

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
им. В.П. Астафьева»
(КГПУ им. В.П. Астафьева)

Филологический факультет
Выпускающая кафедра общего языкознания

Краснова Светлана Николаевна

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
«Функционирование иноязычных неологизмов искусствоведческой и
бытовой тематики в текстах молодёжных СМИ (материалы для проектной
деятельности в 6 классе)»

Направление подготовки 44.03.05 Педагогическое образование
(с двумя профилями подготовки)
Направленность (профиль) образовательной программы
Русский язык и литература

ДОПУСКАЮ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
канд. филол. наук,
доцент Бурмакина Н.А.

(дата, подпись)

Научный руководитель
доктор филол. наук,
профессор Бурмакина Н.А.

(дата, подпись)

Дата защиты _____

Обучающийся Краснова С.Н.

(дата, подпись)

Оценка _____
(прописью)

Красноярск 2026

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Теоретические основы изучения иноязычных неологизмов в современном русском языке	6
1.2. Употребление иноязычных в прошлом и в настоящее время	16
1. 3. Иноязычных неологизмы бытовой и искусствоведческой тематики	20
1.4. Роль СМИ в распространении иноязычных неологизмов	25
Глава 2. Анализ иноязычных неологизмов бытовой и искусствоведческой тематики в молодёжных СМИ.....	32
2.1. Корпус и методика отбора иноязычных неологизмов из молодёжных медиа.....	32
2. 3. Семантическая и словообразовательная характеристика иноязычных неологизмов искусствоведческой тематики.....	54
Глава 3. Проектная деятельность на уроках русского языка в 6 классе: материалы для изучения иноязычных неологизмов.....	75
3.1. Методический потенциал иноязычных неологизмов на уроках русского языка	75
3. 2. Методические материалы для организации проектной деятельности учащихся 6 класса	79
Заключение.....	91
Библиографический список.....	95
Приложение А	125

Введение

В современном информационном обществе, где интернет и социальные сети играют важную роль в повседневной жизни молодого поколения, иноязычные неологизмы становятся все более распространенными и важными элементами коммуникации. Это обусловлено не только развитием технологий в сфере информационных коммуникаций, но и глобализацией, межкультурными взаимодействиями и расширением границ.

Одной из причин **актуальности** данной темы является необходимость понимания иноязычных неологизмов в современной коммуникационной среде. Все больше молодежных СМИ активно используют новые слова и выражения, заимствованные из иностранных языков, чтобы привлечь внимание и поддержать интерес своей целевой аудитории. Понимание этих неологизмов становится важным для эффективной коммуникации и понимания современных медиа-текстов.

Важно также отметить, что иноязычные неологизмы отражают социокультурные изменения в современном обществе. СМИ играют значительную роль в формировании и модернизации молодежной культуры, а использование иностранных выражений и слов может стать своеобразным индикатором смены ценностей и взглядов в обществе.

Объектом исследования является современный массмедийный дискурс русскоязычных молодёжных СМИ. Исследование сосредоточено на иноязычных неологизмах бытовой и искусствоведческой тематики, которые активно используются в текстах изданий.

Предметом исследования выступают структурно-семантические и функциональные особенности указанных неологизмов. Структурные особенности касаются способов образования новых слов (заимствования, гибриды, кальки, композиты и др.). Семантические особенности рассматривают лексические значения, коннотации и тематическую отнесённость (быт, искусство, красота, питание и пр.). Функциональные

особенности включают роль и воздействие неологизмов в молодёжных медиатекстах (номинативная, аттрактивная, маскировочная, социально-маркирующая и др. функции).

Материалом послужили публикации следующих молодёжных СМИ за 2021-2026 гг.: Пять углов, ЮНПРЕСС, Дзен, Афиша Daily, Т–Ж, theGirl, The Voice, Собака.ru, Skillbox Media, Хабр, Сноб, The City, Forbes, Men Today, U Magazine, Marie Claire, Правила жизни, Мел, Лиза. Общий корпус выборки составил 109 лексических единиц.

Цель: проанализировать иноязычные неологизмы бытовой и искусствоведческой тематики в молодёжных СМИ.

Задачи:

1. Изучить теоретические подходы к определению и классификации неологизмов в современной лингвистике, выделить критерии отнесения слов к иноязычным неологизмам бытовой и искусствоведческой тематики.

2. Выявить и систематизировать корпус иноязычных неологизмов бытовой и искусствоведческой тематики в текстах молодёжных электронных СМИ, определить их происхождение и способы образования.

3. Проанализировать семантические и функциональные особенности наиболее частотных неологизмов (номинативная, аттрактивная, маскировочная, социально-маркирующая и др. функции).

4. Оценить позитивные и негативные последствия активного использования иноязычных неологизмов для развития языковой культуры молодёжи.

5. Составить методическую разработку по русскому языку по теме исследования.

Выпускная квалификационная работа по данной теме позволит проанализировать конкретные примеры иноязычных неологизмов, использованных в молодёжных СМИ, и раскрыть их семантическое значение и влияние на коммуникации и восприятие информации.

Практическая значимость данного исследования в том, что его материалы можно использовать при проведении проектной деятельности или на уроках русского языка в средней общеобразовательной школе.

Методы исследования: описательный метод (сбор, интерпретация и классификация материала), метод компонентного анализа (семантическая характеристика неологизмов), элементы этимологического анализа, а также метод педагогического проектирования (при создании методических материалов).

Структура работы включает в себя введение, три раздела – теоретический, практический, методический и список литературы.

Глава 1. Теоретические основы изучения иноязычных неологизмов в современном русском языке

1.1. Определение и классификация неологизмов в современной лингвистике

Словарный состав является наиболее динамичной и открытой к изменениям подсистемой языка, отражающей процессы, происходящие в окружающей действительности. Активные преобразования в различных сферах жизни обуславливают появление новых слов – неологизмов, под которыми понимаются новые слова или выражения, а также «новое значение старого слова» [Коренева, 2025, с. 8].

В современной лингвистике нет однозначного подхода к толкованию неологизма. Это объясняется разницей критериев для его характеристики [Коренева, 2025, с. 9].

Существует несколько лингвистических теорий, которые помогают раскрыть сущность такого явления, как неологизм [Котелова, 1982, с. 8]: «стилистическая», «психолингвистическая», «лексикографическая», «денотативная», «структурная» и «конкретно-историческая».

Согласно первой из них, к неологизмам причисляются стилистически окрашенные слова, новые значения уже существующих слов, а также фразеологические единицы, обладающие эффектом новизны. Но этот критерий не может быть определяющим, ввиду следующих причин.

1. Признак новизны крайне сложно поддается количественному измерению и четкой верификации. Он не может быть количественно измерен и не имеет формализованных характеристик [Попова, 2017, с. 5].

2. Высокая степень субъективности восприятия: «то, что одному человеку кажется новым, для другого носителя языка является совершенно привычным и потому субъективно известным» [Попова, 2017, с. 5].

3. «Ореол новизны» относится скорее к сфере восприятия слова, а не к его структурно-семантическим свойствам в системе языка. Таким образом, критерий новизны характеризует не само слово как единицу лексико-семантической системы, а специфику его функционирования в сознании носителей [Попова, 2017, с. 6].

4. Субъективный и динамичный характер этого признака делает его практически непригодным для лексикографической фиксации. Составитель словаря не может опираться на переменчивые психолингвистические реакции [Попова, 2017, с. 7].

5. Опора на критерий известности/неизвестности часто приводит к смешению: носители языка склонны относить к неологизмам архаизмы или историзмы [Попова, 2017, с. 7].

6. Эффект новизны недолговечен: при интенсивном использовании слова он может исчезнуть практически мгновенно [Попова, 2017, с. 7].

Н.З. Котелова считает, что «многие новые слова сразу усваиваются говорящими и ощущение новизны быстро стирается» [Котелова, 1982, с. 7].

Все вышесказанное позволяет согласиться с Н. З. Котеловой, полагавшей, что ореол новизны – это характеризующий, но не определяющий признак для такого явления, как неологизмы.

Представители данной теории считают, что, для того чтобы отнести слово к неологизму, «необходимо исследовать характер восприятия каждой неолексемы членами общества и, сравнив полученные данные, вычислить среднеарифметическую величину, которая и будет, очевидно, показателем языкового сознания коллектива» [Сенько, 1994, с. 25]. Но анкетировать респондентов в большом количестве и проводить психолингвистические эксперименты со всеми новыми словами не является целесообразным.

Психолингвистическая теория рассматривает лексические неологизмы как явление мышления и когнитивной деятельности отдельно взятого участника процесса общения. В этом случае архаизмы, историзмы,

профессиональная лексика, жаргонизмы и другие слова языковой системы могут восприниматься носителями языка как неологизмы. Вместе с тем слово, давно закрепившееся в языковой системе, но в силу индивидуальных особенностей не освоенное отдельным человеком, недопустимо рассматривать как неологизм в строгом, традиционном значении этого термина [Коренева, 2025, с. 10].

Последователи **лексикографической теории** трактуют неологизмы как слова, которые не занесены в современные словари и не отмечены в них. Этот взгляд достаточно широко представлен в западной традиции неологии. Именно он служит базой для концепции словаря новых слов английского языка, разработанного К. Барнхартом, и его придерживаются также французские лексикографы [Попова, 2017, с. 8].

Против такого чисто определения обычно выдвигаются следующие аргументы.

Во-первых, из этого следует, что неологизмы возникают лишь в языках с письменностью, но это не соответствует действительности. Единственным логическим выходом было бы признание особых правил идентификации неологизмов для бесписьменных языков, однако такие правила теорией не предлагаются.

Во-вторых, состав словарей новой лексики определяется условиями: величиной страны, степенью зрелости языка, общим количеством словарей и числом специализированных изданий. В молодых языках, слабо обеспеченных лексикографическими источниками, провести чёткую грань между новой и устаревшей лексикой практически невозможно. Кроме того, всегда сохраняется вероятность того, что лексикографы случайно или намеренно не включают некоторые слова [Коренева, 2025, с. 11].

Вероятно, признак наличия/отсутствия слова в словарях правомерно использовать только в качестве одного из диагностических средств, но не как ключевую характеристику неологизмов.

Согласно **денотативной теории**, неологизм определяется как слово, служащее для обозначения нового предмета или явления. Однако Т. В. Попова указывает на ограниченность данного понимания, поскольку в его рамках игнорируются внутренние языковые причины возникновения неологизмов, такие как стремление к выразительности, действие законов номинации и словообразовательные процессы [Попова, 2017, с. 41]. Кроме того, в языке существует значительное количество новых слов, называющих уже известные реалии, которые получают новое наименование в результате их переосмысления или актуализации в определённый исторический период [Коренева, 2025, с. 12].

Согласно **структурной теории**, неологизм должен обладать формальной и структурной новизной. При этом производные слова не включаются в число неологизмов, так как они образованы на основе известных морфем и понятны носителям языка. К неологизмам относят лишь единицы с абсолютной новизной структуры (газ, лавсан, кодак), однако подобные примеры вызывают возражения, поскольку представляют собой заимствования, аббревиатуры или звукоподражания [Коренева, 2025, с. 12].

Данный подход также критикуется за то, что в его рамках неологизмами фактически признаются искусственно созданные слова, редко используемые в живой речи (например, «глокая куздра»). По мнению Н. З. Котеловой, такие образования нельзя считать полноценными словами, так как они лишены семантически значимых корневых элементов [Котелова, 1982, с. 52]. Кроме того, семантическая опустошённость может быть свойственна и давно существующим словам, что ставит под сомнение универсальность данного критерия.

В рамках **конкретно-исторической теории**, разработанной Н. З. Котеловой, для более точного определения неологизма вводятся критерии: временной (предполагающий соотнесённость слова с определённым этапом развития языка); пространственный (связанный со сферой и условиями

употребления); тип новизны (появление нового значения, новой формы или их сочетания) [Котелова, 1982, с. 44-48].

Таким образом, понятие неологизма в современной лингвистике носит комплексный характер и не сводится к одному признаку. Новому слову свойственны такие черты, как ощущение временной новизны и потенциал для дальнейшего включения в состав словарей.

Неологизмы являются результатом естественной эволюции языка. Их появление отражает динамику общественного развития, позволяя понять, как именно меняются приоритеты в человеческом общении и культуре.

Классификация новых слов может опираться на разные параметры: от способа их формирования и стилистической принадлежности до степени новизны. Например, согласно Е. И. Дибровой, по источнику происхождения неологизмы подразделяются на языковые и индивидуально-авторские. По образованию: лексические (возникшие путем заимствования или по продуктивным словообразовательным моделям: лимит, исходный – безысходный – безысходность) и семантические (переосмысление уже существующих в языке слов: штрих – паста для исправления ошибок в тексте), потенциализмы (созданные по стандартным правилам, но отсутствующие в словарях: не ахтильное), окказионализмы (авторские образования, нарушающие привычные языковые нормы: бездремь) [Диброва, 2001, с. 300-302].

Помимо классификации Е. И. Дибровой, можно выделить несколько других.

По виду языковой единицы неологизмы принято разделять на три категории. К первой относятся *неолексемы* – новые слова, появившиеся в результате заимствования или словообразования (биткоин, качок). Вторую группу составляют *неофрагемы*, представляющие собой устойчивые сочетания и фразеологизмы (грязная игра, басманный суд, грязная игра). Третья группа – *неосемемы*, под которыми понимаются уже существующие в

языке слова и фразеологизмы, получившие новое значение (тролль) [Коренева, 2025, с. 15].

Существенное значение имеет классификация по степени новизны. Исследователи разграничивают абсолютные и относительные неологизмы:

- Абсолютные неологизмы – единицы, ранее полностью отсутствовавшие в системе языка (масс-маркет, ви-джей).
- Относительные неологизмы – это слова, которые не являются принципиально новыми для языка. В определённый период времени они приобретают новое осмысление, актуализируются или переходят из одной сферы употребления в другую. В рамках этой группы выделяется вернувшаяся лексика (гимназия, бизнес), актуализированные единицы (спонсор) и внутренние заимствования, проникающие в литературную норму из жаргонов и аргос (бартер, инфляция) [Коренева, 2025, с. 15].

Т.Н. Поповцева указывает, что относительные неологизмы обозначают только старые реалии [Поповцева, 1990, с. 94-95]. Это может быть критерием для отграничения их от абсолютных неологизмов [Коренева, 2025, с. 16].

В работах А. А. Брагиной и В. В. Лопатина представлена типология по условиям создания. Здесь выделяются лексические неологизмы (новые лексемы, созданные по продуктивным моделям языка или заимствованные извне) и семантические неологизмы (ранее существовавшие в языке слова).

Функциональный аспект неологизации наглядно отражает классификация по сфере употребления. Согласно накопленным данным, новые лексемы распределяются по тематическим областям, среди которых наиболее активными являются общественно-политическая (саммит, кибербуллинг), экономическая (вендинг, толлинг), научно-техническая (лэптоп, линк) и социально-бытовая (ноу-фрост, карвинг) сферы [Коренева, 2025, с. 17].

Существует также типология по способу образования. В современной лингвистической практике выделяют:

- Заимствования, которые подразделяются на внешние (коучинг, фастфуд) и внутренние (переход из субкультурных сленгов: лажа, попса);
- Словообразовательные неологизмы, созданные по моделям словообразования (аббревиация, суффиксация, префиксация и сложение основ);
- Семантические неологизмы, представляющие собой результат переосмысления старых слов и возникновения у них вторичных номинативных функций (жесть, мыло) сферы [Коренева, 2025, с. 20].

Ряд исследователей классифицирует неологизмы **по сферам их употребления** выделяя такие пласты, как общественно-политический (кибербуллинг, саммит), экономический (вендинг, толлинг), научно-технический (лэптоп, линк), а также сферы искусства (пиццикато, шабер) и быта (ноу-фрост, ростер). Подобная систематизация лексики особенно востребована в педагогической практике, поскольку позволяет более наглядно и структурированно представить обучающимся обширный языковой материал, помогая им быстрее освоить актуальные изменения в современном русском языке [Коренева, 2025, с. 21].

Рассмотренные подходы по-разному объясняют сущность неологизма, однако не все они одинаково подходят для анализа материала настоящего исследования. Стилистическая теория важна тем, что обращает внимание на ощущение новизны слова, но этот критерий является субъективным и не может быть основным при отборе материала. Психолингвистический подход также не используется как ведущий, поскольку он предполагает изучение индивидуального восприятия слова носителями языка, а в данной работе не проводится анкетирование или эксперимент. Лексикографический критерий учитывается частично: фиксация слова в словарях новых слов рассматривается как дополнительное подтверждение его существования, но отсутствие слова в словаре не исключает его из анализа, если оно употребляется в молодёжных СМИ. Денотативный подход важен для

определения слов, называющих новые явления, однако он не охватывает случаи актуализации уже известных слов или появления новых значений. Структурный подход используется при анализе способа образования неологизмов, но не является единственным основанием для отбора материала. Наиболее значимым для данной работы является конкретно-исторический подход Н. З. Котеловой, поскольку он позволяет учитывать время появления или актуализации слова, сферу его употребления и тип новизны [Котелова, 1982, с. 44-48].

В данной работе под иноязычным неологизмом понимается новая или вновь актуализированная лексическая единица иноязычного происхождения, употребляющаяся в современном русском языке и представленная в текстах молодёжных СМИ.

Данное рабочее определение используется во второй главе при анализе иноязычных неологизмов бытовой и искусствоведческой тематики. Оно позволяет связать теоретические положения о неологизмах с практическим разбором материала, отобранного из текстов молодёжных СМИ.

Для отбора и анализа иноязычных неологизмов в молодёжных СМИ в данной работе применяется синтез конкретно-исторического и функционального подходов. На основе этого синтеза сформулированы следующие критерии отнесения слова к иноязычным неологизмам бытовой и искусствоведческой тематики:

- временной критерий – слово должно быть зафиксировано в период 2021-2026 гг. либо как новая лексическая единица, либо как актуализированная (получившая новое значение или резко повысившая частотность в медиа);

- критерий медийной представленности – слово должно употребляться в текстах молодёжных электронных СМИ;

- тематический критерий – слово должно относиться к бытовой сфере, либо к искусствоведческой сфере (музыка, дизайн, мода как визуальная культура, цифровое искусство, эстетические направления);

- критерий иноязычного происхождения – слово должно быть заимствовано из другого языка или образовано на русской почве от иноязычной основы.

Следующие критерии не используются в данной работе в качестве ведущих:

- лексикографический критерий (наличие/отсутствие слова в словарях) – отклоняется, поскольку словари новых слов фиксируют лексику с существенной задержкой (в среднем 2–3 года), тогда как многие актуальные единицы активно функционируют в медиа, но ещё не отражены в лексикографических источниках;

- стилистический критерий (субъективное ощущение новизны) – не может быть ведущим, так как его верификация требует психолингвистического эксперимента, что не входит в задачи данного исследования;

- критерий структурной новизны (абсолютно новые по форме слова) – отклоняется, потому что в исследуемом корпусе преобладают композиты, словослияния и дериваты, образованные от уже существующих основ, отсутствие формальной новизны не снижает их статуса неологизмов, если они называют новые явления.

Таким образом, предложенная система критериев позволяет, во-первых, ограничить хронологические рамки исследования, во-вторых, обеспечить репрезентативность корпуса, в-третьих, сосредоточиться на лексике, наиболее актуальной для молодёжной аудитории и значимой для школьной проектной деятельности.

В последние годы исследование иноязычных неологизмов всё чаще связывается с медиадискурсом, интернет-коммуникацией и речью молодёжи.

Это объясняется тем, что новые слова быстрее всего распространяются в цифровой среде: в электронных СМИ, социальных сетях, блогах и материалах о современной культуре. В работах о медиадискурсе подчёркивается, что СМИ становятся одной из главных площадок интеграции новых лексических единиц в современный русский язык. Например, А. В. Яремчук рассматривает механизмы включения англоязычных неологизмов в российский медиадискурс, их прагматическое применение и функциональное значение в медиатекстах [Яремчук, 2026, URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/26FLS>].

Отдельное направление исследований связано с функционированием англицизмов в современной русской медиаречи. Т. Р. Копылова обращается к проблеме интерпретации неологизмов-англицизмов в русском медиадискурсе и показывает, что понимание таких слов зависит от контекста, сферы употребления и степени освоенности единицы читателем. Для настоящей работы этот подход важен, поскольку во второй главе неологизмы рассматриваются не изолированно, а в составе реальных медиатекстов [Копылова, 2026, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsionirovanie-neologizmov-anglitsizmov-v-sovremennom-russkom-mediadiskurse-problema-interpretatsii>].

Исследования молодёжной речи показывают, что англицизмы активно используются молодыми носителями языка. Т. И. Голубева, Е. В. Зубарева и И. Г. Тучкова рассматривают употребление англицизмов современной молодёжью и связывают их распространение с коммуникативными потребностями, модой на англоязычные элементы и влиянием цифровой среды. Это важно для данной работы, так как материалом исследования являются именно молодёжные СМИ, где новая лексика часто используется для создания современного, разговорного и близкого аудитории тона [Голубева, 2026, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-neologizmov-anglitsizmov-sovremennogo-russkogo-yazyka-molodezhyu>].

Таким образом, смежные исследования показывают, что иноязычные неологизмы уже изучались в разных аспектах: в медиадискурсе, молодёжной речи, бытовой лексике и сфере искусства. Однако сопоставительное рассмотрение бытовых и искусствоведческих неологизмов именно в текстах молодёжных СМИ остаётся недостаточно разработанным. Поэтому настоящая работа направлена на анализ значения, происхождения, способа образования и функций таких единиц в молодёжном медиадискурсе.

1.2. Употребление иноязычных в прошлом и в настоящее время

Можно выделить такие группы иностранных заимствований:

1. **Прямые заимствования.** Слово употребляется в том значении, в котором оно представлено в своём родном языке. Например, *фильм* (от английского *film*): вечером был выбран новый фильм для просмотра;

2. **Гибриды.** Слова образуются с помощью присоединения к иностранному корню русского суффикса, приставки и окончания. Например, *лайкать* от английского *like*: пользователи активно лайкают фотографии в социальных сетях;

3. **Калька.** Слова, иноязычного происхождения, которые употребляются с сохранением их фонетического и графического облика. Например, *небоскрёб* от английского *skyscraper*: в центре города построили новый небоскрёб;

4. **Полукалька.** Слова, которые при грамматическом освоении подчиняются правилам русской грамматики. Например, *драйв – драйва* (*drive*): в этом выступлении было много драйва;

5. **Экзотизмы.** Слова, которые характеризуют национальные обычаи других народов и употребляются при описании нерусской действительности. Их главная особенность в том, что они не имеют синонимов в русском языке. Например, *кимоно*: на фестивале японской культуры участники примеряли кимоно.

6. Иноязычные вкрапления. Данные слова в большинстве своём могут иметь лексические аналоги, но стилистически от них отличаются и закрепляются в определённой сфере общения как выразительное средство. Например, *вау* (Wow!): она увидела результат и сказала: «Вау!»;

7. Композиты. Слова, состоящие из двух английских слов, например: *секонд-хенд* – магазин, торгующий одеждой, бывшей в употреблении: многие покупают винтажные вещи в секонд-хенде;

8. Жаргонизмы. Слова, которые появились из-за звуков. Например, мани от английского money. Пример употребления: В молодёжной речи слово мани используется в значении «деньги» [Чигина, 2026, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/anglitsizmy-v-sovremennom-russkom-yazyke>].

Приведённые примеры показывают, что иноязычные слова входят в русский язык разными путями и проходят несколько этапов освоения. Л. П. Крысин отмечает, что иноязычное слово сначала может употребляться в тексте в исходной орфографической, фонетической и грамматической форме, то есть как вкрапление. Затем оно приспосабливается к системе русского языка: передаётся средствами русской графики, получает частеречную принадлежность, морфологическое и иногда словообразовательное оформление [Крысин, 2016, URL: <https://gramota.ru/journal/stati/zhizn-yazyka/etapy-osvoeniya-inoazychnogo-slova>].

На следующих этапах слово может перестать восприниматься как чужеродное, однако его употребление ещё может быть связано с определённой сферой, стилем или социальной группой. Поэтому закрепление иноязычной единицы в языке зависит от частотности, коммуникативной необходимости, сферы употребления и степени грамматического освоения.

В Петровскую эпоху употребление иноязычных неологизмов было связано с различными открытиями. Учёные и изобретатели часто использовали слова из других языков, чтобы передать что-либо новое (*циркуль*, *нумерация*, *глобус* и др.). Заимствовались также слова

государственной и военной сфер и те, которые обозначали предметы быта [История лексики русского литературного языка конца, 1981, с. 59].

Было велико влияние языков западноевропейских стран, после популярным был французский язык, который был свидетельством принадлежности к элите [Васильев, 2026, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neskromnoe-obayanie-anglitsizmov-magnetizm-temnyh-slov>].

