязычного заимствования в языковом цифровом пространстве современного русского языка предназначено для выражения эмоционально-экспрессивно-оценочных характеристик.

Приведенная тематическая классификация англоязычных заимствований с ключевым компонентом *бьюти* (13 тематических групп), анализ вхождения и адаптации лексемы в принимающем языке и ее структурные характеристики подчеркивают активизацию данной лексемы в современном русском языке.

Таким образом, данное исследование позволило выявить особенности функционирования англоязычных заимствований на примере лексемы *beauty* и прийти к выводу о продуктивной способности современного русского языка адаптировать и преобразовывать в своей системе заимствованные слова с новыми семантико-стилистическими оттенками.

Примечания:

1. Лихачева Ж. В. О способах заимствования в современном русском языке на примере молодежного сленга // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2017. Вып. 30 (4). С. 48-52.

2. Катермина В. В. Аксиологические трансформации как причина порождения новой лексики // Ценностные ориентации эпохи цифровизации : монография / под общ. ред. Л. Г. Поповой. Тамбов : Издат. центр ФГБОУ ВО «ТГТУ», 2022. С. 47-63.

3. Голованова Е. И. Новые названия лиц по профессии и должности в русском языке // Вестник Челябинского государственного университета. Филологические науки. 2015. № 27. (382), вып. 98. С. 60-64.

4. Fairclough N. Language and Globalization. L., 2006. P. 186.

5. Гуськова А. С., Карпенко Л. Б. Функционирование англоязычных заимствований в текстах современных Интернет-изданий // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер. : Филология, педагогика, психология. 2020. № 3. С. 34-42.
6. Алевизаки О. Р., Касперова Л. Т., Славкин В. В. Неологизмы в качественной прессе 2020 года // Новые слова и словари новых слов: сб. ст. 2020. СПб., 2020. С. 22-27.
7. Хачмафова З. Р. Креативность языковой личности колумниста в дискурсе СМИ (на материале русского и немецкого языков) // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. : Филология и искусствоведение. 2023. Вып. 2 (317). С. 107-112. DOI 10.53598/2410-3489-2023-2-317-107-112.
8. Читао Л. Р. Употребление англоязычных заимствований в современном адыгейском языке // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. : Филология и искусствоведение. 2022. Вып. 3 (302). С. 82-87. DOI 10.53598/2410-3489-2022-3-302-82-87.
9. Алюнина Ю. М. Блог как источник новейших англицизмов: на материале текстов интернет-дискурса моды // Вестник НГУ. Сер. : Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2019. Т. 17, № 4. С. 78-91. DOI 10/25205/1818-7935-2019-17-4-78-91
10. Чень Шаосюн. Неологизмы русского языка на основе англоязычных заимствований // Известия ВГПУ. Филологические науки. 2020. № 9 (152). С. 108-113.
11. Merriam-Webster's Collegiate Thesaurus. Springfield, 1998. 868 p.
12. Oxford Advanced Learner's Dictionary. Oxford University Press, 2010. 1796 p.
13. Cambridge Dictionary of American English. Cambridge University Press, 2000. 1069 p.
14. Минеева З. И. Контаминация в образовании номинаций человека // Вестник Удмуртского университета. История и Филология. 2015. Т. 25, вып 2. С. 58-68.
15. Дьяков А. И. Словарь англицизмов русского языка. URL: <http://anglicismdictionary.ru/beauty> (дата обращения: 13.01.2024).

Список источников

<http://elle.ru>
<http://marieclaire.ru>
<http://m.dzen.ru/beauty>
<http://glamour.ru>
<http://glossy.ru>
<http://vogue.ru>
<http://zhenskoe-mnenie.ru>
<http://graziomagazine.ru>
<http://peopletalk.ru>
<http://krasivo.biz>
<http://synergy.ru>
<http://beautyshop.ru>
<http://beautybaz.ru>

References:

1. Likhacheva Zh.V. Methods of borrowing in modern Russian language on the example of youth slang // Human Science: Humanitarian Research. 2017. Iss. 30(4). P. 48-52.
2. Katermina V.V. Axiological transformations as the reason for the generation of new vocabulary // Value orientations of the era of digitalization: monograph / general ed. by L.G. Popova. Tambov: FGBOU VO «TGTU» Publishing center, 2022. P. 47-63.
3. Golovanova E.I. New names of the persons on the profession and post in the Russian language // Bulletin of Chelyabinsk State University. Philological Sciences. 2015. No. 27. (382). Iss. 98. P. 60-64.
4. Fairclough N. Language and Globalization. L., 2006. P. 186.
5. Guskova A.S., Karpenko L.B. English borrowings in modern mass media texts // Bulletin of I. Kant Baltic Federal University. Ser.: Philology, Pedagogy, Psychology. 2020. No. 3. P. 34-42.
6. Alevizaki O.R., Kasperova L.T., Slavkin V.V. Neologisms in high-quality print media 2020 // New words and dictionaries of new words: collection of articles. 2020. SPb., 2020. P. 22-27.
7. Khachmafova Z.R. Creativity of the linguistic personality of a columnist in the media discourse (based on the Russian and German languages) // Bulletin of Adyghe State University. Ser.: Philology and the Arts, 2023. Iss. 2(317). P. 107-112. DOI 10.53598/2410-3489-2023-2-317-107-112.

8. *Chitao L.R.* Use of English-language borrowings in the Adyghe modern language // Bulletin of Adyghe State University. Ser.: Philology and the Arts, 2022. Iss. 3(302). P. 82-87. DOI 10.53598/2410-3489-2022-3-302-82-87
9. *Alyunina Yu.M.* Blog as a source of recent Anglicisms: Internet discourse of fashion // Bulletin of NSU. Ser.: Linguistics and Intercultural Communication. 2019. Vol. 17, No. 4. P. 78-91. DOI 10/25205/1818-7935-2019-17-4-78-91.
10. *Chen Shaoxiong.* Neologisms of the Russian language on the basis of English loanwords // News of VGPU. Philological Sciences. 2020. No. 9 (152). P.108-113.
11. Merriam-Webster's Collegiate Thesaurus. Merriam-Webster, Incorporated. Springfield, Massachusetts, USA. 1998. 868 pp.
12. Oxford Advanced Learner's Dictionary. Oxford University Press. 2010. 1796 pp.
13. Cambridge Dictionary of American English. Cambridge University Press. 2000. 1069 pp.
14. *Mineeva Z.I.* Contamination in the derivation of nominations for people // Bulletin of Udmurt University. History and Philology. 2015. Vol. 25, Issue 2. P. 58-68.
15. *Dyakov A.I.* Dictionary of Anglicisms of the Russian language. URL: <http://anglicismdictionary.ru/beauty> (access date: 13.01.2024).

List of sites:

<http://elle.ru>
<http://marieclaire.ru>
<http://m.dzen.ru/beauty>
<http://glamour.ru>
<http://glossy.ru>
<http://vogue.ru>
<http://zhenskoe-mnenie.ru>
<http://graziomagazine.ru>
<http://peopletalk.ru>
<http://krasivo.biz>
<http://synergy.ru>
<http://beautyshop.ru>
<http://beautybaz.ru>

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.
The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 14.02.2024; одобрена после рецензирования 19.03.2024;
принята к публикации 23. 03.2024.

The paper was submitted 14.02.2023; approved after reviewing 19.03.2023;
accepted for publication 23.03.2024.

© А. Г. Дедюхина, А. А. Дедюхин, 2024