Употребление неологизмов могло быть связано с политической ситуацией в стране. С распадом СССР рухнули преграды, ограничивавшие международные контакты. Произошла масштабная переоценка ценностей, в результате чего во многих сферах деятельности начала прослеживаться явная ориентация на западноевропейский и американский опыт [Крысин, 2026, URL: <http://philology.ru/linguistics2/krysin-02.htm>].

«Это легко проиллюстрировать сменой названий в структурах власти. Верховный совет стал устойчиво (а не только в качестве журналистской перифразы) именуется *парламентом*, совет министров *кабинетом министров*, его председатель *премьер-министром* (или просто премьером), а его заместители *вице-премьерами*. В городах появились *мэры*, *вице-мэры*, *префекты*, *супрефекты*, советы уступили место *администрациям*, главы администраций обзавелись своими *пресс-секретарями* и *пресс-атташе*, которые регулярно выступают на *пресс-конференциях*, рассылают *пресс-релизы*, организуют брифинги и эксклюзивные интервью своих шефов» [Крысин, 2026, URL: <http://philology.ru/linguistics2/krysin-02.htm>].

Однако иноязычные слова закрепляются в языке не всегда. Часть заимствований, активно употреблявшихся в определённый исторический период, со временем выходит из активного словаря. Л. П. Крысин приводит в качестве примеров слова XIX века проприетер – «собственник», индижестия – а «несварение желудка», аманта – «возлюбленная», репантир – «женская

причёска с локонами», суспиция – «подозрение» [Крысин, 2026, URL: <http://philology.ru/linguistics2/krysin-02.htm>].

В настоящее время использование иноязычных неологизмов значительно расширилось. Быстрые темпы глобализации способствуют межкультурному обмену, и люди сталкиваются с новыми иностранными словами и выражениями в повседневной жизни. Большое влияние на внедрение новых слов оказывает Интернет. В социальных сетях мы видим огромное количество новомодных слов и словосочетаний, которые используются молодыми людьми в устной речи (в основном, это англицизмы): *драма квин, триггер, абьюз, токсик, олды, краш, вайб* и др.

Среди заимствованных слов есть те, которые принадлежат промышленному производству, и достаточно много слов, которые относятся к потребительским нуждам и вкусам [Васильев, 2026, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neskromnoe-obayanie-anglitsizmov-magnetizm-temnyh-slov>].

При этом часть заимствований не связана с обозначением принципиально новых реалий, а дублирует уже существующие в русском языке наименования [Васильев, 2020, с. 101]. В таких случаях употребление иноязычной единицы не всегда является коммуникативно оправданным. Проблема заключается не в самом факте заимствования, а в его функциональной необходимости, уместности и степени освоенности в русском языке.

Но, как уже говорилось ранее, не все заимствованные слова приживаются. Л. П. Крысин пишет «...не нужно забывать, что язык представляет собой саморазвивающийся механизм, действие которого регулируется определенными закономерностями. В частности, язык умеет самоочищаться, избавляться от функционально излишнего, ненужного». Помимо этого, он добавляет, что ни учёные-лингвисты, ни журналисты не должны просто наблюдать за засорением речи, им необходимо проводить

кропотливую просветительскую работу для воспитания хорошего языкового вкуса [Крысин, 2026, URL: <http://philology.ru/linguistics2/krysin-02.htm>].

Таким образом, в истории русского языка всегда присутствовали иноязычные неологизмы. Иногда они действительно необходимы для выражения или объяснения чего-то нового, но, видя сегодняшнюю ситуацию, мы можем сказать, что их употребление не всегда коммуникативно оправдано.

Таким образом, изучение неологизмов не ограничивается рамками собственно лингвистики, а затрагивает более широкий спектр влияний – от социокультурных изменений до когнитивных способностей человека. Их значимость определяется не только новизной лексической формы, но и способностью отражать трансформации общественной жизни и коммуникативные потребности носителей языка.

1. 3. Иноязычных неологизмы бытовой и искусствоведческой тематики

А. И. Дьяков пишет о том, что в тематическую группу бытовой лексики входят слова, называющие, вещи, составляющие предметное окружение современного человека: приборы, предметы мебели, канцелярские принадлежности, продукты питания, предметы одежды, транспортные средства [Дьяков, 2026, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-funktsionirovaniya-anglitsizmov-tematicheskoy-gruppy-obihodno-bytovaya-leksika>].

- продукты питания: *фаст-фуд, снэк-бар, барбекю, биг-мак, джанк-фуд, чизбургер*;

- напитки: *боуль, бренди, виски, джин-тоник, лагер, смузи, софт дринкс*;

- бытовая техника и приборы: *блендер, гриль, слайсер, триммер, тостер, ноутбук, принтер, ростер, сплит-кондиционеры, гримдер*;

- канцелярия/офис: *скотч, степлер, маркеры, стикеры, блокноты, флипчарты, датер*;

- красота и уход: *мейк-ап, консилер, скраб, спонж, лифтинг-крем, фейсбилдинг, брашинг, ваксинг, пирсинг, тату;*

- одежда и ткани: *бра, тренчкот, сникерсы, свингер, угги, бомбер, секонд-хэнд; крек, слайс, стрейч, термофит;*

Транспорт и авто: *сайлент-блок, тюнинг, хэтчбек, родстер, трейлер, иммобилайзер, климат- контроль* [Дьяков, 2026, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-funktsionirovaniya-anglitsizmov-tematicheskoy-gruppy-obihodno-bytovaya-leksika>].

Автор выделяет:

1. Ранние заимствования, укоренившиеся в русском языке: *бекон, бисквит, грейпфрут, джем, пудинг, ростбиф и др.*

2. Средние заимствования, пришедшие в русский язык в середине XX в.: *бройлер, йогурт, кетчуп, киви, лобстер, сэндвич и др.*

3. Новейшие заимствования (конец XX – начало XXI в.): *барбекю, биг-мак, бэйгл, гамбургер, попкорн, тосты, чипсы, фишбургер, чизбургер и др.*

А.И. Дьяков обозначает следующие функции неологизмов в русском языке [Дьяков, 2026, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-funktsionirovaniya-anglitsizmov-tematicheskoy-gruppy-obihodno-bytovaya-leksika>].

1. Номинативная – называние новых предметов и явлений (*снэк-бар, сплит-кондиционер*);

2. Аттрактивная – привлечение внимания покупателя (из-за узнаваемости английского названия: *Tyumen Battery*).

3. Декоративная – эстетическая привлекательность английской графики и звучания (*Fruitime, Every day*);

4. Социально-маркирующая – англицизм звучит «культурнее», чем русское слово с негативной коннотацией (*наб* вместо *пивная*); может указывать на профессиональную или социальную принадлежность;

5. Синонимо-дифференцирующая – разграничение видовых понятий в рамках одной категории (*чизбургер, фишбургер, чикенбургер* вместо *гамбургер*);

6. Словообразовательная (деривационная) – англицизмы становятся основой для русских производных (*спрайтовский, фастфудовский*).;

7. Идиомообразующая – включение англицизма в состав фразеологизмов (*запасаемся попкорном*);

8. Стилеобразующая и жанрообразующая – создание сатирического, пародийного или особого стилистического эффекта;

9. Узнавательная (идентифицирующая) – помогает носителям разных языков узнавать известные в мире реалии (*Second hand*);

В других исследованиях рассматривается коммуникативная функция. Так, С. А. Жамолдинова и Б. Н. Юсупалиев связывают её с обеспечением общения в новых сферах деятельности и с упрощением взаимодействия между отправителем и получателем информации [Жамолдинова, 2026, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neologizmy-xxi-veka-i-ih-rol-v-razvitii-russkogo-yazyka>].

Для анализа молодёжных СМИ наиболее значимыми представляются номинативная, аттрактивная, стилеобразующая, социально-маркирующая, словообразовательная и коммуникативная функции.

Номинативная функция проявляется в том, что неологизмы называют новые явления повседневной жизни, культуры, моды, цифровой среды и искусства.

Аттрактивная функция особенно важна для заголовков, поскольку новое иноязычное слово помогает привлечь внимание читателя.

Стилеобразующая функция связана с созданием современной, разговорной и близкой молодёжной аудитории тональности текста.

Социально-маркирующая функция показывает принадлежность слова к определённой группе пользователей: читателям, знакомым с интернет-культурой, модой, бьюти-сферой, музыкой или визуальными эстетиками.

Словообразовательная функция проявляется в том, что иноязычные основы становятся базой для новых русских производных: например, *рилсовый, барбикорный, дримкорный*.

Коммуникативная функция выражается в том, что неологизмы помогают кратко обозначать новые явления и делают текст понятным для аудитории, включённой в современную медиасреду.

Бытовая и искусствоведческая лексика особенно активно проникает в молодёжный медиадискурс, потому что эти сферы связаны с повседневными интересами молодой аудитории. Молодёжные медиа регулярно обращаются к темам образа жизни, еды, ухода за собой, одежды, социальных сетей, музыки, дизайна, кино и цифрового искусства.

Среди неологизмов искусствоведческой тематики заметное место занимают единицы английского происхождения. Это связано с тем, что значительная часть современной популярной культуры, музыкальной индустрии, цифрового искусства, кино и визуальных трендов формируется в англоязычной медиасреде [Лю, 2026, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsionalno-semanticheskie-osobennosti-neologizmov-sfery-iskusstvo-v-gazetnom-diskurse-na-primere-leksem-bestseller-i-heppi-end>].

Внутри искусствоведческой тематики можно выделить несколько направлений. К **музыкальной сфере** относятся слова *ремикс, битмейкер, саунд-продюсер, микстейп, лупинг, дисторшн* [Орешкин, 2026, URL: <https://rulb.org/archive/3-75-2026-march/10.60797/RULB.2026.75.5>].

Лексика цифрового искусства представлена словами *нейроарт, дипфейк, AI-cover, нейроискусство* [Матросов, 2026, URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=56443423>].

В сфере кино употребляются слова трейлер, тизер, ремейк, сиквел, приквел, бестселлер, хеппи-энд [Пестова, 2026, URL: <https://dialogueconf.org/digests/dialog2014/materials/pdf/PestovaAR.pdf>].

В изобразительном искусстве используются слова *арт*, *тэг*, *референс*.

В декоративно-прикладном искусстве: *флис*, *флок*, *пайетки*, *стикеры*, *чинборд* [Косаренко, 2026, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semantiko-derivatsionnye-osobennosti-neologizmo-v-leksiko-semanticheskoy-gruppy-skrabbooking>].

Такое распределение показывает, что искусствоведческие неологизмы охватывают разные области современной культуры: музыку, кино, цифровое искусство, дизайн и изобразительное искусство.

Распространению бытовых и искусствоведческих неологизмов способствует специфика молодёжных СМИ. Для таких медиа важны актуальность темы, выразительный заголовок, визуальная подача, связь с социальными сетями и языком инфлюенсеров. Новое иноязычное слово в таком контексте выполняет несколько задач: называет явление, создаёт ощущение современности, маркирует принадлежность текста к молодёжной культуре и помогает автору говорить с читателем на привычном для него языке.

Таким образом, бытовые и искусствоведческие неологизмы являются важным материалом для дальнейшего анализа во второй главе. Бытовая лексика связана с повседневной жизнью, медиапотреблением, уходом за собой, едой, одеждой и цифровой коммуникацией. Искусствоведческая лексика отражает развитие музыки, дизайна, визуальной культуры, цифрового искусства и модных эстетик. Поэтому при анализе материала молодёжных СМИ важно учитывать значение таких слов, их происхождение, способ образования, сферу употребления и функции в медиатексте.

1.4. Роль СМИ в распространении иноязычных неологизмов

В научной литературе молодёжные СМИ определяются как печатные, аудиовизуальные и электронные издания, адресованные аудитории 15-29 лет. Их отличают особые способы установления контакта с адресатом, включая использование молодёжного жаргона, ориентация на актуальные для молодёжи темы и соответствие содержанию интересам, ценностям, мировосприятию данной возрастной группы [Гайдамак, 2010, с. 156-157].

СМИ играют значительную роль в распространении иноязычных неологизмов, поскольку именно в медиатекстах новые слова получают широкий контекст употребления. Через заголовки, поясняющие фрагменты, визуальное сопровождение и повторяемость в публикациях иноязычная единица становится более узнаваемой для аудитории [Васильев, 2020, с. 142].

Например, в различных СМИ мы можем найти такие примеры неологизмов бытовой и искусствоведческой тематики:

- В 2013 году, когда Rich's достигла оборота \$3 млрд, компания вновь активно покупала бизнесы – от запатентованных машин для смузи F'Real Foods до трех хлебопекарных предприятий [Forbes.ru];

- Сюда приходят за изысканными прошутто, пармезаном и мортаделлой, которые достают из бездонной по ощущениям витрины и ювелирно нарезают на лом слайсере [sobaka.ru];

- Последнее проделало долгий путь от метода декорирования национального костюма и убранства до референса для европейского авангарда, плодovitого художественного медиума и тенденции в дизайне одежды, достойной быть музейным экспонатом [Артгид].

Эти примеры показывают, что СМИ не просто фиксируют новые иноязычные слова, а помогают им становиться узнаваемыми. Контекст публикации частично раскрывает значение неологизма: рядом с новым словом обычно появляется описание предмета, явления, тренда или ситуации. Повторение таких слов в разных материалах постепенно снижает ощущение

их чужеродности. Поэтому медиатекст становится промежуточным звеном между появлением нового слова и его возможным закреплением в речи.

Для молодёжных СМИ особенно важна аттрактивная функция заголовка. В цифровой среде заголовок должен быстро привлечь внимание пользователя и выделить материал среди других публикаций. Исследователи кликбейт-заголовков отмечают, что в современной медиареальности такой заголовок становится самостоятельным элементом коммуникации, направленным на привлечение пользовательской активности. Поэтому иноязычный неологизм в заголовке выполняет сразу несколько задач: называет актуальное явление, создаёт эффект новизны и показывает связь текста с языком современной интернет-культуры [Зелянская, 2026, URL: <https://medialing.ru/semanticheskaya-organizaciya-klikbejt-zagolovkov-i-pokazat-l-i-aktivnosti-internet-polzovatelej/>].

Молодёжные СМИ отличаются от федеральных общественно-политических изданий тематикой, тональностью и способом подачи материала. Федеральные СМИ чаще используют иноязычные слова в новостях о политике, экономике, технологиях и международных событиях. Молодёжные медиа активнее обращаются к моде, еде, бьюти-сфере, отношениям, музыке, дизайну, социальным сетям и визуальным трендам. Поэтому в них чаще появляются слова вроде *рилс*, *шортс*, *латте-макияж*, *барбикор*, *дримкор*, *фиджитал-арт*, *III-трек*. Такие единицы связаны с интересами молодой аудитории и поддерживают разговорную, современную тональность текста.

Роль средств массовой информации в формировании современного лексикона трудно переоценить. «Именно в языке СМИ сразу отражаются изменения, происходящие в различных сферах общества, и фиксируются новые явления и понятия». Активный процесс неологизации охватывает широкий спектр областей: от общественно-политической (кибербуллинг,

саммит) и экономической (вендинг, толлинг) до научно-технической (лэптоп, линк) и бытовой (ноу-фрост, ростер) [Коренева, 2025, с. 21].

«Особенно эта тенденция проявляется в медиатекстах, посвященных информационным технологиям, телекоммуникациям и рекламе, где повсеместно встречаются такие заимствования, как *смартфон, имейл, аккаунт, логин, плагин, веб, спам, нетворк, бот, подкаст, копия, копирайтер, слоган, биг-борд, секьюрити, стюарт, хэштег, стим, клик, блок, хак, хакер, киберпространство, киберспортсмен* [Елисеева, 2026, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zaimstvovannyye-slova-vrusskom-yazyke-proshloe-i-nastoyashee>].

Процесс заимствования иноязычной лексики носит массовый характер, даже те единицы, которые не попадают в федеральные СМИ, успешно закрепляются в медиaprостранстве. Это происходит из-за того, что «внутри самого медиадискурса успело сформироваться множество тематических и специализированных изданий, в которых используются те или иные лексемы» [Яремчук, 2026, URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/26FLS>].

С учетом особенностей функционирования в современной информационной среде, иноязычные неологизмы можно классифицировать по степени их распространенности:

- иноязычные неологизмы из общего языка;
- иноязычные неологизмы локального пользования.

Группа общеязыковых иноязычных неологизмов объединяет лексемы, которые после заимствования прочно закрепились в массовом медиадискурсе. Речь идет о текстах изданий, освещающих глобальные процессы («Известия», РБК, «Ведомости», Lenta.ru и др.). Активное использование новой лексики в публикациях подобного уровня способствует ускорению процесса неологизации в медиaprостранстве [Яремчук, 2026, URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/26FLS>].

Внутри данной категории можно выделить пласт слов, возникших как ответ на потребность в обозначении новых социальных и технологических феноменов. Такие лексемы, как «буллинг», «маркетплейс», «стартап», «абыюз», уже интегрированы в язык популярных электронных СМИ, оперативно фиксирующих изменения в жизни общества:

- Ученые указали на симптомы травмы у подвергающихся буллингу детей [Известия].
- Бузова пожаловалась на абыюз со стороны бывшего мужа [Lenta.ru];
- Сейчас в нем более 120 сервисов, включая госсайты, маркетплейсы, банки, соцсети и СМИ [Ведомости];
- Австралийский стартап решил открыть дата-центры с биокомпьютерами [РБК].

Таким образом, мы можем видеть, как данные лексемы «осовременивают» тексты и заголовки, делая их более привлекательными для молодых читателей, в которых издания и видят свою потенциальную аудиторию.

Иноязычные неологизмы локального пользования представляют собой лексические единицы, функционирующие в рамках узкоспециализированного медиадискурса. В отличие от общезыковых, они закрепляются в материалах СМИ, ориентированных на конкретные профессиональные области или хобби

Как правило, подобные заимствования остаются внутри конкретной и специализированном медиадискурсе. Тем не менее, фиксируются случаи перехода локальных неологизмов в общеупотребительный лексикон, хотя этот процесс имеет свои лингвистические особенности и ограничения [Яремчук, 2026, URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/26FLS>]. <https://sfk-mn.ru/PDF/26FLSK424.pdf>

Медиадискурс берет на себя роль катализатора процесса неологизации: через него новые лексемы оперативно адаптируются, закрепляются и либо становятся частью повседневного лексикона, либо исчезают. Таким образом, современные СМИ формируют своеобразный фильтр, определяющий

жизнеспособность заимствованной лексики и её потенциал для вхождения в общелитературный язык.

Внедрение новых лексем может быть продиктовано «необходимостью в дифференцировании узкоспециальных понятий», а также наличием устойчивых терминов в международном общении. Таким образом, использование неологизмов позволяет не только придать текстам черты современности, но и в силу их смысловой емкости «точно и кратко выразить мысль и отношение к предмету речи» [Коренева, 2025, с. 21].

Можно выделить и другие причины, например, придание тексту престижности [Скороходова, 2026, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-upotreblenie-neologizmov-v-sovremennyh-smi>].

Выше был пример заголовка со словом «буллинг». С английского – задирать, запугивать. Заголовок звучал по-другому, если бы там использовалось слово «травля» [Васильев, 2020, с. 129]. Возможно, он создал бы ненужную панику. Поэтому журналисты прибегли к сокрытию сущности денотата. По такой же логике многие люди используют слово *фейк*. Оно значит «что-либо лживое, не соответствующее действительности, поддельное, вводящее в заблуждение» [Шагалова, 2017, с. 403]. Использование слова *фейк* с точки зрения носителей русского языка позволяет избегать «грубых» лексических единиц (ложь, клевета и др.) [Васильев, 2020, с. 132].
лживоеподдельное

Использование иноязычных неологизмов может привести к негативным последствиям. В текстах современных СМИ мы находим англицизмы, которые делают нашу речь грубой и примитивной. Следовательно, лучше использовать аналоги таких слов, если таковые будут в русском языке [Скороходова, 2026, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-upotreblenie-neologizmov-v-sovremennyh-smi>].

Несмотря на некоторые минусы использования иноязычных слов, есть и плюсы. Новые слова обновляют язык, они могут обладать более ёмким

смыслом, также помогают избежать повторов в речи. Но в эпоху глобализации всё это может грозить нам потерей самобытности и культурной специфичности.

Таким образом, СМИ являются важной средой распространения иноязычных неологизмов. В молодёжных медиа этот процесс проявляется особенно заметно, поскольку такие издания ориентированы на актуальные темы, digital-формат, визуальную подачу и разговорную тональность. Иноязычные неологизмы помогают медиатекстам быстро называть новые явления, привлекать внимание читателя и создавать ощущение современности. Именно поэтому во второй главе анализируются иноязычные неологизмы бытовой и искусствоведческой тематики, представленные в текстах молодёжных СМИ.

Выводы по 1 главе

В первой главе были рассмотрены теоретические основы изучения иноязычных неологизмов в современном русском языке. Анализ научной литературы позволил сделать следующие выводы.

Понятие «неологизм» в современной лингвистике не имеет однозначного толкования. Многообразие классификаций (по способу образования, степени новизны, сфере употребления, виду языковой единицы) свидетельствует о многогранности феномена и невозможности свести его к единому универсальному признаку.

Исторический экскурс показал, что иноязычные заимствования – закономерное явление, сопровождающее развитие русского языка на протяжении столетий: от Петровской эпохи до современности. Интенсивность и состав заимствований всегда определялись социально-политическими условиями, культурными контактами и потребностями общества. Современный этап характеризуется особой активностью англицизмов, что

связано с глобализацией, развитием интернета и ориентацией на западные модели.

Анализ тематических групп бытовой и искусствоведческой лексики позволил конкретизировать сферы наиболее активного проникновения иноязычных неологизмов. В бытовой сфере это продукты питания, техника, одежда, косметические средства; в искусствоведческой – музыка, кино, цифровое искусство, скрапбукинг. Заимствования выполняют разнообразные функции: номинативную, аттрактивную, декоративную, социально-маркирующую, синонимо-дифференцирующую и др., что подтверждает их востребованность в современных условиях.

Особая роль в распространении иноязычных неологизмов принадлежит средствам массовой информации. СМИ выступают катализатором процесса неологизации: через медиадискурс новые лексемы адаптируются, закрепляются и либо входят в общеупотребительный язык, либо остаются в пределах узкоспециализированных сфер. При этом использование заимствований может иметь как позитивные, так и негативные последствия.

Таким образом, теоретический анализ показал, что изучение иноязычных неологизмов требует комплексного подхода, учитывающего лингвистические, исторические, социокультурные и функциональные аспекты.

Глава 2. Анализ иноязычных неологизмов бытовой и искусствоведческой тематики в молодёжных СМИ

2.1. Корпус и методика отбора иноязычных неологизмов из молодёжных медиа

Теоретические положения, рассмотренные в первой главе, стали основой для анализа практического материала. При отборе и описании иноязычных неологизмов учитывались их новизна или актуализация в современном русском языке, иноязычное происхождение, тематическая принадлежность, значение, способ образования и употребление в молодёжных СМИ.

Особое внимание было уделено бытовой и искусствоведческой тематике.

Для того чтобы избежать размытости границы между бытовой и искусствоведческой тематикой, в работе были закреплены критерии отнесения спорных единиц к той или иной группе. Основным принципом выступал критерий доминирующей семантической сферы, то есть учитывалось, какое значение слова является главным в конкретном медиатексте. Критерии разграничения бытовой и искусствоведческой тематики представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Критерии разграничения бытовой и искусствоведческой тематики

Критерий	Бытовая тематика	Искусствоведческая тематика
Доминирующая семантическая сфера	Повседневная жизнь, онлайн-коммуникация, социальные сети, еда, уход за внешностью, одежда, техника, досуг.	Искусство, дизайн, музыка, цифровое творчество, визуальные стили, эстетические направления, мода как визуальная культура.
Основная функция слова в контексте	Называет предмет, практику или явление повседневного употребления.	Называет эстетический принцип, художественный приём, визуальное направление или культурный тренд.

Примеры	бенто-торт, дубайский шоколад, зипка, смарт-кольцо, рилс, шортс.	барбикор, дримкор, фиджитал-арт, Y2K, арт-дроп, нейротрек.
Принцип отнесения спорных единиц	Если в тексте слово описывает бытовую практику или предмет повседневного использования, оно относится к бытовой группе.	Если в тексте слово описывает визуальную эстетику, художественный стиль или культурное направление, оно относится к искусствоведческой группе.

Таким образом, если неологизм называл предмет, действие или практику повседневной жизни, он относился к бытовой тематике. Если же слово обозначало эстетическое направление, художественный приём, визуальный стиль, музыкальное или цифровое творческое явление, оно относилось к искусствоведческой тематике. Пограничные единицы распределялись по ведущей функции в конкретном контексте.

Практический этап исследования строился на анализе языкового материала, извлечённого из современных электронных СМИ. Для этого был сформирован рабочий корпус публикаций, в которых представлены неологизмы, связанные с повседневной жизнью, интернет-коммуникацией, модой, бьюти-сферой, гастрономией, дизайном, музыкой, цифровым искусством и визуальными эстетиками. В качестве эмпирической базы были использованы публикации таких медиа, как Афиша Daily, theGirl, The Voice, Собака.ru, Т–Ж, Forbes, Men Today, U Magazine, Skillbox Media, Хабр, Сноб, The City и др.

Выбор данных СМИ объясняется спецификой их целевой аудитории и тематической направленностью. Эти издания регулярно публикуют материалы о современной культуре, стиле жизни, технологиях, отношениях, моде, красоте, дизайне и искусстве. В таких текстах активно используются новые иноязычные слова, поскольку авторы стремятся говорить с читателем

на языке актуальной интернет-среды и быстро реагировать на появление новых явлений.

Основу эмпирического материала составили тексты молодёжных и тематически близких электронных СМИ, ориентированных на современную молодую аудиторию. Вместе с тем в работе привлекались отдельные материалы из общественно-политических, деловых и справочных интернет-изданий. Такие источники не рассматривались как основной корпус молодёжных СМИ, но использовались для уточнения значения отдельных неологизмов, проверки контекста их употребления и выявления более широкого распространения слова в медиадискурсе. К этой группе относятся, например, РБК, Известия, Ведомости, КП.ру, The New York Times и некоторые другие издания. Их привлечение позволило точнее определить семантику отдельных единиц, однако основной анализ в работе был сосредоточен на функционировании иноязычных неологизмов в молодёжных медиа.

Были проанализированы медийные тексты за фиксированный временной отрезок. Хронологические рамки были ограничены периодом с 2021 по 2026 год. Выбор временных рамок обусловлен тремя ключевыми факторами, существенно повлиявшими на лексический состав русского языка и медиадискурса. Во-первых, это постпандемийный период (2021-2022 гг.), когда удалённая коммуникация и связанные с ней явления прочно вошли в повседневную речь, а социальные сети стали основной средой общения для молодёжи. Во-вторых, с 2022-2023 гг. наблюдается бурное развитие нейросетей и технологий искусственного интеллекта, что привело к появлению слов «нейротрек», «ИИ-артист», «фиджитал-арт», «арт-нейросеть». В-третьих, в этот же период происходит расцвет коротких видеоформатов, что породило неологизмы «рилс», «шортс», «пов», «рилсовая зависимость».

Таким образом, выбранный хронологический отрезок отражает период наиболее интенсивных социокультурных и технологических изменений, прямо повлиявших на молодёжную медиаречь.

В результате отбора была сформирована итоговая картотека, включившая 109 иноязычных неологизмов.

Отбор слов основывался на критериях:

1. В картотеку включались только те слова, которые возникли, заимствовались или приобрели принципиально новые значения в русском языке не ранее 2021 года.

2. В работу попали исключительно неологизмы иноязычного происхождения. Преимущественно это лексемы, пришедшие из англоязычного пространства, а также гибридные слова, созданные на стыке разных языков, включая японские и корейские корни, проникающие через поп-культуру. Кроме того, учитывались образованные уже на русской почве от этих иноязычных основ с помощью отечественных суффиксов и приставок, что ярко демонстрирует степень адаптации заимствований в новой системе.

3. Большинство единиц имело подтверждённый контекст употребления в публикациях и заголовках современных СМИ. Отдельно учитывались слова, зафиксированные в лексикографических ресурсах, но не обнаруженные в исследуемых медиа как частотные единицы. Такие случаи также важны для анализа, поскольку показывают разницу между словарной фиксацией и реальным функционированием слова в молодёжном медиадискурсе.

Для разграничения бытовой и искусствоведческой тематики в работе использовался критерий доминирующей семантической сферы. К бытовой тематике относились неологизмы, называющие явления повседневной жизни: онлайн-коммуникацию, социальные сети, романтические отношения, еду, уход за внешностью, одежду, гаджеты, досуг и образ жизни. К искусствоведческой тематике относились единицы, называющие

художественные практики, визуальные стили, эстетические направления, дизайн, цифровое искусство, музыку и моду как часть визуальной культуры.

При отнесении спорных единиц учитывалась не только предметная область, но и функция слова в медиатексте. Если неологизм называл конкретный предмет или практику повседневного употребления, он относился к бытовой тематике: например, бенто-торт, дубайский шоколад, смарт-кольцо, зипка. Если слово обозначало эстетическое направление, художественный приём, визуальный стиль или культурный тренд, оно относилось к искусствоведческой тематике: например, барбикор, дримкор, фиджитал-арт, Y2K. Пограничные единицы фиксировались отдельно, однако в итоговой классификации распределялись по ведущей функции в конкретном контексте.

Сам процесс сбора и обработки материала в рамках дипломной работы реализовывался пошагово и включал несколько последовательных этапов:

1. Просмотр статей в рубриках, посвященных технологиям, моде, психологии отношений, современному искусству и городскому образу жизни. В ходе этого процесса выписывались все потенциальные лексические инновации вместе с окружающим их текстовым контекстом.

2. Осуществление проверки собранного первичного материала. На этой стадии происходил отсев дублирующей информации и уточнялась этимология заимствований.

3. В итоге на заключительном этапе все 109 отобранных единиц были распределены по четким тематическим группам для последующего детального описания.

Подобный системный подход открывает возможность для проведения качественного и количественного анализа иноязычных неологизмов в следующем подразделе дипломной работы, помогая наглядно

продемонстрировать, какие именно сферы жизни современной молодежи вызывают сегодня наиболее активное поступление новых слов.

Разграничение неологизма, окказионализма и жаргонизма

В рамках данного исследования важно различать неологизмы, окказионализмы и жаргонизмы, поскольку все они могут быть новыми и иноязычными по происхождению. Основные критерии разграничения следующие.

Окказионализмы — это индивидуально-авторские слова, не закрепившиеся в языке. Они, как правило, встречаются в единичном контексте и не воспроизводятся другими носителями языка. В нашем корпусе окказионализмы не включались, поскольку материал отбирался из публикаций разных СМИ, а слово считалось зафиксированным только при наличии не менее 2–3 независимых употреблений в разных источниках. Например, потенциальное авторское образование «зум-привычка» не вошло в корпус из-за единичной фиксации.

Жаргонизмы — это слова, ограниченные в употреблении определённой социальной группой (профессионалы, субкультуры, возрастные группы). В нашем корпусе жаргонизмы представлены только теми единицами, которые вышли за пределы узкой группы и стали регулярно употребляться в молодёжных СМИ, рассчитанных на широкую аудиторию.

Неологизмом в данной работе признаётся слово, которое: 1) появилось или актуализировалось в период 2021-2026 гг.; 2) употребляется не менее чем в 2-3 независимых публикациях молодёжных СМИ; 3) понятно широкой молодёжной аудитории. Таким образом, все 109 единиц корпуса прошли проверку на соответствие этим критериям и не являются случайными окказионализмами или узкими жаргонизмами.

2. 2. Семантическая и словообразовательная характеристика иноязычных неологизмов бытовой тематики.

С опорой на классификацию неологизмов по сфере употребления в данном параграфе рассматриваются иноязычные неологизмы бытовой тематики.

К этой группе были отнесены слова, связанные с повседневной жизнью современного человека: онлайн-коммуникацией, социальными сетями, романтическими отношениями, едой, уходом за внешностью, одеждой, гаджетами и образом жизни. Такое понимание бытовой тематики не ограничивается только домашней сферой. В неё включаются и цифровые практики, поскольку для молодёжной аудитории социальные сети, короткие видео, онлайн-общение и использование гаджетов стали частью ежедневного опыта.

Одну из групп бытовой лексики составляют слова, связанные с онлайн-коммуникацией. Во время пандемии в лексикон русского человека вошло множество новых лексем. Так, слово *зум* обозначает компьютерное программное обеспечение, которое позволяет группе людей видеть друг друга и общаться через Интернет с помощью технических средств [Новое в русской лексике, 2026, URL: https://neolex.iling.spb.ru/simple-search?title_op=contains&title=%D0%B7%D1%83%D0%BC]. От этого слова в 2021 году образовались новые единицы: *зум-дисморфия*, *зумбомбинг*, *зумиться*, *зум-тусовка*.

Неологизм *зум-дисморфия* обозначает искажённое восприятие собственной внешности во время видеоконференций [Новое в русской лексике, 2026, URL: <https://neolex.iling.spb.ru/node/18380>]. В СМИ это слово употребляется, например, в заголовке: «*Что такое зум-дисморфия и почему она вызвала бум пластической хирургии, пришедший из Кореи*» [Лиза, 2023,

URL: <https://lisa.ru/krasota/795852-zum-dismorfiya-i-bum-plasticheskoy-hirurgii-prishedshij-iz-korei/>].

Слово *зумбомбинг* обозначает хакерское вмешательство в видеоконференцию [Словарь русского языка коронавирусной эпохи, 2021, с. 58]. Пример его употребления представлен в СМИ: «*Zoom выплатит \$85 млн клиентам, пострадавшим от зумбомбинга*» [Хабр, 2022, URL: <https://habr.com/ru/news/662764/>].

Глагол *зумиться* означает «общаться в режиме онлайн» [Словарь русского языка коронавирусной эпохи, 2021, с. 60] и упоминается в статье о новых словах [Мел, 2021, URL: https://mel.fm/gramotnost/chto-eto-znachit/2048351-main_words].

Слово *зум-тусовка* обозначает онлайн-мероприятие, проводимое через Zoom [Новое в русской лексике, 2026, URL: https://neolex.iling.spb.ru/simple-search?title_op=contains&title=%D0%B7%D1%83%D0%BC&page=1].

. В молодёжных СМИ оно встречается в контексте воспоминаний о локдауне: «Устраивали зум-тусовки с друзьями» [Т–Ж, 2024, URL: <https://t-j.ru/lockdown-nostalgia-cases/>].

Эти единицы показывают, что иноязычная основа может соединяться с русскими и уже освоенными компонентами, а также образовывать глагольные формы.

К сфере **социальных сетей** относятся слова *рилс*, *рилсовый*, *шортс*, *пов*.

Неологизм *рилс* образован от английского слова *reel*, который означает «короткий видеоролик, опубликованный в социальной сети» [Щетинина, 2025, с. 298]. В СМИ слово употребляется как привычное название формата короткого видео: «*Присутствующие в зале становятся соавторами контента и вместе со звездами создают десятки тысяч рилсов, клипов, постов и влогов*» [Дзен, 2026, URL: <https://dzen.ru/a/ahnWNIV7R3hKhUoj?sid=>].

От него образовано прилагательное *рилсовый*: «Еще меня очень тревожит рилсовая зависимость и постоянные СДВГ-паттерны...» [Т–Ж, 2026, URL: <https://t-j.ru/i-read-about-return-to-analog/>].

Синонимом является слово *шортс*, образованное от английского *shorts* – «короткий» [Новое в русской лексике, 2021, URL: [https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f\[0\]](https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f[0])]. В СМИ можно найти такой пример: «Программирование в развлекательном формате развивает ребенка и уж точно является более полезным делом, чем просмотр "шортсов"» [Дзен, 2025, URL: https://dzen.ru/a/aMhPONWhAVoQ_5Da?sid=536905793139469313].⁰

Слово *пов* происходит от английского выражения *point of view* – «точка зрения» – и обозначает жанр коротких видеороликов от лица какого-либо персонажа [Новое в русской лексике, 2026, URL: https://neolex.iling.spb.ru/simple-search?title_op=contains&title=%D0%BF%D0%BE%D0%B2]. В СМИ отмечается, что слово уже адаптируется в русском языке: «На русском языке термин локализовали как "пов" и даже склоняют слово: например, ролики с точкой зрения – повы» [Т–Ж, 2026, URL: <https://t-j.ru/pov-chto-oznachaet-etot-termin/>]. Здесь особенно заметна грамматическая адаптация: слова *рилсы*, *шортсы*, *тиктоки*, *повы* получают форму множественного числа по русской модели.

Можно выделить слова образованные от *дейт* и *дейтинг* происходят от английского *date* – «дата», «свидание» – и обозначают запланированную встречу двух людей, у которых могут появиться или уже есть романтические отношения [Щетинина, 2025, с. 288].

От этой основы в 2021 году появились слова *дейтинг-приложение* и *дейтинг-шоу*. В СМИ отмечается рост аудитории таких сервисов, также многие смотрят подобные шоу: «В Японии одиноким людям власти будут оплачивать подписку на дейтинг-приложения» [Афиша Daily, 2026, URL: <https://daily.afisha.ru/news/108687-v-yaponii-odinokim-lyudyam-vlasti-budut->

oplachivat-podpisku-na-deyting-prilozheniya/].<https://daily.afisha.ru/news/108687-v-yaponii-odinokim-lyudyam-vlasti-budut-oplachivat-podpisku-na-deyting-prilozheniya/>

Слово *дейтинг-шоу* употребляется в материалах о развлекательных проектах: «*Корейский "Дом 2": Netflix продлил дейтинг-шоу "Ад для одиночек" на третий сезон*» [theGirl, 2023, URL: <https://thegirl.ru/articles/koreiskii-dom-2-netflix-prodlil-deiting-shou-ad-dlya-odinochek-na-tretii-sezon/>].

К этой же группе относится *эксплорейшеншип*, зафиксированное в 2025 году. Это слово обозначает модель межличностных отношений без чёткого статуса, основанную на эмоциональной вовлечённости, совместном опыте и постепенном узнавании друг друга. Оно образовано по аналогии со словом *situationship* от английского *exploration* – изучение, исследование» [Новое в русской лексике, 2025, URL: [https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f\[0\]](https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f[0])]. В СМИ значение объясняется так: «*Термин "эксплорейшеншип" (exploration – "исследование") тоже описывает романтическое общение без четкого статуса. Это форма отношений, при которой партнеры постепенно узнают друг друга и не спешат принимать серьезные решения*» [Forbes, 2025, URL: <https://www.forbes.ru/young/538435-bencing-orbiting-i-zombing-novaa-terminologia-v-otnoseniah>]. Эти слова называют новые социальные практики, которые особенно активно обсуждаются в молодёжной среде.

Значительную часть бытовой лексики составляют неологизмы, обозначающие **еду и напитки**.

Слово *бенито-торт* зафиксировано в 2021 году [Новое в русской лексике, 2021, URL: [https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f\[0\]](https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f[0])]. Оно связано с японским *бэнто*, которым называется стандартный обед на одного человека [Cambridge Dictionary, 2026, URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/bento>]. В русском языке слово стало обозначать небольшой торт индивидуального формата. В СМИ: «*Бенито-торты – это не просто маленькие тортики, а настоящие произведения*

искусства, которые за короткое время завоевали популярность по всему миру» [Дзен, 2024, URL: <https://dzen.ru/a/Zu7-GuWvJV70iy5O?sid=187025790318223641>].

Дубайский шоколад – это плитка шоколада с начинкой из фисташковой пасты, кунжутной пасты и хрустящего теста катаифи. Например, в публикации на платформе «Дзен» отмечается: «*Дубайский шоколад известен во всем мире как роскошное лакомство. Он отличается высоким качеством и уникальными ингредиентами*» [URL: <https://dzen.ru/a/ZxPeNRE5S0yPjBYt?sid=174536806711247342>, Дзен, 2024].

Куб-круассан – это слоёная выпечка кубической формы, разновидность современного круассана. В словарях неологизмов данное наименование не зафиксировано, однако его употребление подтверждается в СМИ. [Food.ru, 2024, URL: <https://food.ru/articles/11667-chto-takoe-kubossany-ili-kruby>]. Пример: «*Круассан-куб. Кубический круассан, или крубик, появился в 2018 году*» [Т-Ж, 2024, URL: <https://t-j.ru/list/trendy-croissants/>]. Слово *куб-круассан* образовано сложением основ *куб* и *круассан*: первая часть указывает на геометрическую форму изделия, вторая – на тип выпечки.

Кубик-круассан – это синоним этого слова. The City включает кубик-круассан в обзор необычных форм современной выпечки. Слово образовано сложением основ *кубик* и *круассан* [The City, 2024, URL: <https://thecity.m24.ru/articles/10716>].

К этой же группе относится кроффл, зафиксированный в 2021 году. Он обозначает вафлю из слоёного теста для круассанов и образован путём словослияния английских слов *croissant* и *waffle* [Новое в русской лексике, 2026, URL: [https://neolex.iling.spb.ru/search?indexedglossaryfacets\[0\]](https://neolex.iling.spb.ru/search?indexedglossaryfacets[0])]. Слово не встретилось в исследуемых СМИ и оказалось более характерным для сайтов с рецептами, однако оно важно как пример гибридного образования.

Краффин – это сладкая выпечка, представляющая собой гибрид круассана и маффина/ Слово образовано от *croissant* – «круассан» и *muffin* –

«маффин» [Cambridge Dictionary, 2026, URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/cruffin>]. В The City указано: «краффины – это такая смесь круассана и маффина» [The City, 2024, URL: <https://thecity.m24.ru/articles/10716>].

Неологизм *кронигири*, зафиксированный в 2024 году, обозначает треугольный круассан в виде онигири [Новое в русской лексике, 2024, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A8157]. В сетевом издании «The City» слово употреблено в заголовке материала о необычной выпечке [The City, 2024, URL: <https://thecity.m24.ru/articles/10716>]. <https://thecity.m24.ru/articles/10716?ysclid=mpg10d4pbe779587436>

Кронат – это гибридное кондитерское изделие, сочетающее признаки круассана и пончика. Неологизм образован от слов *croissant* – «круассан» и *donut / doughnut* – «пончик» [Merriam-Webster Dictionary, 2026, URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/Cronut>]. Пример из СМИ таков: *Плоские круассаны, круглые круассаны и треугольные круассаны в виде японских онигири, краффины и кронаты - тренды на необычные булки зашли слишком далеко* [The City, 2024, URL: <https://thecity.m24.ru/articles/10716>].

Слово *круки* в лексикографических ресурсах не зафиксировано, но встречается в СМИ и кулинарной интернет-среде. Оно обозначает круассан, приготовленный с тестом для печенья, и образовано от английских *cookie* – «печенье» и *croissant* – «круассан» [The New York Times, 2024, URL: <https://www.nytimes.com/2024/04/20/world/europe/france-crookie-croissant-cookie.html>]. В СМИ слово употребляется так: «В последнее время набирает обороты «круки» – круассан с тестом для печенья. Таких еще нет в продаже, но в интернете много рецептов, которые несложно повторить дома» [Т-Ж, 2024, URL: <https://t-j.ru/list/trendy-croissants/>].

Слово *супрем* происходит от английского *supreme* – «высший» – и обозначает круглый слоёный круассан-рулет с большим количеством крема

внутри и ярким декором сверху. В лексикографических ресурсах не зафиксировано. В СМИ оно используется при описании вирусного десерта: «*Lafayette Grand Café and Bakery в Нью-Йорке завирусился в тиктоке благодаря своему круассану Suprême, который больше похож на хоккейную шайбу*» [Афиша Daily, 2024, URL: <https://daily.afisha.ru/eating/27229-kruglossan-kruki-ili-ploskiy/>].

Слово *флэт-круассан*, зафиксированное в 2024 году, обозначает плоский круассан [Новое в русской лексике, 2024, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A8157]. В СМИ встречается вариант с обратным порядком компонентов: «...*круассан флэт (flat переводится как "плоский")*» [Афиша Daily, 2024, URL: <https://daily.afisha.ru/eating/27229-kruglossan-kruki-ili-ploskiy/>].
<https://daily.afisha.ru/eating/27229kruglossankrukiililoskiy/?ysclid=mphggkruje737580116>

Слово *страмбл*, зафиксированное в 2024 году, обозначает бамбл-кофе с клубничным соком и образовано путём словослияния основ *strawberry* – «клубника, клубничный» и *bumble coffee* – «бамбл-кофе» [Новое в русской лексике, 2024, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A8157]. В СМИ можем найти такой пример употребления: «*Грамбл – альтернативная версия бамбл-кофе, где вместо апельсинового сока используют грейпфрутовый, и страмбл – вариация напитка, куда добавляют клубничный сок*» [The City, 2024, URL: <https://thecity.m24.ru/articles/10974>].
<https://thecity.m24.ru/articles/10974>

Слово *свайси*, зафиксированное в 2023 году, обозначает сочетание сладкого и острого вкуса и образовано от английских *sweet* – «сладкий» и *spicy* – «острый» [Новое в русской лексике, 2026, URL: https://neolex.iling.spb.ru/simple-search?title_op=contains&title=%D0%A1%D0%92%D0%90%D0%99%D0%A1

%D0%98]. Слово *свалти* обозначает сладко-солёный вкус и образовано от английских *sweet* – «сладкий» и *salty* – «солёный» [Новое в русской лексике, 2025, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A9245]. В СМИ эти слова часто употребляются вместе как названия гастрономических трендов: «*А еще, когда в блюде есть игра вкусов, в топе запросов вкусовые пары свайси (сладкое + острое) и свалти (сладкое + соленое): куриные наггетсы с корицей, пончики с вареньем из бекона, соленые крекеры с горячим медом, шоколад с чили, панакота с черной икрой, попкорн с васаби*» [Собака.ru, 2025, URL: <https://www.sobaka.ru/bars/recipes/207981>].<https://www.sobaka.ru/bars/recipes/207981?ysclid=mphgqwczech17271149>

В этой подгруппе заметно, что слова заимствуются из языков в исходном написании.

В бытовой тематике широко представлена лексика, связанная с **уходом за внешностью**. Слово *скин-сайклинг*, зафиксированное в 2023 году, обозначает систему ухода за кожей [Новое в русской лексике, 2022, URL: [https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f\[0\]](https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f[0])]. В СМИ оно используется как название бьюти-практики: «*Скин-сайклинг: всего 4 шага к лучшей версии вашей кожи*» [U MAGAZINE, 2024, URL: <https://umagazine.ru/krasota/practice/skin-saykling-vsego-4-shaga-k-luchshey-versii-vashey-kozhi/>].

Аура-маникюр – это разновидность градиентного дизайна, при котором цветное пятно располагается в центре ногтя и создаёт эффект свечения или «ауры». В англоязычной среде используется название *aura nails*, где *aura* – «аура, энергетическое поле», *nails* – «ногти». The Voice прямо определяет его так: «*Аура-маникюр – это одна из разновидностей градиента*» [The Voice Mag, 2024, URL: <https://www.thevoicemag.ru/beauty/nails/aura-manikyur-v-osennih-tonah-7-variantov-dlya-raznogo-nastroeniya-v-obraze/>].

Неологизм *скинимализм* – это подход к уходу за кожей, при котором многоступенчатая бьюти-рутина заменяется небольшим количеством базовых

и эффективных средств. The Voice объясняет образование слова прямо: «скинимализм (*от англ. Skin – кожа и minimalism – минимализм*)» [The Voice Mag, 2024, URL: <https://www.thevoicemag.ru/beauty/face/eto-trend-kak-gramotno-uhajivat-za-kojei-v-2024-godu/>].

Неологизм *ретинол-сэндвич*, зафиксированный в 2023 году, обозначает способ нанесения средств для ухода за кожей лица в определённой последовательности. Образовано путём сложения основ *ретинол* и *сэндвич* по модели английского *retinol sandwich*. [Новое в русской лексике, 2023, URL: [https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f\[0\]](https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f[0])]. Пример употребления: «*Ретинол-сэндвич: кому идеально подойдет эта мягкая методика совершенствования кожи*» [The Voice Mag, 2024, URL: <https://www.thevoicemag.ru/beauty/face/retinol-sendvich-komu-idealno-podoydet-eta-myagkaya-metodika-sovershenstvovaniya-kozhi/>].

Clean girl / чистая девушка – это эстетика ухоженности, минимализма и естественности, связанная с макияжем «без макияжа», сияющей кожей, аккуратной укладкой и сдержанным образом. Словосочетание образовано от английских слов *clean* – «чистый» и *girl* – «девушка». В словарях неологизмов данное выражение не встречается, однако оно активно употребляется в СМИ, в том числе в Афише Daily, где рядом с английским названием используется русская калька *чистая девушка* [Афиша Daily, 2024, URL: <https://daily.afisha.ru/beauty/26825-ofisnaya-sirena-zhena-bandita-i-chistaya-devushka-10-glavnyh-trendov-v-makiyazhe-2024/>].

Слово *слаггинг* обозначает использование вазелина как одного из компонентов ухода, оно не зафиксировано в лексикографических ресурсах, но в молодёжных СМИ встречается [М.Косметик, 2024, URL: <https://cosmetic.magnit.ru/articles/49-trend-iz-sotssetej-slagging-chto-eto-takoe-i-pravda-li-etot-metod-pomogaet-uhazhivat-za-kozhej-litsa>]. В СМИ оно объясняется так: «За интригующим словом "слаггинг" прячется простой и даже устаревший трюк ухода за кожей – использование вазелина в качестве

ночного продукта для лица» [Афиша Daily, 2021, URL: <https://daily.afisha.ru/beauty/19499-chto-takoe-slagging-novyy-trend-v-uhode-za-kozhey/>]. <https://daily.afisha.ru/beauty/19499-chto-takoe-slagging-novyy-trend-v-uhode-za-kozhey/>

Слово *скинфлюенсер* образовано от *skin* – «кожа» и *influence* – «влиять», оно не зафиксировано в лексикографических ресурсах, но используется в СМИ. Это лидер мнений в сфере индустрии красоты, который продвигает осознанный уход за кожей и объясняет составы косметических средств. В СМИ слово зафиксировано в 2021 году: *«Алгоритм подстраивается под тех, кто заинтересован в уходе за кожей и тонкостях бьюти-формул – он транслирует в их ленты видео от скинфлюенсеров, где объясняется важность увлажняющего крема и польза ниацинамида при лечении акне»* [Forbes, 2021, URL: <https://www.forbes.ru/forbes-woman/419829-chestnost-vmesto-filtrov-kak-pokolenie-z-menyaet-byuti-brendy-cherez-tiktok>].

Слово *LED-маска* образовано от *LED* – «светодиод» и обозначает бьюти-устройство для световой терапии, оно также не зафиксировано в лексикографических источниках, но используется в СМИ: [Grazia, 2026, URL: <https://www.grazia.ru/beauty/led-maski-effektivno-ili-prosto-modno/>]; это слово употребляется в материалах о современных устройствах для ухода: *«Качественных исследований LED-масок не существует, поэтому неизвестно, работают они или нет»* [Т-Ж, 2025, URL: <https://t-j.ru/led-masks-are/>].

Следующее слово также не обозначено в лексикографических источниках – *латте-макияж* обозначает макияж в тёплых кофейных оттенках и образован от итальянского *latte* – «молоко» и французского *maquillage* – «гримирование, косметика». Один из примеров: *«Как сделать модный латте-макияж: 6 идеальных образов на лето»* [The Voice Mag, 2025, URL: <https://www.thevoicemag.ru/beauty/makeup/kak-sdelat-modnyy-latte-makiyazh-6-idealnyh-obrazov-na-leto/>].

Лип-комбо происходит от английского *lip combo* и обозначает комбинированный способ макияжа губ с использованием нескольких средств, оно не зафиксировано в лексикографических ресурсах, может писаться слитно [URL: <https://www.marieclaire.ru/krasota/idealnoe-lip-combo-5-sekretnykh-tekhnik-makiyazha-gub-ot-modeli-mezhdunarodnogo-urovnya/>]. Пример из СМИ: «*Липкомбо, которое покорит всех!*» [Marie Claire, 2026, URL: <https://www.marieclaire.ru/krasota/idealnoe-lip-combo-5-sekretnykh-tekhnik-makiyazha-gub-ot-modeli-mezhdunarodnogo-urovnya/>].

Слово *мьюинг* образовано от английского *mewing* – это практика особого положения языка и рта, которая, как утверждается, способствует изменению формы челюсти и контуров лица [Lee, 2026, URL: [https://www.joms.org/article/S0278-2391\(19\)](https://www.joms.org/article/S0278-2391(19))]. Оно появилось раньше обозначенного нами периода, но снова обрело известность в это время в социальных сетях. Например, в публикации на платформе «Дзен» мьюинг описывается как тренд из социальных сетей: «*Пользователи TikTok уверены, что большинство селебрити пользуются этим лайфхаком, а некоторые даже уличили в мьюинге своих домашних питомцев, сделав из этого мемы*» [Дзен, 2024, URL: <https://dzen.ru/search?sid=159880793570480793&query=%D0%BC%D1%8C%D1%8E%D0%B8%D0%BD%D0%B3%20%D0%BC%D0%B5%D0%BC%D1%8B%20>].

Слово *вулфкат* происходит от английского *wolf cut* – «волчья стрижка», обозначает стрижку, ранее популярную в 70-е годы и сочетающую элементы шэга и маллета [Lenta.ru, 2021, URL: <https://lenta.ru/news/2021/05/21/wolf/>]. В настоящее время она снова обрела известность, оно также не зафиксировано в лексикографических ресурсах. В СМИ оно объясняется так: «*Суть стрижки-волчицы, или вулфкат, или же волчьей стрижки заключается в смешении сразу нескольких других популярных вариаций причесок*» [The Voice Mag, 2022, URL: <https://www.thevoicemag.ru/beauty/hair/strizhka-volchica-komu-podoydet-glavnaya-zvezdnaya-pricheska-sezona/>].

Луксмаксинг, зафиксированный в 2023 году, происходит от *looksmaxxing* от *looks* – «внешний вид» и *maxxing* – «доведение до максимума» и обозначает стремление максимально улучшить внешность [Новое в русской лексике, 2023, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A6949]. Пример в СМИ: «Сегодня луксмаксинг – это стремление максимально улучшить свою внешность разными способами: от простого ухода до радикальных методов вроде косметической хирургии» [Men Today, 2025, URL: <https://www.mentoday.ru/health/body/luksmaksing-mogging-myuing-na-chto-idut-mujchiny-chtoby-stat-luchshei-versiei-sebya/>].

Мыльные ногти – минималистичный маникюр с эффектом чистых, ухоженных и слегка блестящих ногтей. В словарях это сочетание не зафиксировано, однако оно употребляется в молодёжных СМИ. Словосочетание является калькой с английского *soap nails*, где *soap* переводится как «мыло», а *nails* – «ногти». В материале Афиши Daily мыльные ногти рассматриваются как один из актуальных бьюти-трендов сезона: «Альтернативная опция для тех, кого не устраивают "мыльные ногти"» [Афиша Daily, 2025, URL: <https://daily.afisha.ru/beauty/28716-energiya-bogini-mylnye-nogti-i-brovi-kak-u-pamely-povtoryaem-8-byuti-trendov-sezona/>].

Следующее слово также не имеет фиксации в лексикографических ресурсах. *Вонёнизм* обозначает тренд на минимализм, самодостаточность и здоровый образ жизни, связанный с образом южнокорейской певицы Чан Вонён, оно не зафиксировано в лексикографических ресурсах, но встречается в СМИ [М.Видео, 2026, URL: <https://www.mvideo.ru/blog/korotko/skuf-doks-pikmi-i-vonyonizm-yandeks-nazval-samye-populyarnye-neologizmy-2024-goda>]. В Афише Daily значение объясняется так: «...вонёнизм тренд на минимализм, ЗОЖ и самодостаточность, связанный с именем южнокорейской певицы, телеведущей и модели Чан Вон Ён» [Афиша Daily, 2024, URL: <https://daily.afisha.ru/news/93690-doks-skuf-i-pikmi-yandeks-nazval-samye->

populyarnye-neologizmy-goda/].<https://daily.afisha.ru/news/93690-doks-skuf-i-pikmi-yandeks-nazval-samye-populyarnye-neologizmy-goda/>

К бытовым неологизмам можно отнести слова, связанные с **одеждой и повседневным стилем**,

Альт-стиль образован от слова альт, которое происходит от *alternative* – «альтернативный». В 2021 году популярность получила субкультура *альт*, что повлияло на появление этой единицы [Лента.ру, 2023, URL: <https://lenta.ru/articles/2023/09/11/altushka/>]. В молодёжном издании theGirl слово употребляется при описании внешнего образа актрисы Хан Со Хи: «*Хан Со Хи известна своим альт-стилем вне камеры*» [theGirl, 2023, URL: <https://thegirl.ru/articles/nastoyashii-pank-aktrisa-khan-so-khi-sdelala-sebe-pirring-i-eto-ne-feik/>].

Слово *зипка*, зафиксированное в 2022 году, обозначает кофту на молнии. Она образована от английского слова *zip-up hoodie* – «кофта с капюшоном на молнии» [Новое в русской лексике, 2022, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A463]. Например, в публикации на платформе «Дзен» слово «зипка» используется в значении «толстовка на молнии»: автор пишет, что подросток едет в «*черной футболке, джинсах*» и «*зипке-толстовке*» [Дзен, 2026, URL: https://dzen.ru/a/agc0JPuzlCw_XDtX?sid=47354991023145959].

Худи-зипка обозначает толстовку с капюшоном на застёжке-молнии и образовано от английского слова *hood* – «капюшон» [Новое в русской лексике, 2026, URL: https://neolex.iling.spb.ru/search?indexed-glossary-facets%5B0%5D=title%3Aзип-худиD=year_index%3A6949].

. В СМИ слово встречается в описании повседневной одежды [URL: <https://t-j.ru/list/wear-russian-men/>]. Пример в СМИ: «...*гранжевые рубашки, худи-зипки, брюки карго и драные свитера соседствуют с формальными блейзерами, чиносами и поло*» [Т-Ж, 2025, URL: <https://t-j.ru/list/wear-russian-men/>].

Слово *джортсы*, зафиксированное в 2024 году, образовано от *jeans* – «джинсы» и *shorts* – «шорты» и обозначают широкие джинсовые шорты, обычно ниже колена, это слово не зафиксировано в лексикографических ресурсах [The Voice Mag, 2025, URL: <https://www.thevoicemag.ru/fashion/trends/galya-otmena-eti-antitrendovye-baletki-snova-na-pike-populyarnosti/>]. Пример из СМИ: *«Джортсы (шорты из денима) тоже в свое время впали в немилость, а теперь появляются в коллекциях самых мощных модных Домов»* [The Voice Mag, 2025, URL: <https://www.thevoicemag.ru/fashion/trends/galya-otmena-eti-antitrendovye-baletki-snova-na-pike-populyarnosti/>].

К лексике, связанной с **техникой**, относятся *смарт-кольцо*, *смарт-монокль*, *трифолд*. Данные устройства появились недавно, ими ещё пользуются не так много людей, поэтому в молодёжных СМИ встречаются редко, также они не зафиксированы в словарях.

Смарт-кольцо означает носимый гаджет без экрана, фиксирующий биометрию и сон. Пример в СМИ: *В статье разбираем, как работают смарт-кольца, чем отличаются популярные модели от Oura до Samsung, как выбрать подходящее именно вам* [Афиша Daily, 2026, URL: <https://daily.afisha.ru/poleznye-statii/30544-umnye-kolca-chto-eto-kak-rabotayut-i-kakie-mozhno-kupit-v-rossii-seychas/>].

Смарт-монокль обозначает компактное электронное устройство с функциями проекционного дисплея, камеры, микрофона и дополненной реальности [Mail.ru, 2026, URL: <https://hi-tech.mail.ru/news/61912-predstavlen-umnyy-monokl-s-ekranom-i-kameroj-chto-on-mozhet/>]. В СМИ можно найти такой пример: *«Студент Стэнфорда Брайан Чанг разработал смарт-монокль, который подсказывает владельцу, как отвечать в диалоге с другими людьми»* [Афиша Daily, 2023, URL: <https://daily.afisha.ru/news/75463-amerikanskiy-student-sozdal-smart-monokl-kotoryy-podskazhet-otvety-na-sobesedovani-i-svidanii/>].

Слова, представленные выше, имеют иноязычную часть *смарт* с английского – «умный» [Cambridge Dictionary, 2026, URL: <https://dictionary.cambridge.org/thesaurus/smart>].

Трифолд происходит от *tri-fold* – «тройной» и обозначает складной смартфон, сочетающий функции телефона и планшета [Mail.ru, 2026, URL: <https://hi-tech.mail.ru/news/138464-samsung-galaxy-z-trifold-preview/>].

Например, в публикации на платформе «Дзен» говорится: «На этот раз она представила концепт необычного трифолд-смартфона ZERO Series Mini Tri-Fold, который обещает изменить представление о multifunctional устройствах» [Дзен, 2025, URL: https://dzen.ru/a/Z8X_B8NMEjgIUVJs?sid=4601420071403444884].

Следующие слова **образа жизни и досуга**. Они не зафиксированы в лексикографических ресурсах.

Фриджскейтинг образован от *fridge* – «холодильник» и *scaping* – «декорирование пространства» и обозначает эстетическое оформление внутренней части холодильника цветами, гирляндами, статуэтками и другими непищевыми предметами. Пример из СМИ: «*В социальных сетях завирусился новый тренд – фриджскейтинг*» [Т–Ж, 2024, URL: <https://t-j.ru/fridgescapping/>]. Это слово находится на границе бытовой и искусствоведческой тематик: оно связано с кухней, но описывает эстетизацию повседневного пространства.

Слоу-тревел переводится как «медленное путешествие» и обозначает спокойный формат туризма, противопоставленный быстрым поездкам. Стало известным после пандемии коронавируса. В исследуемых нами СМИ используется в изначальном виде: В Т–Ж встречается такой пример: Нуvara-Элия названа «*отличным местом для отдыха в стиле slow travel*» [Т–Ж, 2026, URL: <https://t-j.ru/accommodation-shri-lanka/>].

Петрокерство – детское хобби в форме ухода за небольшим камнем, имитирующего заботу о домашнем питомце. От английского *pet rock* (*pet* – «домашнее животное, питомец», *rock* – «камень») [Новое в русской лексике,

2026, URL: <https://neolex.iling.spb.ru/node/34666>]. Например, в публикации на платформе «Дзен» отмечается: «*Дата его рождения (моего увлечения петрокерством) – 30 мая, сегодня*». [Дзен, 2025, URL: <https://dzen.ru/a/aDmXizxXIAXd5d8P?sid=214705305527263817>].

Квадроберство – субкультура детей и подростков, подражающих поведению животных [Новое в русской лексике, 2026, URL: https://neolex.iling.spb.ru/simple-search?title_op=contains&title=]. СМИ: «*В России повышается число квадроберов*» [ЮНПРЕСС, 2024, URL: <https://ynpress.com/archives/140655>].

С точки зрения способа заимствования и образования неологизмы бытовой тематики оказались неоднородными. В этой группе представлены прямые заимствования (*рилс, шортс, дейтинг, слаггинг, мьюинг*), кальки (*дубайский шоколад, мыльные ногти, чистая девушка*), полукальки (*дейтинг-приложение, LED-маска, смарт-кольцо*), композиты (*бенито-торт, ретинол-сэндвич, худи-зипка*), словослияния (*кроффл, краффин, свайси, свалти, скинфлюенсер*) и гибридные образования (*зумиться, рилсовый*). Отдельные единицы сохраняют английскую графику или исходную форму, например *clean girl u slow travel*.

Таким образом, неологизмы бытовой тематики отражают изменения в повседневной жизни молодёжной аудитории. Они называют новые форматы онлайн-общения, виды цифрового контента, способы знакомства, гастрономические тренды, бьюти-практики, элементы одежды, гаджеты и формы досуга. Некоторые слова уже начинают осваиваться русским языком: они получают формы множественного числа, образуют прилагательные и включаются в обычные синтаксические конструкции. Это позволяет сделать вывод, что бытовые иноязычные неологизмы закрепляются как удобные названия новых повседневных явлений.

2. 3. Семантическая и словообразовательная характеристика иноязычных неологизмов искусствоведческой тематики

В отдельную группу были выделены иноязычные неологизмы искусствоведческой тематики. В отличие от бытовых неологизмов, они связаны не столько с повседневными действиями, сколько с описанием искусства, дизайна, моды как визуальной культуры, цифрового творчества, музыки и эстетических направлений. При этом часть слов занимает промежуточное положение: они могут относиться к быту, потому что связаны с одеждой, интерьером и образом жизни, но одновременно называют визуальные стили и художественные принципы. Поэтому такие единицы рассматриваются в составе искусствоведческой группы как слова, описывающие эстетическое оформление современной среды.

Одним из центральных слов группы является *арт*. В толковом словаре неологизмов 2024 года оно определяется как процесс творчества и результат создания предметов, доставляющих эстетическое удовольствие [Щетинина, 2024, с. 475]. Сейчас компонент *арт*- активно образует сложные слова.

Развитие цифровых технологий и искусственного интеллекта повлияло на лексику, связанную с искусством и музыкальной культурой. В молодёжных и тематически близких медиа появляются слова с компонентами *нейро*- и *ИИ*, которые обозначают произведения, созданные при участии нейросетей, новых авторов цифрового типа и формы художественного производства [Аффиксоиды русского языка, 2026, URL: <https://affixoid.iling.spb.ru/node/3425>]. В 2022 году было зафиксировано слово *арт-нейросеть* – компьютерная программа с функцией искусственного интеллекта, предназначенная для решения творческих задач [Новое в русской лексике, 2026, URL: <https://neolex.iling.spb.ru/search?indexed-glossary-facets%5B0%5D=title%3Аарт-нейросеть>]. Оно не встречается в исследуемых СМИ как самостоятельная частотная единица, однако важно для анализа,

поскольку показывает продуктивность компонента *арт-* в современной лексике.

Слово *арт-дроп*, употреблённый впервые в СМИ в 2024 году, образован от английского *drop* – «сбрасывать», «передать», «оставить» [Cambridge Dictionary, 2026, URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/drop>]. В искусстве *дроп* обозначает ограниченный по времени и количеству выпуск арт-объектов, картин, скульптур, цифровых коллекций или NFT [Plan Your Time, 2026, URL: https://plan-your-time.com/profession/art_drop_manager/]. В СМИ слово употребляется в заголовке о выпуске арт-дропа: «Собака.ru» выпускает *арт-дроп* «"Коллекционировать искусство"» [Собака.ru, 2024, URL: <https://www.sobaka.ru/entertainment/art/181269>].

К искусствоведческой тематике относятся также *фиджитал-искусство*, *фиджитал-арт*.

Фиджитал образован от *physical* – «физический» и *digital* – «цифровой». *Фиджитал-искусство* обозначает направление, в котором цифровые технологии сочетаются с реальной живописной техникой [Новое в русской лексике, 2026, URL: <https://neolex.iling.spb.ru/search?indexed-glossary-facets%5B0%5D=title%3Афиджитал-искусство>]. В СМИ находим такой пример: «Что такое *фиджитал-искусство*?» [Сноб, 2023, URL: <https://snob.ru/interview/direktor-galerei-vs-gallery-aleksandr-karlyavin-fidzhital-iskusstvo-stanet-vazhnoj-chastyu-razvlekatelnoj-i-mediaindustrii/>].

Фиджитал-арт используется как синоним: «*Фиджитал-арт сочетает в себе элементы аналогового и цифрового искусства*» [Сноб, 2023, URL: <https://snob.ru/interview/direktor-galerei-vs-gallery-aleksandr-karlyavin-fidzhital-iskusstvo-stanet-vazhnoj-chastyu-razvlekatelnoj-i-mediaindustrii/>].

Колорблок обозначает дизайнерский приём, основанный на сочетании ярких цветовых блоков; в 2021 году были выделены слова *колорблок-образ* и *колорблок-комплект* [Новое в русской лексике, 2021, URL: [https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f\[0\]](https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f[0])]. Слово *колорблок* происходит от

английского *color block* – «цветовые блоки». Слово употребляется в СМИ при описании модных образов: «...все модницы стали облачаться в колорблочные образы, состоящие из нескольких ярких цветов...» [theGirl, 2023, URL: <https://thegirl.ru/articles/futbolnaya-estetika-i-drugoi-vzglyad-na-tikhuyu-roskosh-glavnye-feshn-trendy-kitaiskikh-socsetei-2023/>].

Японди, зафиксированное в 2021 году, обозначает гибридный стиль интерьера, соединяющий японскую и скандинавскую эстетику; слово образовано от *Japanese* и *Scandi* [Новое в русской лексике, 2021, URL: [https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f\[0\]](https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f[0])]. Пример: «Джапанди, или японди, – это гибридный стиль в дизайне интерьеров» [Skillbox, 2022, URL: <https://skillbox.ru/media/design/japandi-design/>].

Вайб-дизайн, зафиксировано в 2025 году, образовано по аналогии с термином *vibe coding* от *vibe* – «атмосфера, настроение, энергетика» и обозначает подход к проектированию, при котором главным становится эмоциональное ощущение пользователя [Новое в русской лексике, 2025, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A9245]. В СМИ часто используется англоязычный вариант: «Для большинства создателей *vibe coding* в конечном итоге отступит на второй план, а доминировать начнёт *vibe designing* (с визуальной парадигмой)» [Хабр, 2025, URL: https://habr.com/ru/companies/habr_career/news/809365/].

Особенно продуктивным оказался элемент *-кор*, восходящий к английскому *core*. Слово *кор*, зафиксированное в 2023 году, обозначает эстетику или культурное течение, объединённое общей идеей и выраженное через характерный гардероб, узнаваемые вещи и оформление пространства [Новое в русской лексике, 2023, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A6949]. На этой основе образованы *коттеджкор*, *коттеджкор-стиль*, *коттеджкор-эстетика*, *коттеджкорный*, *барбикор* и др. Эти слова занимают промежуточное положение между бытовой и искусствоведческой тематикой:

они связаны с **одеждой и образом жизни**, но одновременно называют **визуальные стили и эстетические направления**.

Слово *деталькор*, зафиксированное в 2024 году, обозначает концепцию дизайна, в которой особое внимание уделяется неожиданным деталям оформления [Новое в русской лексике, 2024, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A8157].

«Кажется, что вы – главные в Петербурге по деталькору, и Nothing Fancy, Solids, Casper собраны по одной формуле: продуманное и последовательно реализованное ДНК проекта, дизайн и кухня Киселева» [Собака.ру, 2024, URL: <https://www.sobaka.ru/bars/heroes/191470>].

Коттеджкор, зафиксированный в 2020 году, обозначает стиль в одежде и образе жизни, основанный на эстетике загородного быта. Слово образовано от двух английских: *cottage* («деревенский дом», «коттедж») и *core*, анализируемое выше. [Новое в русской лексике, 2026, URL: [https://neolex.iling.spb.ru/search?indexed-glossary-facets\[0\]](https://neolex.iling.spb.ru/search?indexed-glossary-facets[0]). В 2021 году появились слова *коттеджкор-стиль*, *коттеджкор-эстетика* и *коттеджкорный*.

Коттеджкор-стиль в СМИ: «...хороший шелковый платок в *коттеджкор-стиле* с желудями и грибочками» [Афиша Daily, 2024, URL: <https://daily.afisha.ru/beauty/18585-memy-pokemony-i-pirsing-chto-redaktory-kra-soty-nashli-v-instagrame-na-etoy-nedele/>].

Коттеджкор-эстетика – в молодёжном издании theGirl слово употребляется при описании аниме: «...это очень легкая сказка для любителей *коттеджкор-эстетики*» [Новое в русской лексике, 2021, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A34].

Коттеджкорный – прилагательное, которое означает «характерный для стиля коттеджкор» или «выполненный в стиле коттеджкор» [Новое в русской лексике, 2021, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A34]. В

исследуемых СМИ не было такого слова, по данным лексикографического ресурса, оно встречалось в комментариях на сайте «Lamoda.ru» и на сайте «Pinterest».

Барбикор связан с образом куклы Барби и розовой визуальной эстетикой; Его распространение связывается с фильмом «Барби» 2022 года [URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A463]. Один из примеров в СМИ таков «В соцсетях распространяется барбикор – эстетика, вдохновлённая лентой» [Пять углов, 2023, URL: https://5uglov.ru/post/18932_privet_barbi].

От него образовалось прилагательное [Новое в русской лексике, 2023, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A6949]. Пример в СМИ: «Так сказать, под стать барбикорному настроению» [U MAGAZINE, 2023, URL: <https://umagazine.ru/krasota/trends/nravitsya-barbi-my-sobrali-20-rozovykh-byuti-sredstv-v-stile-barbikor/>].

Cluttercore или *кюттеркор* – это максималистская эстетика в дизайне интерьера и предметной среде, основанная на визуальном изобилии, нагромождении вещей, ярких сочетаниях, декоративности и отказе от минимализма. Слово образовано от английского *cluttercore*, где *clutter* переводится как «беспорядок», «нагромождение вещей». В словарях неологизмов слово не обнаружено, однако оно употребляется в медиа: Skillbox Media относит cluttercore к трендам промышленного дизайна 2024 года [Skillbox Media, 2023, URL: <https://skillbox.ru/media/design/trendy-promyshlennogo-dizayna-2024-goda/>].

Неологизм *блоккор*, зафиксированный в 2023 году, обозначает эстетику футбольных фанатов и образован от *blokecore* (от разг. *bloke* – «парень», «малый» и элемента *-core*) [Новое в русской лексике, 2023, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A6949]. Пример в СМИ: «Теннискор, прощай: блоккор – главная эстетика лета 2024, вдохновленная футболом» [theGirl, 2024, URL:

<https://thegirl.ru/articles/tenniskor-proshai-blokkor-glavnaya-estetika-leta-2024-vdokhnovlennaya-futbolom/>].

Производное слово *бллоккор-образ* обозначает конкретный комплект. Новое в русской лексике, 2023, URL: [glossary-facets%5B0%5D=title%3Абллоккор-образ](https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=title%3Абллоккор-образ)], можем найти такой пример в СМИ: В молодёжном издании theGirl бллоккор описывается как стиль, связанный с футбольной культурой: «Бллоккор берет свои корни из футбольной культуры» [theGirl, 2024, URL: <https://thegirl.ru/articles/tenniskor-proshai-blokkor-glavnaya-estetika-leta-2024-vdokhnovlennaya-futbolom/>].

Ретро-бллоккор обозначает разновидность бллоккора, ориентированную на спортивные образы прошлых десятилетий [Новое в русской лексике, 2023, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3А6949]. Пример в СМИ: «У нас больше прижился именно ретро-бллоккор, то есть стиль, в центре которого старые спортивные униформы» [The Voice Mag, 2023, URL: <https://www.thevoicemag.ru/fashion/trends/barbikor-v-proshlom-zatim-novym-korom-gonyatsya-prodvinutye-modnicy/>].

Брайдалкор обозначает стиль, связанный со свадебной тематикой, и образован от *bridalcore*, где *bridal* означает «свадебный» [Новое в русской лексике, 2023, URL: <https://neolex.iling.spb.ru/search?indexed-glossary-facets%5B0%5D=title%3Абрайдалкор>]. В СМИ можем найти такой пример: «Бодрый брайдалкор шагает по стране (и остальному миру), и фигура жениха в классическом смокинге безнадежно устарела: в House of Leo решили андеить запылившийся образ и сшили мужскую свадебную коллекцию» [Собака.ru, 2023, URL: <https://www.sobaka.ru/fashion/stuff/171433>].

Производное слово *брайдалкорный* зафиксировано в 2024 году и означает «свойственный брайдалкору» [Новое в русской лексике, 2024, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3А8157]. Пример в СМИ: «Привычная альтернатива авангарду – празднично-вечерние тени с

показа *Armani Privé* и брайдалкорный мейкап от *Miss Sohee*» [Собака.ru, 2024, URL: <https://www.sobaka.ru/beauty/beauty/177554>].

Dollcore или *доллкор* – это кукольная эстетика в одежде, макияже и аксессуарах, основанная на образе куклы. Слово образовано от английского *dollcore*, где *doll* переводится как «кукла». В словарях неологизмов слово не обнаружено, однако оно употребляется в СМИ: «Ударяемся в *dollcore* по полной с фуксийным кейпом *Kalmanovich* (приживется и на открытии театрального сезона...)» [The City, 2024, URL: <https://thecity.m24.ru/articles/10716>].

Кокеткор, зафиксированный в 2023 году, обозначает направление в женской моде и дизайне, соединяющее романтичность, элементы исторического костюма и кокетливые образы, образовано от англ. *coquettecore*, *coquette core* (от *coquette* – «кокетка») [Новое в русской лексике, 2023, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A6949]. Пример в СМИ: «На смену нарочито женственной балетной эстетике пришла следующая: кокеткор вычеркивает из танцев спортивность и оставляет только феминные элементы (юбки-пачки, атласные чешки и кружево)» [Афиша Daily, 2024, URL: <https://daily.afisha.ru/beauty/27358-obnovit-garderob-i-ne-razoritsya-povtoryaem-muzhskie-i-zhenskie-trendy-s-rokazov/>].

От него образовано *кокеткорный*, зафиксированное в 2024 году [Новое в русской лексике, 2024, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A8157]. Один из примеров: «На скидки попали главные бестселлеры от кокеткорных стеганок до клетчатых пижамных двоек и полупрозрачных бельевых комплектов с рюшами» [Собака.ru, 2025, URL: <https://www.sobaka.ru/fashion/stuff/207742>].

Балеткор – стиль, вдохновлённый балетной эстетикой. Для него характерны балетки, ленты, банты, гетры, трикотаж, нежные розовые и нюдовые оттенки, гладкие причёски и элементы сценического балетного

костюма. В словарях слово не обнаружено, однако оно употребляется в СМИ, посвящённых моде и бьюти-трендам. Слово образовано от английского *balletcore*, где *ballet* – «балет». Пример в СМИ: «*Балеткор стал одним из наиболее грациозных трендов 2023-го года*» [U MAGAZINE, 2024, URL: <https://umagazine.ru/moda/trends/balletcore-vse-chto-nuzhno-znat-o-samom-izyashchnom-trende-/>].

Комфорткор обозначает стиль одежды и средового дизайна, ориентированный на физический и психологический комфорт. Образовано от англ. *comfortcore*, где *comfort* означает «удобство, комфорт» [Новое в русской лексике, 2023, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A6949]. Пример из СМИ: «*В новогодней коллекции GATE31 объединил ультрафеминный power-dressing с роскошным комфорткором...*» [Собака.ru, 2023, URL: <https://www.sobaka.ru/fashion/stuff/175223>].

Комфорткорный – относящийся к комфорткору. СМИ: «*Комфорткорный вариант – сумки Alberta Ferretti и Jil Sander в тихо-роскошных оттенках, которые смело миксуем с офискор-тройками и стейтмент-пальто (по примеру стритстайл-иконы Рианны)*» [Собака.ru, 2023, URL: <https://www.sobaka.ru/fashion/shows/172606>].

Мермейдкор обозначает направление в моде и средовом дизайне, основанное на морской тематике и образе русалки. Слово образовано от *mermaidcore*, где *mermaid* означает «русалка» [Новое в русской лексике, 2026, URL: https://neolex.iling.spb.ru/simple-search?title_op=contains&title=мермейдкор]. Пример в СМИ: «*Бренд вдохновляется классическими русскими архетипами и превращает их в стильные образы, отражающие мощные тренды сезона – от «темной эстетики» до бохо и мермейдкора*» [The Voice Mag, 2025, URL: <https://www.thevoicemag.ru/fashion/news/12-12-2025/modnyi-daidjest-nedeli-sobiraemsya-na-korporativ-i-ishchem-stilnye-novogodniepodarki/>]. От него образовано слово *мермейдкорный*: «*Термальная вода и гинкго билоба*

(реликт с китайской горы Тяньмушань, выращиваемый буддийскими монахами!) – ключевые ингредиенты мермейдкорной маски Vichy, на ура восстанавливающей кислотно-щелочной баланс кожи и гидролипидную мантию» [Собака.ru, 2024, URL: <https://www.sobaka.ru/beauty/beauty/188400>].

Неологизм *офискор* появился в 2017 году и обозначает повседневный тренд на сочетание делового стиля с менее формальными, образовано путём сложения основы *офис-* и *-кор*; в 2023 году от появилось слово *офискорный* [Новое в русской лексике, 2023, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A6949]. В СМИ слово употребляется: «Заодно Джонатан Андерсон выкручивает на максимум сюрреалистичную многослойность и переодевает нас в пёстрые свитера в комбо со спортивными джоггерами (на зависть универсамовским пацанам), клеткокорные рубашки, анатомические вансы и яркие плащи с акцентными гранд-бантиками, настойчиво предлагая заправлять в носки важные *офискорные* брюки (ироничный стайлинг-трюк!)» [Собака.ru, 2024, URL: <https://www.sobaka.ru/fashion/shows/177211>].

Корпкор описывает эстетику на стыке корпоративного и повседневного стилей и достиг пика популярности в 2024 году [Grazia, 2026, URL: <https://www.grazia.ru/fashion/vash-ofis-k-takomu-ne-gotov-chto-takoe-estetika-corpcore-i-pochemu-ona-trend-2025/?ysclid=mpmbvskv95963672155>]. Оно не зафиксировано в лексикографических ресурсах, но в СМИ часто даётся определение этому слову: «*Корпкор* (от английского «corp» – корпоративный и знакомого «core» – ядро, сущность) – это стиль, вдохновленный офисной и деловой одеждой, который сочетает элементы минимализма с функциональностью» [theGirl, 2024, URL: <https://thegirl.ru/articles/korpkor-trend-znamenuyushii-vozvrashenie-minimalizma-chto-eto-takoe-i-kak-sobrat-stilnyi-obraz-na-osen-2024/>].

Неологизм *горпкор*, зафиксированный в 2022 году, обозначает адаптацию туристической экипировки для городской повседневной одежды,

образован от английского слова *gorpcore* [Егорова, 2022, URL: <https://bigenc.ru/c/gorpkor-325337/?v=5659933>]. В СМИ: «*Причина кроется в популярности стиля горпкор, который мог стать очередным «-кором» на один сезон, но уже несколько лет стабильно держится в топе популярных тенденций и с каждым годом только крепнет*» [Т–Ж, 2025, URL: <https://t-j.ru/what-is-gorpcore/>].

Слово *теннискор*, зафиксированное в 2024 году, обозначает стиль, основанный на элементах одежды игроков в теннис слово образовано от *tennis* – «теннис» и элемента *-core* [Новое в русской лексике, 2024, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A8157]. В молодёжном издании theGirl теннискор представлен как «новая трендовая эстетика 2024» [theGirl, 2024, URL: <https://thegirl.ru/articles/vsled-za-zendeei-i-pretendentami-se-pro-tenniskor-novuyu-trendovuyu-estetiku-2024-go/>].

От него образовано прилагательное *теннискорный* [Новое в русской лексике, 2024, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A8157]. Пример в СМИ: «*Чем больше – тем лучше: отказываемся от монохромных шелковых миди и теннискорных мини в пользу сложносочиненных юбок-парео Valentino, пернатых в электрическом синем David Koma и сверкающих Walk of Shame*» [Собака.ru, 2026, URL: <https://www.sobaka.ru/fashion/stuff/210865>].

Флауэркор обозначает стиль в одежде и дизайне, основанный на цветочных и природных мотивах, Образовано от английского *flowercore* – *flower* – «цветок» и *-core* [Новое в русской лексике, 2023, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A6949]. Пример в СМИ: «*Какой будет реакция ИФЗ на глобальный тренд флауэркор?*» [Собака.ru, 2024, URL: <https://www.sobaka.ru/city/society/178687>].

Нейроэстетика – это направление, связанное с изучением того, как мозг и нервная система воспринимают красоту, искусство, цвет, форму, свет, звук и другие эстетические стимулы. В сфере дизайна это слово используется для

описания подхода, при котором учитывается влияние цвета, света, фактур и звуков на эмоциональное состояние человека. Слово образовано от английского *neuroaesthetics*, где *neuro-* означает «относящийся к нервной системе, мозгу», а *aesthetics* – «эстетика» [Dictionary.com, 2026, URL: <https://www.dictionary.com/browse/neuroaesthetics>]. Skillbox выделяет нейроэстетику среди тенденций дизайна, это слово находится в подзаголовке статьи [Skillbox Media, 2023, URL: <https://skillbox.ru/media/design/trendy-promyshlennogo-dizayna-2024-goda/>].

Фешенфудкор/фэшнфудкор обозначают аксессуар или элемент одежды, вдохновлённый гастрономической эстетикой; слово образовано от *food* – «еда» и *fashion* – «мода, «стиль» [Новое в русской лексике, 2023, URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A6949]. Пример употребления: «Гастромерч: где брать самый модный петербургский фэшнфудкор?» [Собака.ru, 2023, URL: <https://www.sobaka.ru/bars/trends/173954>].

Неологизм *дримкор* образован от *dream* – «сон» и *core*, обозначает эстетику странных снов и галлюцинаций [Art for Introvert, 2026, URL: <https://artforintrovert.ru/magazine/tpost/bto26oikv1-dreamcore-estetika-strannih-snov-i-gally>]. Это слово не зафиксировано в словарях, но его можно найти в СМИ, например: «Дримкор вызывает ощущение, будто оказался во сне в знакомом месте, но оно искажено и чужеродно» [Т-Ж, 2026, URL: <https://t-j.ru/dream-core/>]. <https://t-j.ru/dream-core/>

От него образовано прилагательное *дримкорный*: «Если дримкорные образы выше тебя еще не утомили, лови еще несколько – некоторые из них ты точно захочешь повторить» [theGirl, 2024, URL: <https://thegirl.ru/articles/estetika-thegirl-drimkor-stil-dlya-tekh-kto-zhivet-v-mire-grez/>].

Уэнсдейкор происходит от *Wednesday Core* и обозначает стиль, вдохновлённый образом Уэнсдей Аддамс, оно также не встречается в

лексикографических ресурсах [Preview, 2026, URL: <https://www.preview.ph/fashion/jenna-ortega-most-stylish-wednesday-core-outfits-a00300-20221224>]. Пример: «*Maison Margiela не только перекраивает прошлое на современный фэшн-лад, но и примеряет остроумный мермейдкор на барочно-подводное пространство затонувшего корабля и добавляет историзма готическому уэнсдейкору*» [Собака.ru, 2024, URL: <https://www.sobaka.ru/fashion/shows/177386>].

Слово Y2K обозначают модное направление, реконструирующее визуальную эстетику конца 1990-х – начала 2000-х годов, оно тоже не зафиксировано в лексикографических ресурсах, но часто встречается в СМИ: «*Стиль Y2K – это ностальгия по моде начала 2000-х, захватившая соцсети и уличную моду по всему миру*» [theGirl, 2021, URL: <https://thegirl.ru/articles/polnyi-glamur-kak-odetsya-v-stile-2000-kh-v-2021-godu/>].

Y3K – это футуристическая эстетика, представляющая воображаемую моду и красоту трёхтысячных годов. В словарях неологизмов данное обозначение не зафиксировано, однако оно употребляется в СМИ: *На смену набившему оскомину Y2K спешит эстетика Y3K*. Название образовано по аналогии с Y2K: английская буква Y расшифровывается как year – «год», а 3K обозначает 3000. Следовательно, буквальное значение – «год 3000» [Афиша Daily, 2024, URL: <https://daily.afisha.ru/beauty/27874-prozrachnye-veschi-yubki-poverh-bryuk-nakladnye-resnicy-trendy-oseni-v-odezhde-i-makiyazhe/>].

Отдельную группу искусствоведческих неологизмов составляют слова, связанные с **музыкой и искусственным интеллектом**. Развитие цифровых технологий и искусственного интеллекта повлияло на лексику, связанную с искусством и музыкальной культурой.

Нейротрек происходит от *нейро*- и английского *track* – «дорожка» и обозначает трек, созданный нейросетью, оно также не зафиксировано в словарях. Пример в СМИ: Например, в публикации на платформе «Дзен»

отмечается: *«В 2025 году нейротреки перестали быть футуристической диковинкой – они массово проникли в чарты по обе стороны океана»* [Дзен, 2026, URL: <https://dzen.ru/a/aaSSj2DsmkdNhZrW?sid=151316096312244705>]

Синонимичным предыдущему слову является *III-трек*, которое также не зафиксировано в лексикографических ресурсах, но встречается в СМИ: *«Дальше создателю III-трека придется заниматься тем же, чем и классическому музыканту: продумывать позиционирование, сторителлинг, заниматься продвижением, формировать комьюнити, генерить мемы и контент»* [Forbes, 2026, URL: <https://www.forbes.ru/young/555302-iskusstvenno-intellektual-naa-epidemia-kak-nejroseti-zahvatyvaut-muzykal-nyj-rynok>].

III-артист обозначает музыканта, песни которого созданы с помощью искусственного интеллекта, это слово не зафиксировано в словарях [РБК Life, 2026, URL: <https://www.rbc.ru/life/news/698ebf6f9a794772efecd975>]. Пример: *«III-артисты уже подписывают контракты с лейблами, получают приглашения на телевидение и набирают лояльную аудиторию в соцсетях»* [Т-Ж, 2026, URL: <https://t-j.ru/ai-artists-gone-wild/>].

Синонимом является *III-музыкант*, которое также не зафиксировано в лексикографических ресурсах [Forbes, 2026, URL: <https://www.forbes.ru/young/555302-iskusstvenno-intellektual-naa-epidemia-kak-nejroseti-zahvatyvaut-muzykal-nyj-rynok>]. Оно образовано с помощью аббревиатуры *III*. Пример в СМИ: *«В скором времени III-музыканты будут платить исполнителям, на чьих песнях они обучали нейросети»* [Правила жизни, 2026, URL: <https://www.pravilamag.ru/entertainment/767445-ii-trek-v-efire-podstavnye-sostavy-miraja-i-eshche-8-sluchaev-kogda-slushatelei-vvodili-v-zabludenie/>].

Нейромузыка обозначает музыку, созданную искусственным интеллектом, в лексикографических ресурсах не встречается [Радио РБК, 2025, URL: <https://www.rbc.ru/radio/28/11/2025/6929e74f9a7947a0af27c0cf>].

Пример: *«Нейромузыка – это бесконечный поток звуков, собранный алгоритмами на основе заранее сгенерированных лунов (коротких аудиофрагментов, которые можно бесшовно зациклить)»* [Хабр, 2023, URL: <https://habr.com/ru/companies/yandex/articles/738282/>]. От него образовалось прилагательное *нейромузыкальный* [Новое в русской лексике, 2026, URL: https://neolex.iling.spb.ru/simple-search?title_op=contains&title=нейро]. Пример в СМИ: *«Один из первых нейромузыкальных скандалов произошёл в 2023 году, когда в сети завирусилась песня Heart on My Sleeve, в которой слушатели быстро распознали голоса The Weeknd и Дрейка – известных канадцев, которые к тому моменту давно не общались и тем более не сотрудничали»* [Правила жизни, 2026, URL: <https://www.pravilamag.ru/entertainment/767445-ii-trek-v-efire-podstavnye-sostavy-miraja-i-eshche-8-sluchaev-kogda-slushatelei-vvodili-v-zabludenie/>].

Синонимом выступает *ИИ-музыка*, образованная от аббревиатуры ИИ (от англ. *artificial intelligence* – искусственный интеллект). Оно не зафиксировано в лексикографических ресурсах, но встречается в СМИ: *«Проблема в том, что ИИ-музыки становится всё больше»* [Skillbox Media, 2025, URL: <https://skillbox.ru/media/music/how-ai-affects-music-industry/>].

Отдельно можно выделить слово *киберсигилизм* – это стиль татуировок, основанный на сочетании тонких графических линий, готических элементов и футуристической эстетики. Слово образовано от английского *cyber* – «связанный с компьютерами, интернетом, цифровой средой» и *sigil* – «знак, символ, магический знак» [Merriam-Webster Dictionary, 2026, URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/sigil>].

В словарях неологизм не обнаружен, однако он используется в молодёжных СМИ, например: *«...киберсигилизм – это сочетание старого и нового»*. Слово образовано от английского *cyber* – «связанный с компьютерами, интернетом, цифровой средой» и *sigil* – «знак, символ,

магический знак» [theGirl, 2024, URL: <https://thegirl.ru/articles/traibly-pikseli-gradient-kibersigilizm-glavnyi-trend-v-tatuirovkakh-na-2025-god/>].

С точки зрения способа заимствования и образования неологизмы искусствоведческой тематики также отличаются разнообразием. В этой группе представлены прямые заимствования (*колорблок, барбикор, кокеткор, дримкор, уэнсдейкор*), композиты (*арт-дроп, арт-нейросеть, фиджитал-искусство, фиджитал-арт, колорблок-образ, блоккор-образ, III-трек*), гибридные образования и производные формы (*барбикорный, кокеткорный, комфорткорный, мермейдкорный, офискорный, теннискорный, дримкорный, нейромузыкальный*). Отдельные единицы сохраняют английскую графику и выступают как иноязычные вкрапления: *cluttercore, dollcore, Y2K, Y3K*. Особенно продуктивным оказался компонент *-кор*, с помощью которого образуются названия визуальных эстетик, модных направлений и культурных трендов.

Таким образом, иноязычные неологизмы искусствоведческой тематики используются для обозначения новых художественных практик, визуальных стилей, дизайнерских решений, модных эстетик и явлений музыкальной культуры. Анализ показал, что искусствоведческие неологизмы часто не имеют точных однословных русских соответствий, поэтому заимствование становится удобным способом назвать новый культурный феномен.

2. 4. Функции и частотность иноязычных неологизмов в молодёжных СМИ

После семантического и словообразовательного анализа бытовых и искусствоведческих неологизмов важно рассмотреть, какие функции данные единицы выполняют в молодёжных СМИ. В первой главе было показано, что иноязычные неологизмы могут выполнять номинативную, аттрактивную, декоративную, социально-маркирующую, синонимо-дифференцирующую, словообразовательную, стилеобразующую и коммуникативную функции.

Анализ практического материала показал, что для молодёжного медиадискурса наиболее значимыми являются номинативная, аттрактивная, стилеобразующая, социально-маркирующая и словообразовательная функции.

Прежде всего, иноязычные неологизмы выполняют номинативную функцию, так как называют новые предметы, явления и практики, для которых в русском языке ещё не закрепились краткие и удобные обозначения. Например, слово *трифолд* позволяет кратко обозначить новый тип складного смартфона: «*Первый трифолд корейского производителя раскладывается в 10-дюймовый планшет*» [Сноб, 2025, URL: <https://snob.ru/news/samsung-predstavila-galaxy-z-trifold-skladnoi-smartfon-s-troinym-ekranom/>].

Второй важной функцией является **аттрактивная**, то есть функция привлечения внимания читателя. В молодёжных СМИ иноязычные неологизмы часто используются в заголовках, потому что они выглядят актуально, модно. Так, в заголовках встречаются слова *зум-дисморфия*, *блоккор*, *ретинол-сэндвич*, *латте-макияж*, *дубайский шоколад*, *фэшинфудкор*: «*Теннискор, прощай: блоккор – главная эстетика лета 2024, вдохновленная футболом*» [theGirl, 2024, URL: <https://thegirl.ru/articles/tenniskor-proshai-blokkor-glavnaya-estetika-leta-2024-vdokhnovlennaya-futbolom/>]. В таких случаях неологизм делает заголовок более заметным для аудитории.

Также иноязычные неологизмы выполняют **стилеобразующую** функцию. Они помогают создать особую тональность молодёжного медиатекста: непринуждённую, современную, близкую к языку социальных сетей. Особенно часто это проявляется в материалах о моде, бьюти-сфере и интернет-культуре. Например, слова *clean girl*, *мыльные ногти*, *латте-макияж*, *лип-комбо*, *балеткор*, *кокеткор*, *Y2K*, *Y3K* помогают передать атмосферу тренда и включить текст в контекст актуальной визуальной культуры.

Для молодёжных СМИ значима и **социально-маркирующая** функция. Употребление слов *рилс*, *пов*, *дейтинг*, *луксмаксинг*, *дримкор*, *уэнсдейкор*, *киберсигилизм* показывает принадлежность текста к определённой культурной среде. Такие слова рассчитаны на читателя, который знаком с интернет-трендами, социальными сетями, современной модой и визуальными эстетиками. Например, слово *пов* уже не только обозначает формат видео, но и показывает включённость автора и аудитории в язык социальных сетей: «На русском языке термин локализовали как "пов" и даже склоняют слово: например, ролики с точкой зрения – *повы*» [Т–Ж, 2026, [Ошибка! Источник ссылки не найден., URL: <https://t-j.ru/pov-chto-oznachaet-etot-termin/>].

Отдельно следует выделить **словообразовательную** функцию. Многие иноязычные неологизмы становятся основой для новых слов, образованных уже в русском языке. Так, от слова *рилс* образовано прилагательное *рилсовый*, от *коттеджкор* – *коттеджкорный*, от *барбикор* – *барбикорный*, от *брайдалкор* – *брайдалкорный*, от *кокеткор* – *кокеткорный*, от *комфорткор* – *комфорткорный*, от *теннискор* – *теннискорный*, от *дримкор* – *дримкорный*. Это показывает, что заимствованные единицы не остаются чужеродными элементами, а постепенно включаются в русскую словообразовательную систему.

В исследуемом материале заметна и **коммуникативная** функция. Иноязычные неологизмы позволяют быстро передать сложное содержание. Например, слово *фриджскейпинг* заменяет длинное описание практики декоративного оформления холодильника, *ретинол-сэндвич* кратко обозначает определённую схему ухода за кожей, а *нейротрек* сразу указывает на музыкальный трек, созданный с помощью нейросети. За счёт этого текст становится более компактным и удобным для восприятия.

С точки зрения частотности в наиболее представленной оказалась бытовая тематика. В данной работе частотность понимается как количественная представленность неологизмов внутри сформированной

картотеки, включающей 109 лексических единиц. Следовательно, речь идёт не об абсолютной частоте употребления слов во всех молодёжных СМИ, а о распределении отобранного материала по тематическим группам и способам заимствования.

Количественные данные позволяют уточнить, какие тематические сферы и словообразовательные модели оказались наиболее продуктивными в исследуемом корпусе.

Количественные данные позволяют уточнить, какие тематические сферы и словообразовательные модели оказались наиболее продуктивными в исследуемом корпусе. Распределение иноязычных неологизмов по тематическим группам представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Распределение иноязычных неологизмов по тематическим группам

Тематическая группа	Количество единиц	Доля от общего корпуса
Бытовая тематика	55	50,5 %
Искусствоведческая тематика	54	49,5 %
Всего	109	100 %

Как видно из таблицы 2, бытовая и искусствоведческая тематики представлены в корпусе почти равномерно. Небольшое преобладание бытовой тематики объясняется тем, что молодёжные СМИ активно обращаются к повседневным практикам современной аудитории: социальным сетям, еде, бьюти-сфере, одежде, гаджетам и досугу. Искусствоведческая тематика также представлена значительно, что связано с распространением слов, обозначающих визуальные эстетики, дизайн, моду как часть визуальной культуры, музыку и цифровое искусство.

Таким образом, анализ функций и частотности показал, что иноязычные неологизмы в молодёжных СМИ называют новые явления, привлекают внимание читателя, создают современную тональность текста, маркируют принадлежность к молодёжной и интернет-культуре, а также становятся базой для новых словообразовательных моделей. Наиболее активно в исследуемом

корпусе представлены бытовые неологизмы, связанные с повседневной жизнью и цифровыми практиками, а среди искусствоведческих единиц особенно продуктивными оказались слова, называющие визуальные эстетики, модные направления и явления цифрового искусства. Это подтверждает, что молодёжные СМИ выступают важной средой распространения и закрепления иноязычных неологизмов в современном русском языке.

Выводы по главе 2

Во второй главе был проведён анализ иноязычных неологизмов бытовой и искусствоведческой тематики, отобранных из текстов молодёжных СМИ. Материал был рассмотрен с опорой на теоретические положения, представленные в первой главе: учитывались тематическая принадлежность слова, его иноязычное происхождение, значение, способ образования, степень освоения в русском языке и наличие употребления в медиатексте.

С точки зрения способа заимствования и образования исследуемые неологизмы оказались неоднородными. В корпусе представлены прямые заимствования, кальки, полукальки, композиты, словослияния, гибридные образования и иноязычные вкрапления. Особенно активно используются сложные слова и словослияния: *бенто-торт*, *ретинол-сэндвич*, *арт-дроп*, *III-трек*, *кроффл*, *краффин*, *свайси*, *свалти*, *скинфлюенсер*. Также заметно образование производных слов на русской почве: *зумиться*, *рилсовый*, *барбикорный*, *кокеткорный*, *нейромузыкальный*. Это показывает, что иноязычные неологизмы не только заимствуются в готовом виде, но и активно осваиваются средствами русского языка.

В ходе исследования было показано, что молодёжные СМИ активно используют иноязычные неологизмы, поскольку такие единицы позволяют быстро называть новые явления современной жизни. В бытовой тематике наиболее заметными оказались слова, связанные с онлайн-коммуникацией, социальными сетями, гастрономией, бьюти-сферой, одеждой, техникой и

образом жизни. Эти слова отражают изменения в повседневной жизни молодёжной аудитории и показывают, что современный быт включает, например, медиапотребление, уход за собой и новые формы досуга.

Иноязычные неологизмы искусствоведческой тематики были связаны с искусством, дизайном, модой как визуальной культурой, цифровым творчеством, музыкой и эстетическими направлениями. Анализ показал, что значительная часть этих слов находится на пересечении бытовой и искусствоведческой тематик: они связаны с одеждой, интерьером и образом жизни, но одновременно называют визуальные стили, эстетики и художественные практики.

Отдельно было установлено, что часть неологизмов уже проходит грамматическое и словообразовательное освоение. Это проявляется в образовании форм множественного числа (*рилсы, шортсы, повы*), прилагательных (*рилсовый, барбикорный, кокеткорный, комфорткорный*) и сложных слов (*дейтинг-приложение, ретинол-сэндвич, смарт-кольцо, арт-дроп*). Следовательно, иноязычные неологизмы постепенно включаются в систему современного русского языка.

Анализ функций показал, что в молодёжных СМИ иноязычные неологизмы выполняют прежде всего номинативную, аттрактивную, стилеобразующую, социально-маркирующую, словообразовательную и коммуникативную функции. Они называют новые явления, делают текст более современным и привлекательным, помогают обозначить принадлежность к молодёжной и интернет-культуре, а также позволяют кратко передавать сложные понятия. Особенно часто неологизмы используются в заголовках и материалах о трендах, поскольку такие слова сразу привлекают внимание читателя и создают ощущение актуальности.

Таким образом, во второй главе было показано, что иноязычные неологизмы бытовой и искусствоведческой тематики являются важной частью языка молодёжных СМИ. Они отражают изменения в повседневной жизни,

культуре, искусстве, моде, технологиях и цифровой коммуникации. Молодёжные медиа выступают одной из главных площадок распространения таких слов: именно через медиатексты новые единицы получают контекст употребления, становятся узнаваемыми и постепенно закрепляются в речи современной молодёжи.

Глава 3. Проектная деятельность на уроках русского языка в 6 классе: материалы для изучения иноязычных неологизмов

3.1. Методический потенциал иноязычных неологизмов на уроках русского языка

В федеральном учебном плане основного общего образования проектная деятельность не закреплена как самостоятельный обязательный учебный предмет для 6 класса. Федеральный учебный план определяет перечень учебных предметов, курсов, модулей и распределяет их по классам и учебным годам. При этом ФОП предусматривает возможность введения специально разработанных учебных курсов в части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений. Кроме того, план внеурочной деятельности может включать метапредметные кружки, факультативы, научные сообщества, направленные на реализацию проектной и исследовательской деятельности. Следовательно, проектная деятельность в 6 классе может рассматриваться как вариативный компонент образовательной программы, содержание и форма реализации которого определяются конкретной образовательной организацией [Федеральная образовательная программа, URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_452180/].

Изучение иноязычных неологизмов может быть использовано на уроках русского языка не только, как способ формирования языковой наблюдательности, речевой культуры и критического отношения к современной медиаречи. В основной школе важно показать, что русский язык постоянно развивается, а его словарный состав реагирует на изменения в жизни общества. Особенно наглядно это видно на материале неологизмов, которые появляются в сфере интернета, моды, еды, музыки, цифрового искусства и повседневного общения.

Методический потенциал иноязычных неологизмов связан прежде всего с тем, что такие слова хорошо знакомы современным школьникам. Учащиеся 6 класса уже сталкиваются со словами *рилс*, *шортс*, *пов*, *барбикор*, *III-трек* в

социальных сетях, видеороликах, рекламе и новостных материалах. Поэтому работа с подобной лексикой позволяет приблизить урок русского языка к реальной речевой практике обучающихся. Материал становится не отвлечённым, а узнаваемым: школьники видят, что языковые явления существуют не только в учебнике, но и в окружающей медиасреде.

В Федеральном государственном образовательном стандарте основного общего образования подчёркивается, что обучение должно быть направлено на развитие умений применять знания в учебной и практической деятельности. ФГОС определяет стандарт как совокупность требований к реализации основной образовательной программы, а это предполагает связь школьного обучения с реальными коммуникативными ситуациями. В этом отношении иноязычные неологизмы являются удобным материалом для работы: они позволяют одновременно рассматривать лексику, словообразование, орфографию, культуру речи и особенности употребления слов в разных стилях [ФГОС, 2026, URL: <https://fgos.ru/fgos/fgos-ooo/>].

Федеральная рабочая программа по русскому языку для 5–9 классов также ориентирует обучение на развитие функциональной грамотности, умения читать, понимать тексты разных форматов, использовать информацию и оценивать её. Это напрямую связано с анализом неологизмов в СМИ. При работе с такими словами учащиеся могут не только определить значение новой единицы, но и понять, зачем она используется в тексте: называет ли новое явление, привлекает ли внимание, делает ли заголовок более выразительным, заменяет ли русское слово или передаёт оттенок современности [Единое содержание общего образования, 2026, URL: https://edsoo.ru/wp-content/uploads/2023/08/01_%D0%A4%D0%A0%D0%9F_%D0%A0%D1%83%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA_5-9-%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%81%D1%8B.pdf].

Анализ требований ФГОС ООО и Федеральной рабочей программы по русскому языку показывает, что предложенные в данной работе проекты соответствуют основным направлениям современного языкового образования. Так, проект «Как медиа учат нас говорить об искусстве?» способствует формированию умений работать с информацией, анализировать языковые единицы в тексте и использовать различные источники информации. Проект «Нужно ли использовать неологизмы?» направлен на развитие коммуникативной компетенции, навыков смыслового чтения и оценки языковых средств с точки зрения их уместности и эффективности. Кроме того, выполнение проектов способствует достижению метапредметных результатов обучения, поскольку предполагает поиск, отбор, анализ и представление информации, а также развитие навыков групповой и индивидуальной исследовательской деятельности. Таким образом, разработанные материалы соответствуют требованиям ФГОС ООО и положениям Федеральной рабочей программы по русскому языку для 5–9 классов.

Особенно продуктивно использовать иноязычные неологизмы при изучении темы «Лексика». На их материале можно объяснять значение заимствованных слов, различать общеупотребительную и ограниченную лексику, обсуждать уместность употребления новых слов в речи. Например, при анализе слов *рилс*, *шортс*, *нов* можно показать, что часть новых единиц закрепляется в повседневной коммуникации, а часть остаётся связанной с определённой сферой. Это помогает учащимся понять, что слово должно оцениваться по ситуации употребления.

Не менее важен словообразовательный аспект. Многие иноязычные неологизмы уже включаются в русскую словообразовательную систему: от них образуются новые формы и производные слова, например *рилсовый*, *зумиться*, *барбикорный*, *кокеткорный*, *нейромузыкальный*. Работа с такими примерами помогает показать, как заимствованная основа приспособляется к русскому языку. Учащиеся могут выделять корень, суффикс, определять

способ образования, сравнивать прямые заимствования, кальки, сложные слова и словослияния. Это делает изучение словообразования более современным и понятным.

Иноязычные неологизмы также обладают большим воспитательным и культурным потенциалом. Их анализ позволяет обсудить вопрос о бережном отношении к русскому языку. Важно не просто запрещать новые слова, а учить школьников понимать, когда заимствование действительно необходимо. Например, слова *смарт-кольцо*, *трифолд*, *фиджитал-арт* называют новые предметы и явления, поэтому выполняют номинативную функцию. В то же время некоторые англицизмы могут иметь русские аналоги, и тогда возникает вопрос об уместности их употребления.

Проектная деятельность особенно подходит для изучения иноязычных неологизмов в 6 классе. Учащиеся могут собирать примеры новых слов из СМИ, социальных сетей, рекламы, словарей и повседневной речи, определять их значение, происхождение, способ образования и сферу употребления. Такой формат развивает исследовательские умения: поиск информации, отбор материала, сравнение источников, оформление результатов и представление проекта.

Работа с неологизмами может быть связана и с развитием медиаграмотности. Поскольку многие новые слова распространяются через СМИ и социальные сети, учащимся важно научиться отличать достоверное объяснение значения от случайного или рекламного употребления. На уроке можно показать, что одно и то же слово может быть объяснено в словаре, в статье СМИ и в пользовательском комментарии по-разному. Поэтому при выполнении проекта школьники учатся проверять источники, сопоставлять данные и делать выводы на основе языкового материала.

Таким образом, иноязычные неологизмы обладают значительным методическим потенциалом на уроках русского языка в 6 классе. Они помогают связать школьный курс с живой речевой практикой, развивают

интерес к языку, формируют умение анализировать значение и строение слова, способствуют развитию функциональной грамотности и критического отношения к медиатекстам. Использование такого материала в проектной деятельности позволяет сделать изучение лексики и словообразования более наглядным, современным и практически значимым.

3. 2. Методические материалы для организации проектной деятельности учащихся 6 класса

В данном параграфе представлен комплект методических материалов, направленных на организацию проектной деятельности учащихся 6 класса при изучении иноязычных неологизмов. Основу проектной работы составляет обращение к реальным медиатекстам, в которых функционируют иноязычные неологизмы бытовой и искусствоведческой тематики. Разработанные методические материалы прошли согласование с учителем русского языка и литературы МБОУ СОШ № 5 г. Боготола и могут быть использованы при организации проектной деятельности обучающихся 6 класса.

Актуальность данной разработки определяется тем, что современные школьники ежедневно сталкиваются с новыми словами в социальных сетях, видеороликах, рекламе, новостных материалах, статьях о моде, еде, технологиях, музыке и искусстве. При этом значение таких слов не всегда осознаётся точно. Учащиеся могут употреблять иноязычные неологизмы механически, не понимая их происхождения и уместности в конкретной речевой ситуации. Поэтому обращение к данной теме на уроках русского языка или во время внеурочной деятельности позволяет соединить изучение лексики и словообразования с реальной речевой практикой подростков.

Методические материалы включают пояснительную записку, цель и задачи проектной деятельности, планируемые результаты, этапы работы, темы учебных проектов, учебно-методическое обеспечение, шаблон словарной карточки, критерии оценивания и перечень рекомендуемых источников.

Пояснительная записка

Представленные методические материалы предназначены для использования на уроках русского языка в 6 классе и во внеурочной деятельности. Работа с иноязычными неологизмами позволяет показать учащимся, что словарный состав русского языка постоянно изменяется, а новые слова появляются под влиянием цифровой среды, массовой культуры, моды, технологий, искусства и повседневного общения.

Выбор проектной формы обусловлен тем, что она помогает организовать самостоятельную исследовательскую деятельность школьников. Учащиеся не получают готовое объяснение слова, а самостоятельно находят неологизм в медиатексте, определяют его значение, происхождение, способ образования, подбирают русский аналог и делают вывод об уместности употребления. Такой формат работы развивает языковую наблюдательность, навыки поиска информации, умение работать со словарями и критически относиться к современной медиаречи.

Материалом для проектной деятельности служат иноязычные неологизмы бытовой и искусствоведческой тематики, рассмотренные во второй главе исследования: *рилс, шортс, пов, зум-тусовка, бенто-торт, скин-сайклинг* и др. Эти слова выбраны потому, что они встречаются в современных СМИ и связаны с речевой практикой подростков.

Проект может выполняться индивидуально, в парах или в малых группах. Продолжительность работы определяется учителем и может составлять от двух до трёх учебных занятий. Итоговым продуктом становится мини-словарь, презентация, памятка, иллюстрированный журнал, стендовый доклад или устное выступление.

Цель проектной деятельности – сформировать у учащихся 6 класса представление об иноязычных неологизмах как о живом языковом явлении и развить умение осознанно употреблять новые слова в речи.

Образовательные задачи: познакомить учащихся с путями проникновения иноязычных слов в русский язык; сформировать умение определять значение, происхождение и способ образования неологизма; научить работать со словарями и медиатекстами.

Развивающие задачи: развить навыки поиска, отбора и анализа информации; сформировать умение представлять результаты исследования в устной и письменной форме.

Воспитательные задачи: сформировать внимательное отношение к русскому языку, понимание уместности заимствований и ответственности за выбор слов в речи.

В результате выполнения проектной работы предполагается достижение *личностных, метапредметных и предметных* результатов. К *личностным* результатам относится формирование интереса к русскому языку, внимательного отношения к слову и понимания уместности употребления иноязычных неологизмов. *Метапредметные* результаты проявляются в умении искать, отбирать, сравнивать и систематизировать информацию, работать с источниками, взаимодействовать в группе и представлять результаты проекта. *Предметные* результаты связаны с закреплением знаний по лексике и словообразованию: учащиеся учатся определять значение неологизма, устанавливать его происхождение, объяснять способ образования, подбирать русский аналог и анализировать употребление слова в медиатексте.

Организация проектной работы

Работа над проектом включает несколько этапов.

Первый этап – постановка проблемы.

На этом этапе обсуждается, почему в русском языке появляются иноязычные неологизмы, где учащиеся встречают новые слова и всегда ли понятно их значение.

Второй этап – выбор темы и распределение обязанностей.

Учащиеся выбирают тему проекта и распределяют роли в группе. Один участник может отвечать за поиск слов, другой – за работу со словарями, третий – за подбор примеров из СМИ, четвёртый – за оформление результата.

Третий этап – сбор языкового материала.

Учащиеся находят иноязычные неологизмы в медиатекстах, выписывают слово, цитату, источник и дату публикации. На этом этапе важно сохранить контекст употребления слова.

Четвёртый этап – анализ неологизмов.

Для каждого слова определяется значение, происхождение, способ образования, сфера употребления и возможный русский аналог. Учащиеся делают вывод о том, уместно ли употреблять это слово в разных речевых ситуациях.

Пятый этап – оформление итогового продукта.

Результаты работы оформляются в виде мини-словаря, презентации, памятки, иллюстрированного журнала, плаката или устного сообщения.

Шестой этап – защита проекта.

Учащиеся представляют результаты работы классу, объясняют выбранные слова, приводят примеры из СМИ, отвечают на вопросы и формулируют общий вывод.

Учебно-методическое обеспечение проектной деятельности

Учебник русского языка для 6 класса под редакцией Т. А. Ладыженской, может использоваться как основная учебная опора. С его помощью учащиеся повторяют теоретические сведения. Например, перед выполнением проекта «Словарь цифровой повседневности» учащиеся могут повторить понятия «лексическое значение» и «заимствованное слово», после чего применить эти знания при анализе слов.

Справочные материалы необходимы для проверки значения, происхождения и фиксации иноязычных неологизмов. В работе могут использоваться электронный ресурс «Новое в русской лексике», «Словарь

русского языка коронавирусной эпохи», словари иностранных слов и толковые словари и др. Например, при анализе слов *зумбомбинг*, *зумиться*, *зум-тусовка* обучающиеся могут обратиться к «Словарю русского языка коронавирусной эпохи». При работе со словами *ретинол-сэндвич*, *кроффл*, *барбикорный*, *теннискор* можно проверить наличие словарной фиксации в ресурсе «Новое в русской лексике».

Для удобства работы учащихся используется шаблон словарной карточки. Он помогает оформить анализ слова по единому плану: слово, сфера употребления, происхождение, значение, способ образования, пример из СМИ, русский аналог и вывод об уместности употребления. Например, при анализе слова *латте-макияж* учащиеся указывают его происхождение, объясняют значение как макияжа в кофейных оттенках, приводят пример из СМИ и подбирают описательный русский аналог.

Критерии оценивания проекта позволяют заранее определить требования к результату. Работа оценивается по нескольким показателям: правильность определения значения слова, точность этимологической справки, наличие примера из СМИ, объяснение способа образования, подбор русского аналога, аккуратность оформления, самостоятельность вывода и качество защиты.

Проекты для учащихся 6 класса

В рамках проектной деятельности учащимся могут быть предложены несколько вариантов учебных проектов. Каждый проект связан с анализом иноязычных неологизмов, но имеет свой тематический фокус и итоговый продукт. Такое построение работы позволяет учитывать интересы учащихся и распределять материал по разным сферам употребления.

Проект № 1. «Цифровой словарь»

Проект направлен на изучение иноязычных неологизмов, связанных с интернет-коммуникацией, социальными сетями, гаджетами и цифровыми привычками.

Цель проекта – создать мини-словарь иноязычных неологизмов, которые используются для обозначения явлений цифровой повседневности.

Итоговый продукт: мини-словарь или презентация из 5–7 словарных карточек.

Работа над проектом включает несколько этапов. Сначала учащиеся находят в СМИ или социальных сетях слова, связанные с цифровой средой. Затем выписывается контекст употребления, определяется значение слова, устанавливается язык-источник и способ образования. После этого подбирается русский аналог, если он возможен. На заключительном этапе результаты оформляются в виде словарных карточек и представляются классу.

Пример словарной карточки

Слово: трифолд.

Сфера употребления: техника, цифровая повседневность.

Происхождение: от английского tri-fold – «тройной», «складывающийся втрое».

Значение: складной смартфон с тремя секциями экрана, который в разложенном виде совмещает функции телефона и планшета.

Пример из СМИ: «На этот раз она представила концепт необычного трифолд-смартфона ZERO Series Mini Tri-Fold, который обещает изменить представление о многофункциональных устройствах».

Русский аналог: складной смартфон с тройным экраном.

Вывод: слово удобно для употребления, потому что кратко называет новый тип складного смартфона.

Проект № 2. «Как медиа учат нас говорить об искусстве?»

Проект посвящён иноязычным неологизмам искусствоведческой тематики. Его выполнение помогает учащимся увидеть, как через СМИ в русский язык входят новые слова, связанные с искусством, дизайном, музыкой, модой и цифровым творчеством.

Цель проекта – составить тематический словарь иноязычных неологизмов, связанных с искусством и визуальной культурой.

Итоговый продукт: тематический словарь или презентация.

На первом этапе учащиеся просматривают статьи о дизайне, искусстве, музыке, моде или цифровой культуре. Далее из текста выписываются иноязычные неологизмы и фрагменты, в которых они употреблены. Затем определяется значение каждого слова, язык-источник, способ образования и сфера употребления. При наличии подходящего варианта подбирается русский аналог. Завершается работа оформлением словаря и защитой проекта.

Пример словарной карточки

Слово: фиджитал-арт.

Сфера употребления: цифровое искусство.

Происхождение: от английских слов physical – «физический» и digital – «цифровой».

Значение: направление в искусстве, где соединяются цифровые технологии и материальные художественные формы.

Пример из СМИ: «Фиджитал-арт сочетает в себе элементы аналогового и цифрового искусства».

Русский аналог: искусство на стыке цифровой и реальной среды.

Вывод: слово удобно для употребления, потому что кратко обозначает современное явление.

Проект № 3. «Нужно ли использовать неологизмы?»

Проект направлен на формирование речевой культуры учащихся. В ходе работы школьники учатся оценивать уместность иноязычного слова в конкретной ситуации общения.

Под уместностью иноязычного заимствования понимается его соответствие коммуникативной ситуации, цели высказывания и предполагаемой аудитории. При оценке уместности учащимся предлагается учитывать, называет ли слово новое явление, имеет ли понятный русский

аналог, понятно ли оно адресату и соответствует ли стилю речи. Использование заимствования считается оправданным, если оно способствует более точной и экономной передаче смысла и не затрудняет понимание высказывания.

Цель проекта – создать памятку, помогающую определить, уместно ли использовать иноязычный неологизм.

Итоговый продукт: памятка для учащихся.

Работа строится по следующему плану. Сначала выбираются 5–7 иноязычных неологизмов из СМИ или социальных сетей. Затем для каждого слова определяется значение, подбирается русский аналог и анализируется ситуация употребления. После этого учащиеся оценивают слово по предложенным критериям (или они составляют их сами) и оформляют памятку.

Вопросы для проверки слова:

Можно ли понять значение слова из контекста?

Называет ли слово новое явление?

Есть ли у него понятный русский аналог?

Короче ли оно русского объяснения?

Будет ли оно понятно сверстникам?

Будет ли оно понятно взрослым?

Уместно ли это слово в учебной или официальной речи?

Пример анализа

Слово: рилс.

Значение: короткий видеоролик в социальной сети.

Русский аналог: короткое видео.

Вывод: слово уместно в разговоре о социальных сетях, но в учебном тексте его значение следует пояснить.

Проект № 4. «Красота без переводчика»

Проект посвящён иноязычным неологизмам бьюти-сферы. Он помогает учащимся понять, как новые слова из сферы красоты и ухода за собой входят в русский язык через СМИ, рекламу и социальные сети.

Цель проекта – создать иллюстрированный журнал, объясняющий значение и происхождение бьюти-неологизмов.

Материал для анализа: скин-сайклинг, аура-маникюр, скинимализм, ретинол-сэндвич, слаггинг, скинфлюенсер, LED-маска, латте-макияж, лип-комбо, мыльные ногти и др.

Итоговый продукт: иллюстрированный журнал из 6–8 словарных карточек.

На первом этапе учащиеся просматривают статьи о красоте, уходе за кожей, макияже и моде. Затем выбираются бьюти-неологизмы, выписывается контекст употребления, определяется значение, происхождение и способ образования. После анализа учащиеся оформляют карточки с иллюстрациями и объединяют их в общий журнал.

Структура журнала:

- обложка с названием;
- оглавление;
- 6-8 словарных карточек;
- иллюстрации;
- краткая инструкция для читателя;
- вывод о роли бьюти-неологизмов в современной речи.

Пример словарной карточки

Слово: латте-макияж.

Сфера употребления: красота, макияж.

Происхождение: от итальянского latte – «молоко» и французского maquillage – «макияж».

Значение: макияж в тёплых кофейных, молочных и бронзовых оттенках.

Пример из СМИ: *«Как сделать модный латте-макияж: 6 идеальных образов на лето»*.

Русский аналог: макияж в кофейных оттенках.

Вывод: слово понятно в контексте, но при необходимости может быть заменено описательным русским выражением.

Критерии оценивания проектной работы

Предлагаемые проектные задания могут быть выполнены обучающимися с разным уровнем владения русским языком. Для этого предусмотрены следующие уровни сложности:

Базовый уровень – учащийся находит в СМИ 5-7 неологизмов, заполняет словарные карточки по предложенному шаблону, использует готовый список источников. Рекомендуется для учащихся, испытывающих трудности в самостоятельной исследовательской работе.

Повышенный уровень – учащийся самостоятельно отбирает 10-15 неологизмов, определяет их происхождение и способ образования без опоры на шаблон, подбирает русские аналоги, формулирует вывод об уместности употребления. Рекомендуется для учащихся, проявляющих интерес к языку и имеющих стабильно высокие результаты.

При работе в группе допускается распределение ролей с учётом индивидуальных возможностей: один учащийся отвечает за поиск слов, другой – за анализ по словарям, третий – за оформление результатов. Учитель может предложить слабоуспевающим учащимся готовый список неологизмов для анализа, а сильным – задание найти слова самостоятельно.

Оценивание проектной работы проводится по нескольким критериям.

Соответствие теме проекта: 0-2 балла.

Материал должен соответствовать выбранной теме. Все слова должны относиться к заявленной сфере: цифровой среде, искусству, бьюти-сфере, медиа или повседневной жизни.

Правильность определения значения слов: 0-2 балла.

Значение неологизмов должно быть объяснено точно, понятно и без смысловых искажений.

Указание происхождения слова: 0-2 балла.

В работе указывается язык-источник, при возможности приводится исходная форма слова.

Определение способа образования: 0-2 балла.

Учащиеся определяют, является ли слово прямым заимствованием, калькой, сложным словом, словослиянием или гибридным образованием.

Работа с источниками: 0-2 балла.

В проекте должны быть приведены примеры из СМИ, указан источник и сохранён контекст употребления слова.

Подбор русского аналога: 0-2 балла.

К неологизму подбирается русский синоним или описательное объяснение, если это возможно.

Оформление итогового продукта: 0-2 балла.

Мини-словарь, памятка, журнал или презентация должны быть оформлены аккуратно, логично и грамотно.

Защита проекта: 0-2 балла.

Максимальное количество баллов: 16.

Оценка может быть выставлена по следующей шкале:

14-16 баллов – «5»;

11-13 баллов – «4»;

8-10 баллов – «3»;

0-7 баллов – проект требует доработки.

Дополнительно может учитываться вклад каждого участника группы. После защиты проекта учащимся предлагается кратко указать, за какую часть работы они отвечали: поиск слов, работа со словарями, подбор примеров из СМИ, оформление карточек или подготовка выступления.

Выводы по 3 главе

Таким образом, был представлен комплект методических материалов для организации проектной деятельности учащихся 6 класса при изучении иноязычных неологизмов. Были определены цель, задачи, планируемые результаты, этапы работы, учебно-методическое обеспечение, темы проектов и критерии оценивания.

Предложенные проекты позволяют организовать работу с иноязычными неологизмами в доступной для шестиклассников форме. Учащиеся получают возможность находить новые слова в медиатекстах, определять их значение, происхождение, способ образования, подбирать русские аналоги и делать вывод об уместности употребления. Такая деятельность помогает связать изучение лексики и словообразования с реальной речевой практикой школьников.

Разработанные материалы могут использоваться на уроках русского языка и во внеурочной деятельности. Их применение способствует развитию навыков работы с источниками, умения анализировать современную лексику и представлять результаты собственного исследования. Проектная форма работы делает изучение иноязычных неологизмов более практико-ориентированным и значимым для учащихся 6 класса.

Заключение

В ходе исследования были рассмотрены иноязычные неологизмы бытовой и искусствоведческой тематики, функционирующие в текстах молодёжных СМИ. Обращение к данной теме позволило показать, что современный русский язык активно реагирует на изменения в повседневной жизни, культуре, цифровой коммуникации, искусстве, моде и медиасреде. Новые иноязычные слова появляются в речи не случайно: они называют актуальные явления, помогают передавать новые смыслы, отражают интересы молодёжной аудитории и становятся заметной частью современного медиадискурса.

В первой главе были рассмотрены теоретические основы изучения неологизмов. Было установлено, что в современной лингвистике не существует единого универсального подхода к определению данного понятия. Неологизмы могут рассматриваться с точки зрения новизны, структуры, значения, сферы употребления, способа образования и условий функционирования. Для данной работы наиболее значимым оказался конкретно-исторический подход Н. З. Котеловой.

В работе под иноязычным неологизмом понималась новая или вновь актуализированная лексическая единица иноязычного происхождения, употребляющаяся в современном русском языке и представленная в текстах молодёжных СМИ. При анализе таких слов учитывались их значение, происхождение, способ образования, тематическая принадлежность и роль в медиатексте. Такой подход позволил связать теоретические положения первой главы с практическим анализом материала во второй главе.

Было показано, что иноязычные заимствования входят в русский язык разными путями и проходят разные этапы освоения. Одни слова закрепляются в языке, получают грамматическое и словообразовательное оформление, начинают активно использоваться в разных сферах речи. Другие остаются

связанными с узкой областью употребления или постепенно выходят из активного словаря. Поэтому при оценке иноязычных неологизмов важно учитывать не субъективную «нужность» слова, а его коммуникативную востребованность, частотность, сферу употребления и степень освоенности.

Особое внимание в первой главе было уделено роли СМИ в распространении иноязычных неологизмов. Было установлено, что молодёжные СМИ являются важной средой функционирования новой лексики. Это связано с форматом, ориентацией на актуальные темы, разговорной тональностью, визуальной подачей и стремлением быстро реагировать на новые тренды. В таких медиа иноязычные слова часто используются в заголовках и материалах о моде, еде, бьюти-сфере, отношениях, музыке, дизайне, социальных сетях и цифровом искусстве. Благодаря этому новые слова получают широкий контекст употребления и становятся узнаваемыми для аудитории.

Во второй главе был проведён анализ корпуса иноязычных неологизмов, отобранных из текстов молодёжных и тематически близких электронных СМИ за 2021-2026 годы. Итоговая картотека включила 109 лексических единиц. Материал был распределён на две основные тематические группы: неологизмы бытовой тематики и неологизмы искусствоведческой тематики.

К бытовой тематике были отнесены слова, связанные с повседневной жизнью молодёжной аудитории: онлайн-коммуникацией, социальными сетями, романтическими отношениями, едой, бьюти-сферой, одеждой, техникой и образом жизни. Анализ показал, что современные бытовые неологизмы отражают реальные изменения в ежедневных практиках человека. Например, слова *рилс*, *шортс*, *пов*, *зум-тусовка*, *бенито-торт*, *латте-макияж*, *смарт-кольцо*, *фриджскейпинг* называют явления, которые появились или стали особенно заметными в современной медиасреде.

Искусствоведческая тематика была представлена словами, связанными с искусством, дизайном, модой как визуальной культурой, цифровым

творчеством, музыкой и эстетическими направлениями. В эту группу вошли такие единицы, как *арт-дроп*, *фиджитал-арт*, *колорблок*, *японди*, *барбикор*, *кокеткор*, *дримкор*, *нейротрек*, *III-трек*, *киберсигилизм*. Было показано, что многие из этих слов находятся на пересечении искусства, моды, образа жизни и цифровой культуры. Особенно продуктивным оказался компонент *-кор*, с помощью которого образуются названия визуальных эстетик и культурных трендов.

Словообразовательный анализ показал, что исследуемые неологизмы неоднородны. В корпусе представлены прямые заимствования, кальки, полукальки, композиты, словослияния, гибридные образования и иноязычные вкрапления. Многие единицы уже начали осваиваться русским языком: они получают формы множественного числа, образуют прилагательные, включаются в русские синтаксические конструкции. Это видно на примерах *рилсы*, *повы*, *рилсовый*, *барбикорный*, *кокеткорный*, *нейромузыкальный*. Следовательно, иноязычные неологизмы не остаются полностью чужеродными элементами, а постепенно включаются в систему современного русского языка.

Функциональный анализ показал, что в молодёжных СМИ иноязычные неологизмы выполняют несколько значимых функций. Номинативная функция проявляется в назывании новых предметов, явлений и практик. Аттрактивная функция связана с привлечением внимания читателя, особенно в заголовках. Стилиобразующая функция помогает создать современную, непринуждённую и близкую молодёжной аудитории тональность текста. Социально-маркирующая функция показывает принадлежность слова к интернет-культуре, бьюти-среде, моде, музыке или визуальным эстетикам. Словообразовательная функция проявляется в способности иноязычных основ становиться базой для новых русских производных. Коммуникативная функция выражается в том, что неологизмы позволяют кратко обозначать сложные или новые явления.

В третьей главе были разработаны методические материалы для проектной деятельности учащихся 6 класса на уроках русского языка и во внеурочной работе. Было показано, что иноязычные неологизмы обладают значительным методическим потенциалом. Работа с ними помогает связать школьный курс русского языка с реальной речевой практикой учащихся, развивает языковую наблюдательность, навыки анализа слова, умение работать со словарями, медиатекстами и источниками информации.

Предложенные проекты ориентированы на изучение лексики, словообразования, культуры речи и медиаграмотности. В рамках проектной деятельности учащиеся могут создавать мини-словари, памятки, презентации и иллюстрированные журналы, посвящённые иноязычным неологизмам. Такая работа позволяет школьникам находить новые слова в медиатекстах, определять их значение и происхождение, объяснять способ образования, подбирать русские аналоги и делать вывод об уместности употребления.

Таким образом, поставленная цель исследования была достигнута. Были изучены теоретические подходы к определению и классификации неологизмов, сформирован корпус иноязычных неологизмов бытовой и искусствоведческой тематики, проведён их семантический, словообразовательный и функциональный анализ, определена роль молодёжных СМИ в распространении новой лексики, разработаны материалы для проектной деятельности учащихся 6 класса.

Проведённое исследование показало, что иноязычные неологизмы являются важной частью современного русского языка и молодёжного медиадискурса. Они отражают изменения в повседневной жизни, культуре, искусстве, технологиях и коммуникации. Их изучение важно не только для описания современной лексики, но и для формирования осознанного отношения к слову, речевой культуры и умения критически воспринимать медиатексты.

Библиографический список

Научные, учебные и методические источники

1. Lee, U. K. Mewing: Social Media's Alternative to Orthognathic Surgery? / U. K. Lee, L. L. Graves, A. H. Friedlander. – Текст : электронный // Journal of Oral and Maxillofacial Surgery . – 2019. – Vol. 77, № 9. – P. 1743–1744. – URL: [https://www.joms.org/article/S0278-2391\(19\)30349-0/fulltext](https://www.joms.org/article/S0278-2391(19)30349-0/fulltext) (дата обращения: 09.02.2026).

2. Васильев, А. Д. Вариативные выражения универсальных оппозиций : монография : в 2 т. Т. 1 / А. Д. Васильев. – Красноярск, 2020. – 368 с.

3. Васильев, А. Д. Нескромное обаяние англицизмов: магнетизм темных слов / А. Д. Васильев. – Текст : электронный // Сибирский филологический форум. – 2022. – № 1 (18). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neskromnoe-obayanie-anglitsizmov-magnetizm-temnyh-slov> (дата обращения: 27.04.2026).

4. Гайдамак, Д. А. PR-сопровождение молодёжных СМИ Санкт-Петербурга: теоретико-методологические основы исследования / Д. А. Гайдамак // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2010. – Т. 85, № 6-2. – С. 155–161.

5. Голубева, Т. И. Использование неологизмов-англицизмов современного русского языка молодежью / Т. И. Голубева, Е. В. Зубарева, И. Г. Тучкова. – Текст : электронный // CyberLeninka . – 2025. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-neologizmov-anglitsizmov-sovremennogo-russkogo-yazyka-molodezhyu> (дата обращения: 09.02.2026).

6. Диброва Е. И. Современный русский язык. Теория. Анализ языковых единиц: учеб. для студентов вузов: в 2 ч. Ч. 1: Фонетика и орфоэпия. Графика и орфография. Лексикология. Фразеология.

Лексикография. Морфемика. Словообразование / [Е. И. Диброва, Л. Л. Касаткин, Н. А. Николина, И. И. Щеболева]; под ред. Е. И. Дибровой. – Москва : Academia, 2001. – 539, [1] с. – (Высшее образование). –

7. Дьяков, А. И. Особенности функционирования англицизмов тематической группы «Обиходно-бытовая лексика» / А. И. Дьяков. – Текст : электронный // Язык и культура. – 2012. – № 4 (20). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-funktsionirovaniya-anglitsizmov-tematicheskoy-gruppy-obihodno-bytovaya-leksika> (дата обращения: 06.02.2026).

8. Елисеева, М. Б. Заимствованные слова в русском языке: прошлое и настоящее / М. Б. Елисеева, И. М. Кудрявина. – Текст : электронный // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2025. – № 1-2 (100). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zaimstvovannye-slova-v-russkom-yazyke-proshloe-i-nastoyashee> (дата обращения: 23.05.2026).

9. Жамолдинова, С. А., Юсупалиев Б. Н. Неологизмы XXI века и их роль в развитии русского языка / С. А. Жамолдинова, Б. Н. Юсупалиев. – Текст : электронный // Экономика и социум. – 2026. – № 1-2 (140). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neologizmy-xxi-veka-i-ih-rol-v-razvitiirusskogo-yazyka> (дата обращения: 10.04.2026).

10. Зелянская, Н. Л. Семантическая организация кликбейт-заголовков и показатели активности интернет-пользователей / Н. Л. Зелянская, К. И. Белоусов, О. А. Сычев, Т. Н. Галинская. – Текст : электронный // Медиалингвистика. – 2023. – Т. 10, № 1. – С. 66-86. – DOI: 10.21638/spbu22.2023.104. – URL: <https://medialing.ru/semanticheskaya-organizaciya-klikbejt-zagolovkov-i-pokazateli-aktivnosti-internet-polzovatelej/> (дата обращения: 18.05.2026).

11. История лексики русского литературного языка конца XVIII – начала XIX века. – Москва, 1981. – 376 с.

12. Копылова, Т. Р., Истомина А. Л. Функционирование неологизмов-англицизмов в современном русском медиадискурсе: проблема интерпретации. – Текст : электронный // CyberLeninka . – 2023. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsionirovanie-neologizmov-anglitsizmov-v-sovremennom-russkom-mediadiskurse-problema-interpretatsii> (дата обращения: 27.02.2026).
13. Коренева, А. В. Лингвистические и методические аспекты изучения современных неологизмов : монография / А. В. Коренева, Н. Н. Бычкова, Н. А. Зубарева ; под ред. А. В. Кореневой. – Москва : РУСАЙНС, 2025. – 304 с.
14. Косаренко, О. Т. Семантико-derivационные особенности неологизмов лексико-семантической группы «Скрапбукинг» / О. Т. Косаренко, С. В. Косаренко. – Текст : электронный // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2015. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semantiko-derivatsionnye-osobennosti-neologizmov-leksiko-semanticheskoy-gruppy-skrapbukiing> (дата обращения: 23.02.2026).
15. Котелова, Н. З. Первый опыт описания русских неологизмов / Н. З. Котелова. – Москва, 1982. – 456 с.
16. Крысин, Л. П. О русском языке наших дней / Л. П. Крысин. – Текст : электронный // Изменяющийся языковой мир: Международная научная конференция, Пермь, 2002. – URL: <http://philology.ru/linguistics2/krysin-02.htm> (дата обращения: 03.05.2026).
17. Крысин, Л. П. Этапы освоения иноязычного слова. – Текст : электронный // Грамота.ру : [сайт]. – 24.01.2016. – URL: <https://gramota.ru/journal/stati/zhizn-yazyka/etapy-osvoeniya-inoyazychnogo-slova> (дата обращения: 02.05.2026).
18. Лю Чжэньюй. Функционально-семантические особенности неологизмов сферы «Искусство» в газетном дискурсе (на примере лексем

бестселлер и хеппи-энд) / Лю Чжэньюй. – Текст : электронный // Вестник ТГГПУ. – 2025. – № 3 (81). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsionalno-semanticheskie-osobennosti-neologizmov-sfery-iskusstvo-v-gazetnom-diskurse-na-primere-leksem-bestseller-i-heppi-end> (дата обращения: 17.05.2026).

19. Матросов, А. М. Неологизмы: влияние нейросетей на русский язык / А. М. Матросов, Н. С. Данкова. – Текст : электронный // Язык как основа современного межкультурного взаимодействия : материалы X Международной научно-практической конференции, Пенза, 30–31 октября 2023 года. – Пенза : Пензенский государственный технологический университет, 2023. – С. 159–167. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=56443423> (дата обращения: 25.05.2026).

20. Орешкин, С. А. Влияние цифровых технологий на музыкальную терминологию / С. А. Орешкин. – Текст : электронный // Russian Linguistic Bulletin. – 2026. – № 3 (75). – URL: <https://rulb.org/archive/3-75-2026-march/10.60797/RULB.2026.75.5> (дата обращения: 12.04.2026).

21. Пестова, А. Р. Управление иноязычных неологизмов – названий объектов киноиндустрии / А. Р. Пестова. – Текст : электронный // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии : по материалам ежегодной Международной конференции «Диалог», Бекасово, 04–08 июня 2014 года. – Бекасово : Российский государственный гуманитарный университет, 2014. – С. 518–531. – URL: <https://dialogueconf.org/digests/dialog2014/materials/pdf/PestovaAR.pdf> (дата обращения: 25.05.2026).

22. Попова, Т. В. Неология и неография современного русского языка : учебное пособие / Т. В. Попова, Л. В. Рацибурская, Д. В. Гугунава. – 3-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2017.

23. Поповцева, Т. Н. Относительные неологизмы / Т. Н. Поповцева // Новые слова и словари новых слов. – Ленинград : Наука, Ленинградское отделение, 1990.
24. Савельев, И. И. Влияние иностранных слов на развитие современного русского языка: причины, последствия, пути решения / И. И. Савельев. – Текст : электронный // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2015. – № 12-1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-inostrannyh-slov-na-razvitie-sovremennogoruskogo-yazyka-prichiny-posledstviya-puti-resheniya> (дата обращения: 28.02.2026).
25. Сенько, Е. В. Инновации в современном русском языке / Е. В. Сенько. – Владикавказ : Ир, 1994. – 183 с.
26. Скороходова, Е. Ю. Роль и употребление неологизмов в современных СМИ / Е. Ю. Скороходова, М. М. Щеголева. – Текст : электронный // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – № 5-3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-upotreblenie-neologizmov-v-sovremennyh-smi> (дата обращения: 17.04.2026).
27. Словарь русского языка коронавирусной эпохи / сост. Е. С. Громенко [и др.]; отв. ред. М. Н. Приемышева. – Санкт-Петербург : Институт лингвистических исследований РАН, 2021.
28. Чигина, Н. В. Англицизмы в современном русском языке / Н. В. Чигина, К. С. Лескина. – Текст : электронный // Символ науки. – 2016. – № 10-3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/anglitsizmy-v-sovremennom-russkom-yazyke> (дата обращения: 13.05.2026).
29. Шагалова, Е. Н. Словарь новейших иностранных слов / Е. Н. Шагалова. – Москва : АСТ-Пресс Книга, 2017. – 571 с.
30. Щетинина, А. В. Толковый словарь русских неологизмов. Часть 1. Институциональная лексика: словарь / А. В. Щетинина, Е. В. Леонтьева, С. А. Касатова; под ред. А. В. Щетининой; Министерство науки

и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Ажур, 2024.

31. Щетинина, А. В. Толковый словарь русских неологизмов. Часть 2. Неинституциональная социальная лексика: словарь / А. В. Щетинина, Е. В. Леонтьева, С. А. Касатова; под ред. А. В. Щетининой; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Ажур, 2025. – 320 с. – ISBN 978-5-91256-765-0.

32. Яремчук, А. В. Систематизация англоязычных неологизмов в контексте неологизации российского медиадискурса / А. В. Яремчук. – Текст : электронный // Мир науки. Социология, филология, культурология. – 2024. – Т. 15. – № 4. – URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/26FLS> (дата обращения: 04.06.2026).

Лексикографические источники

1. Bento. – Текст : электронный // Cambridge Dictionary : [сайт]. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/bento> (дата обращения: 25.05.2026).

2. Cronut. – Текст : электронный // Merriam-Webster Dictionary : [сайт]. – URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/Cronut> (дата обращения: 17.05.2026).

3. Cruffin. – Текст : электронный // Cambridge Dictionary : [сайт]. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/cruffin> (дата обращения: 05.05.2026).

4. Cyber. – Текст : электронный // Merriam-Webster Dictionary : [сайт]. – URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/cyber> (дата обращения: 20.02.2026).

5. Drop. – Текст : электронный // Cambridge Dictionary : [сайт]. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/drop> (дата обращения: 18.03.2026).

6. Neuroaesthetics. – Текст : электронный // Dictionary.com : [сайт]. – URL: <https://www.dictionary.com/browse/neuroaesthetics> (дата обращения: 30.04.2026).

7. Sigil. – Текст : электронный // Merriam-Webster Dictionary : [сайт]. – URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/sigil> (дата обращения: 10.03.2026).

8. Smart. – Текст : электронный // Cambridge Dictionary : [сайт]. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/thesaurus/smart> (дата обращения: 08.02.2026).

9. Арт-нейросеть. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: <https://neolex.iling.spb.ru/search?indexed-glossary-facets%5B0%5D=title%3Аарт-нейросеть> (дата обращения: 13.04.2026).

10. Барбикор. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3А463 (дата обращения: 25.05.2026).

11. Барбикорный. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3А6949 (дата обращения: 25.05.2026).

12. Блоккор-образ. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: <https://neolex.iling.spb.ru/search?indexed-glossary-facets%5B0%5D=title%3Аблоккор-образ> (дата обращения: 24.05.2026).

13. Брайдалкор. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL:

https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A694 (дата обращения: 04.06.2026).

14. Брайдалькорный. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A8157 (дата обращения: 22.02.2026).

15. Вайб-дизайн. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A9245 (дата обращения: 25.05.2026).

16. Деталькор. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A8157 (дата обращения: 25.05.2026).

17. Егорова, П. Ю. Горпкор. – Текст : электронный // Большая российская энциклопедия: научно-образовательный портал – URL: <https://bigenc.ru/c/gorpkor-325337/?v=5659933>. – Дата публикации: 29.11.2022 (дата обращения: 07.04.2026).

18. Зипка. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A463 (дата обращения: 05.02.2026).

19. Зип-худи. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: [https://neolex.iling.spb.ru/search?indexed-glossary-facets\[0\]=title:%D0%B7%D0%B8%D0%BF-%D1%85%D1%83%D0%B4%D0%B8](https://neolex.iling.spb.ru/search?indexed-glossary-facets[0]=title:%D0%B7%D0%B8%D0%BF-%D1%85%D1%83%D0%B4%D0%B8) (дата обращения: 05.02.2026).

20. Зум. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/simple-search?title_op=contains&title=%D0%B7%D1%83%D0%BC (дата обращения: 28.02.2026).

21. Зум-дисморфия. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: <https://neolex.iling.spb.ru/node/18380> (дата обращения: 06.02.2026).

22. Зум-тусовка. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/simple-search?title_op=contains&title=%D0%B7%D1%83%D0%BC&page=1 (дата обращения: 25.02.2026).

23. Квадроберство. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/simple-search?title_op=contains&title=%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%B4%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE (дата обращения: 04.04.2026).

24. Кокеткор. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A6949 (дата обращения: 25.05.2026).

25. Кокеткорный. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A8157 (дата обращения: 18.04.2026).

26. Комфорткор. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A6949 (дата обращения: 25.05.2026).

27. Кор. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A6949 (дата обращения: 25.05.2026).

28. Коттеджкор. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: <https://neolex.iling.spb.ru/search?indexed-glossary->

facets[0]=title:%D0%BA%D0%BE%D1%82%D1%82%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BA%D0%BE%D1%80 (дата обращения: 22.04.2026).

29. Коттеджкорный. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A34 (дата обращения: 22.04.2026).

30. Коттеджкор-стиль. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A34 (дата обращения: 22.04.2026).

31. Коттеджкор-эстетика. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A34 (дата обращения: 22.04.2026).

32. Кронигири. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A8157 (дата обращения: 18.04.2026).

33. Кроффл. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: [https://neolex.iling.spb.ru/search?indexedglossaryfacets\[0\]=title:%D0%BA%D1%80%D0%BE%D1%84%D1%84%D0%BB&indexed-glossary-facets\[0\]=title:%D0%BA%D1%80%D0%BE%D1%84%D1%84%D0%BB](https://neolex.iling.spb.ru/search?indexedglossaryfacets[0]=title:%D0%BA%D1%80%D0%BE%D1%84%D1%84%D0%BB&indexed-glossary-facets[0]=title:%D0%BA%D1%80%D0%BE%D1%84%D1%84%D0%BB) (дата обращения: 18.04.2026).

34. Луксмаксинг. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A6949 (дата обращения: 22.04.2026).

19.03.2026).https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A6949

35. Мермейдкор. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/simple-search?title_op=contains&title=мермейдкор (дата обращения: 14.04.2026).

36. Мермейдкорный. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/simple-search?title_op=contains&title=%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B5%D0%B9%D0%B4%D0%BA%D0%BE%D1%80 (дата обращения: 14.04.2026).

37. Нейро-. – Текст : электронный // Аффиксоиды русского языка . – URL: <https://affixoid.iling.spb.ru/node/3425> (дата обращения: 18.03.2026).

38. Нейромузыкальный. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/simple-search?title_op=contains&title=нейро (дата обращения: 09.05.2026).
https://neolex.iling.spb.ru/simple-search?title_op=contains&title=нейро
https://neolex.iling.spb.ru/simple-search?title_op=contains&title=нейро

39. Офискорный. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A6949 (дата обращения: 19.03.2026).

40. Пов. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/simple-search?title_op=contains&title=%D0%BF%D0%BE%D0%B2 (дата обращения: 12.05.2026).

41. Ретинол-сэндвич. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL:

[https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f\[0\]=year_index:6949](https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f[0]=year_index:6949) (дата обращения: 14.05.2026).

42. Ретро-блоккор. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A6949 (дата обращения: 25.05.2026).

43. Свайси. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/simple-search?title_op=contains&title=%D0%A1%D0%92%D0%90%D0%99%D0%A1%D0%98 (дата обращения: 08.03.2026).

44. Свалти. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A9245 (дата обращения: 04.06.2026).

45. Скин-сайклинг. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: [https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f\[0\]=year_index:463](https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f[0]=year_index:463) (дата обращения: 14.02.2026).

46. Словарные материалы 2021 года. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: [https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f\[0\]=year_index:34](https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f[0]=year_index:34) (дата обращения: 08.05.2026).

47. Страбл. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A8157 (дата обращения: 25.04.2026).

48. Теннискор. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A8157 (дата обращения: 08.05.2026).

49. Теннискорный. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL:

https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A8157 (дата обращения: 08.05.2026).

50. Фешенфудкор. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A6949 (дата обращения: 13.02.2026).

51. Фиджитал-искусство. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: <https://neolex.iling.spb.ru/search?indexed-glossary-facets%5B0%5D=title%3Aфиджитал-искусство> (дата обращения: 16.05.2026).
<https://neolex.iling.spb.ru/search?indexed-glossary-facets%5B0%5D=title%3Aфиджитал-искусство>
<https://neolex.iling.spb.ru/search?indexed-glossary-facets%5B0%5D=title%3Aфиджитал-искусство>

52. Флауэркор. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A6949 (дата обращения: 13.02.2026).

53. Флэт-круассан. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f%5B0%5D=year_index%3A8157 (дата обращения: 18.04.2026).

54. Эксплорейшеншип. – Текст : электронный // Новое в русской лексике : [сайт]. – URL: [https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f\[0\]=year_index:9245](https://neolex.iling.spb.ru/glossary?f[0]=year_index:9245) (дата обращения: 08.02.2026).

Нормативно-правовые документы

1. Приказ Минпросвещения России от 18.05.2023 № 370 «Об утверждении федеральной образовательной программы основного общего

образования». – Текст : электронный // КонсультантПлюс : [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_452180/ (дата обращения: 22.04.2026).

2. Федеральная рабочая программа по учебному предмету «Русский язык». 5–9 классы. – Текст : электронный // Единое содержание общего образования : [сайт]. – URL: https://edsoo.ru/wp-content/uploads/2023/08/01_%D0%A4%D0%A0%D0%9F_%D0%A0%D1%83%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA_5-9-%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%81%D1%8B.pdf (дата обращения: 18.02.2026).

3. Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования. – Текст : электронный // ФГОС : [сайт]. – URL: <https://fgos.ru/fgos/fgos-ooo/> (дата обращения: 20.04.2026).

Публицистические источники

1. Samsung Galaxy Z TriFold Preview. – Текст : электронный // Hi-Tech Mail.ru : [сайт]. – URL: <https://hi-tech.mail.ru/news/138464-samsung-galaxy-z-trifold-preview/> (дата обращения: 07.04.2026).

2. Samsung представила складной смартфон с тройным экраном. – Текст : электронный // Сноб : [сайт]. – 02.12.2025. – URL: <https://snob.ru/news/samsung-predstavila-galaxy-z-trifold-skladnoi-smartfon-s-troinym-ekranom/> (дата обращения: 24.03.2026).

3. Vibe coding, мысли и прогнозы от Andreessen Horowitz. – Текст : электронный // Хабр : [сайт]. – 27.03.2025. – URL: https://habr.com/ru/companies/habr_career/news/809365/ (дата обращения: 04.03.2026).

4. Zoom выплатит \$85 млн клиентам, пострадавшим от зумбомбинга. – Текст : электронный // Хабр : [сайт]. – 20.04.2022. – URL: <https://habr.com/ru/news/662764/> (дата обращения: 11.02.2026).

5. Арт-дроп. – Текст : электронный // Plan Your Time : [сайт]. – URL: https://plan-your-time.com/profession/art_drop_manager/ (дата обращения: 03.02.2026).

6. Бенчинг, орбитинг и зомбинг: новая терминология в отношениях. – Текст : электронный // Forbes : [сайт]. – 04.06.2025. – URL: <https://www.forbes.ru/young/538435-bencing-orbiting-i-zombing-novaa-terminologia-v-otnoseniah> (дата обращения: 20.03.2026).

7. Директор галереи VS Gallery Александр Карлявин: Фиджитал-искусство станет важной частью развлекательной и медиаиндустрии. – Текст : электронный // Сноб : [сайт]. – 20.09.2023. – URL: <https://snob.ru/interview/direktor-galerei-vs-gallery-aleksandr-karlyavin-fidzhital-iskusstvo-stanet-vazhnoj-chastyu-razvlekatelnoj-i-mediaindustrii/> (дата обращения: 07.04.2026).

8. Друг бизнеса и враг творчества: как ИИ влияет на музыкальную индустрию. – Текст : электронный // Skillbox Media : [сайт]. – 26.02.2025. – URL: <https://skillbox.ru/media/music/how-ai-affects-music-industry/> (дата обращения: 25.05.2026).

9. Искусственно-интеллектуальная эпидемия: как нейросети захватывают музыкальный рынок. – Текст : электронный // Forbes : [сайт]. – 13.02.2026. – URL: <https://www.forbes.ru/young/555302-iskusstvenno-intellektual-naa-epidemia-kak-nejroseti-zahvatyvaut-muzykal-nyj-rynok> (дата обращения: 27.04.2026).

10. Нейроартисты захватывают чарты: что с этим делать и кому жаловаться. – Текст : электронный // РБК Life . – 16.02.2026. – URL: <https://www.rbc.ru/life/news/698ebf6f9a794772efecd975> (дата обращения: 16.03.2026).

11. Нейромузыка: может ли робот создавать треки? – Текст : электронный // Хабр : [сайт]. – 22.08.2023. – URL: <https://habr.com/ru/companies/yandex/articles/738282/> (дата обращения: 27.03.2026).

12. Представлен умный монокль с экраном и камерой: что он может. – Текст : электронный // Hi-Tech Mail.ru : [сайт]. – URL: <https://hi-tech.mail.ru/news/61912-predstavlen-umnyy-monokl-s-ekranom-i-kameroj-cto-on-mozhet/> (дата обращения: 01.02.2026).

13. Скуф, докс, пикми и вонёнизм: Яндекс назвал самые популярные неологизмы 2024 года. – Текст : электронный // М.Видео : [сайт]. – URL: <https://www.mvideo.ru/blog/korotko/skuf-doks-pikmi-i-vonyonizm-yandeks-nazval-samye-populyarnye-neologizmy-2024-goda> (дата обращения: 17.05.2026).

14. Татьяна Тылевич: «Мы выпускаем и изделия с “Кобальтовой сеткой”, и с дизайном от искусственного интеллекта!». – Текст : электронный // Собака.ru : [сайт]. – 05.03.2024. – URL: <https://www.sobaka.ru/city/society/178687> (дата обращения: 18.03.2026).

15. Тренды промышленного дизайна 2024 года. – Текст : электронный // Skillbox Media : [сайт]. – 15.12.2023. – URL: <https://skillbox.ru/media/design/trendy-promyshlennogo-dizayna-2024-goda/> (дата обращения: 04.05.2026).

16. Умные кольца: что это, как работают и какие можно купить в России сейчас. – Текст : электронный // Афиша Daily : [сайт]. – URL: <https://daily.afisha.ru/poleznye-stati/30544-umnye-kolca-cto-eto-kak-rabotayut-i-kakie-mozhno-kupit-v-rossii-seychas/> (дата обращения: 13.03.2026).

17. Честность вместо фильтров: как поколение Z меняет бьюти-бренды через TikTok. – Текст : электронный // Forbes : [сайт]. – 30.01.2021. – URL: <https://www.forbes.ru/forbes-woman/419829-chestnost-vmesto-filtrov->

kak-pokolenie-z-menyaet-byuti-brendy-cherez-tiktok (дата обращения: 08.04.2026).

18. Что такое джапанди. – Текст : электронный // Skillbox . – 13.07.2022. – URL: <https://skillbox.ru/media/design/japandi-design/> (дата обращения: 08.03.2026).

19. Экономика нейромузыки: как AI перестраивает музыкальную индустрию. – Текст : электронный // Радио РБК . – 28.11.2025. – URL: <https://www.rbc.ru/radio/28/11/2025/6929e74f9a7947a0af27c0cf> (дата обращения: 13.03.2026).

20. 13 главных слов и выражений 2020 года: от «локдауна» и «дистанта» до «обнуления» и «гульфика». – Текст : электронный // Мел : [сайт]. – 13.01.2021. – URL: https://mel.fm/gramotnost/chto-eto-znachit/2048351-main_words (дата обращения: 18.02.2026).

21. 30 интересных марок мужской одежды на любой бюджет. – Текст : электронный // Т-Ж : [сайт]. – 28.05.2025. – URL: <https://t-j.ru/list/wear-russian-men/> (дата обращения: 18.03.2026).

22. 5 гастрономических трендов 2026 года. – Текст : электронный // Собака.ru : [сайт]. – 04.12.2025. – URL: <https://www.sobaka.ru/bars/recipes/207981> (дата обращения: 09.03.2026).

23. 7 главных аксессуаров следующей весны. – Текст : электронный // Собака.ru : [сайт]. – 11.10.2023. – URL: <https://www.sobaka.ru/fashion/shows/172606> (дата обращения: 25.05.2026).

24. Balletcore. Все, что нужно знать о самом изящном тренде. – Текст : электронный // U MAGAZINE : [сайт]. – 08.01.2024. – URL: <https://umagazine.ru/moda/trends/balletcore-vse-chto-nuzhno-znat-o-samom-izyashchnom-trende/> (дата обращения: 10.05.2026).

25. Dreamcore: эстетика странных снов и галлюцинаций. – Текст : электронный // Art for Introvert : [сайт]. – URL:

<https://artforintrovert.ru/magazine/tpost/bto26oikv1-dreamcore-estetika-strannih-snov-i-gally> (дата обращения: 20.03.2026).

26. Jenna Ortega's Most Stylish Wednesdaycore Outfits. – Текст : электронный // Preview : [сайт]. – URL: <https://www.preview.ph/fashion/jenna-ortega-most-stylish-wednesday-core-outfits-a00300-20221224> (дата обращения: 13.02.2026).

27. Le Stradic, S. A Turbocharged Croissant Delights (and Disturbs) Paris. – Текст : электронный // The New York Times : [сайт]. – 20.04.2024. – URL: <https://www.nytimes.com/2024/04/20/world/europe/france-crookie-croissant-cookie.html> (дата обращения: 19.04.2026).

28. LED-маски: эффективно или просто модно? – Текст : электронный // Grazia : [сайт]. – URL: <https://www.grazia.ru/beauty/led-maski-effektivno-ili-prosto-modno/> (дата обращения: 22.04.2026).

29. POV: что означает этот термин и почему его постоянно используют в мемах. – Текст : электронный // Т-Ж : [сайт]. – 24.02.2026. – URL: <https://t-j.ru/pov-chto-oznachaet-etot-termin/> (дата обращения: 11.04.2026).

30. Prada, Dior, Valentino, Louis Vuitton: ретроспектива мужских показов Милана и Парижа. – Текст : электронный // Собака.ru : [сайт]. – 22.01.2024. – URL: <https://www.sobaka.ru/fashion/shows/177211> (дата обращения: 27.02.2026).

31. Американский студент создал смарт-монокль, который подскажет ответы на собеседовании и свидании. – Текст : электронный // Афиша Daily : [сайт]. – 27.04.2023. – URL: <https://daily.afisha.ru/news/75463-amerikanskiy-student-sozdal-smart-monokl-kotoryy-podskazhet-otvety-na-sobesedovanii-i-svidanii/> (дата обращения: 11.02.2026).

32. Аура-маникюр в осенних тонах: 7 вариантов для разного настроения в образе. – Текст : электронный // The Voice Mag : [сайт]. – 03.09.2024. – URL: <https://www.thevoicemag.ru/beauty/nails/aura-manikyur->

v-osennih-tonah-7-variantov-dlya-raznogo-nastroeniya-v-obraze/ (дата обращения: 17.02.2026).

33. Барбикор в прошлом: за этим новым «кором» гонятся продвинутые модницы. – Текст : электронный // The Voice Mag : [сайт]. – 06.12.2023. – URL: <https://www.thevoicemag.ru/fashion/trends/barbikor-v-proshlom-za-etim-novym-korom-gonyatsya-prodvinutye-modnicy/> (дата обращения: 18.05.2026).

34. Блузы-кейпы, шляпки-фески и будуаркорные юбки: модный дайджест. – Текст : электронный // Собака.ru : [сайт]. – 21.11.2025. – URL: <https://www.sobaka.ru/fashion/stuff/207742> (дата обращения: 24.05.2026).

35. В Японии одиноким людям власти будут оплачивать подписку на дейтинг-приложения. – Текст : электронный // Афиша Daily : [сайт]. – 21.04.2026. – URL: <https://daily.afisha.ru/news/108687-v-yaponii-odinokim-lyudyam-vlasti-budut-oplachivat-podpisku-na-deyting-prilozheniya/> (дата обращения: 07.05.2026).

36. Ваш офис к такому не готов: что такое эстетика corpcore и почему она тренд 2025. – Текст : электронный // Grazia : [сайт]. – URL: <https://www.grazia.ru/fashion/vash-ofis-k-takomu-ne-gotov-cto-takoe-estetika-corpcore-i-pochemu-ona-trend-2025/?ysclid=mpmbvskv95963672155> (дата обращения: 14.05.2026).

37. «Воспользовалась этим временем на всю катушку»: 11 вещей, которыми запомнился локдаун. – Текст : электронный // Т-Ж : [сайт]. – 13.08.2024. – URL: <https://t-j.ru/lockdown-nostalgia-cases/> (дата обращения: 25.05.2026).

38. Вслед за Зендеей и «Претендентами»: все про теннискор – новую трендовую эстетику 2024. – Текст : электронный // theGirl : [сайт]. – 25.04.2024. – URL: <https://thegirl.ru/articles/vsled-za-zendeei-i-pretendentami-se-pro-tenniskor-novuyu-trendovuyu-estetiku-2024-go/> (дата обращения: 14.05.2026).

39. Галя, отмена: эти антитрендовые балетки снова на пике популярности. – Текст : электронный // The Voice Mag : [сайт]. – 13.05.2025. – URL: <https://www.thevoicemag.ru/fashion/trends/galya-otmena-eti-antitrendovye-baletki-snova-na-pike-populyarnosti/> (дата обращения: 12.04.2026).

40. Гастромерч: где брать самый модный петербургский фэшнфудкор? – Текст : электронный // Собака.ru : [сайт]. – 16.11.2023. – URL: <https://www.sobaka.ru/bars/trends/173954> (дата обращения: 13.02.2026).

41. «Докс», «скуф» и «пикми»: «Яндекс» назвал самые популярные неологизмы года. – Текст : электронный // Афиша Daily : [сайт]. – 13.12.2024. – URL: <https://daily.afisha.ru/news/93690-doks-skuf-i-pikmi-yandeks-nazval-samye-populyarnye-neologizmy-goda/> (дата обращения: 25.05.2026).

42. Дроп: объясняем значение слова простыми словами. – Текст : электронный // Комсомольская правда : [сайт]. – URL: <https://www.kp.ru/edu/molodezhnyj-sleng/drop/> (дата обращения: 24.02.2026).

43. Ест-драйв: пробуем дубайский шоколад – оригинал из ОАЭ и 4 варианта с маркетплейсов. – Текст : электронный // Т-Ж : [сайт]. – 01.11.2024. – URL: <https://t-j.ru/best-dubai-chocolate/> (дата обращения: 16.04.2026).

44. Жданова, Д. Привет, Барби! : смотрим самый ожидаемый фильм 2023 года вместе с юнкором ПУ Дарьей Ждановой / Дарья Жданова. – Текст : электронный // Пять углов : [сайт] : журнал старшеклассников : [сайт]. – 2023. – 5 августа. – URL: https://5uglov.ru/post/18932_privet_barbi (дата обращения: 02.02.2026).

45. Зачем ставят в холодильник цветы и украшают его изнутри. – Текст : электронный // Т-Ж : [сайт]. – 12.11.2024. – URL: <https://t-j.ru/fridgescraping/> (дата обращения: 10.02.2026).
46. Идеальное lip combo: 5 секретных техник макияжа губ от модели международного уровня. – Текст : электронный // Marie Claire : [сайт]. – URL: <https://www.marieclaire.ru/krasota/idealnoe-lip-combo-5-sekretnykh-tekhnik-makiyazha-gub-ot-modeli-mezhdunarodnogo-urovnya/> (дата обращения: 25.05.2026).
47. ИИ-песни захватили топы стримингов. Почему они так популярны? – Текст : электронный // Т-Ж : [сайт]. – 19.03.2026. – URL: <https://t-j.ru/ai-artists-gone-wild/> (дата обращения: 14.05.2026).
48. ИИ-трек в эфире, подставные составы «Миража» и еще 8 случаев, когда слушателей вводили в заблуждение. – Текст : электронный // Правила жизни . – 02.03.2026. – URL: <https://www.pravilamag.ru/entertainment/767445-ii-trek-v-efire-podstavnye-sostavy-miraja-i-eshche-8-sluchaev-kogda-slushatelei-vvodili-v-zablujdenie/> (дата обращения: 21.04.2026).
49. Как мы сняли двухэтажный номер с видами на чайные плантации на Шри-Ланке. – Текст : электронный // Т-Ж : [сайт]. – 25.05.2026. – URL: <https://t-j.ru/accommodation-shri-lanka/> (дата обращения: 25.06.2026).
50. Как носить классику в 2024 году. – Текст : электронный // Men Today : [сайт]. – 26.12.2023. – URL: <https://www.mentoday.ru/style/wardrobe/kak-nosit-klassikuv-2024-godu/> (дата обращения: 12.04.2026).
51. Как прошло шоу Джона Гальяно – показ-сенсация Maison Margiela на неделе кутюра. – Текст : электронный // Собака.ru : [сайт]. – 26.01.2024. – URL: <https://www.sobaka.ru/fashion/shows/177386> (дата обращения: 10.05.2026).

52. Как сделать модный латте-макияж: 6 идеальных образов на лето. – Текст : электронный // The Voice Mag : [сайт]. – 15.07.2025. – URL: <https://www.thevoicemag.ru/beauty/makeup/kak-sdelat-modnyy-latte-makiyazh-6-idealnyh-obrazov-na-leto/> (дата обращения: 20.02.2026).

53. Корейский «Дом 2»: Netflix продлил дейтинг-шоу «Ад для одиночек» на третий сезон. – Текст : электронный // theGirl : [сайт]. – 10.02.2023. – URL: <https://thegirl.ru/articles/koreiskii-dom-2-netflix-prodlil-deiting-shou-ad-dlya-odinochek-na-tretii-sezon/> (дата обращения: 21.02.2026).

54. Корпкор – тренд, знаменующий возвращение минимализма: что это такое и как собрать стильный образ на осень 2024. – Текст : электронный // theGirl : [сайт]. – 18.09.2024. – URL: <https://thegirl.ru/articles/korpkor-trend-znamenuyushii-vozvrashenie-minimalizma-chto-eto-takoe-i-kak-sobrat-stilnyi-obraz-na-osen-2024/> (дата обращения: 04.02.2026).

55. Кто такие альтушки? Как и когда появилась субкультура альт. – Текст : электронный // Лента.ру : [сайт]. – 11.09.2023. – URL: <https://lenta.ru/articles/2023/09/11/altushka/> (дата обращения: 07.04.2026).

56. Кубоссан, или круб: что это такое и как приготовить дома. – Текст : электронный // Food.ru : [сайт]. – 11.07.2024. – URL: <https://food.ru/articles/11667-chto-takoe-kubossany-ili-kruby> (дата обращения: 01.05.2026).

57. Липкомбо, которое покорит всех! – Текст : электронный // The Voice Mag : [сайт]. – 27.05.2025. – URL: <https://www.thevoicemag.ru/beauty/makeup/lipkombo-kotoroe-pokorit-vseh-video/> (дата обращения: 17.03.2026).

58. Луксмаксинг, моггинг, мьюинг: на что идут мужчины, чтобы стать «лучшей версией себя»? – Текст : электронный // Men Today : [сайт]. – 17.09.2025. – URL: <https://www.mentoday.ru/health/body/luksmaksing->

mogging-myuing-na-chto-idut-mujchiny-chtoby-stat-luchshei-versiei-sebya/ (дата обращения: 19.03.2026).

59. Лунный свет: выбрали 11 классных ночных масок. – Текст : электронный // Собака.ru : [сайт]. – 17.09.2024. – URL: <https://www.sobaka.ru/beauty/beauty/188400> (дата обращения: 02.04.2026).

60. Лясова, К. В России повышается число квадроверов / Ксения Лясова. – Текст : электронный // ЮНПРЕСС : [сайт]. – 2024. – 27 октября. – URL: <https://ynpress.com/archives/140655> (дата обращения: 04.04.2026).

61. Мемы, покемоны и пирсинг. – Текст : электронный // Афиша Daily : [сайт]. – 09.05.2024. – URL: <https://daily.afisha.ru/beauty/18585-memy-pokemony-i-pirsing-chto-redaktory-krasoty-nashli-v-instagrame-na-etoy-nedele/> (дата обращения: 30.03.2026).

62. Модный дайджест недели: собираемся на корпоратив и ищем стильные новогодние подарки. – Текст : электронный // The Voice Mag : [сайт]. – 12.12.2025. – URL: <https://www.thevoicemag.ru/fashion/news/12-12-2025/modnyi-daidjest-nedeli-sobiraemsya-na-korporativ-i-ishchem-stilnye-novogodniepodarki/> (дата обращения: 26.02.2026).

63. Названа самая популярная прическа сезона. – Текст : электронный // Lenta.ru . – 21.05.2021. – URL: <https://lenta.ru/news/2021/05/21/wolf/> (дата обращения: 18.05.2026).

64. Настоящий панк: актриса Хан Со Хи сделала себе пирсинг (и это не фейк!). – Текст : электронный // theGirl : [сайт]. – 26.09.2023. – URL: <https://thegirl.ru/articles/nastoyashii-pank-aktrisa-khan-so-khi-sdelala-sebe-pirsing-i-eto-ne-feik/> (дата обращения: 25.05.2026).

65. Необычные булки в московских кофейнях: кто и зачем расплющил круассаны. – Текст : электронный // The City : [сайт]. – 31.05.2024. – URL: <https://thecity.m24.ru/articles/10716> (дата обращения: 01.05.2026).

66. Непромокаемые, пушистые, прозрачные! Как кейпы вернулись на подиумы и в наши сердца? – Текст : электронный // Собака.ru : [сайт]. – 03.09.2024. – URL: <https://m.sobaka.ru/fashion/stuff/187768> (дата обращения: 24.05.2026).

67. Нравится Барби? Мы собрали 20 розовых бьюти-средств в стиле барбикор. – Текст : электронный // U MAGAZINE : [сайт]. – 25.07.2023. – URL: <https://umagazine.ru/krasota/trends/nravitsya-barbi-my-sobrali-20-rozovykh-byuti-sredstv-v-stile-barbikor/> (дата обращения: 25.04.2026).

68. Обновить гардероб и не разориться: повторяем мужские и женские тренды с показов. – Текст : электронный // Афиша Daily : [сайт]. – 07.06.2024. – URL: <https://daily.afisha.ru/beauty/27358-obnovit-garderob-i-ne-razoritsya-povtoryaem-muzhskie-i-zhenskie-trendy-s-pokazov/> (дата обращения: 09.03.2026).

69. Офисная сирена, жена бандита и чистая девушка: 10 главных трендов в макияже-2024. – Текст : электронный // Афиша Daily : [сайт]. – 02.02.2024. – URL: <https://daily.afisha.ru/beauty/26825-ofisnaya-sirena-zhena-bandita-i-chistaya-devushka-10-glavnyh-trendov-v-makiyazhe-2024/> (дата обращения: 02.05.2026).

70. Плоский, круглый, кубический: я попробовала самые трендовые формы круассанов. – Текст : электронный // Т-Ж . – 14.05.2024. – URL: <https://t-j.ru/list/trendy-croissants/> (дата обращения: 23.04.2026).

71. Плоский, куб и круглоссан:. – Текст : электронный // Афиша Daily : [сайт]. – 11.04.2024. – URL: <https://daily.afisha.ru/eating/27229-kruglossan-kruki-ili-ploskiy/> (дата обращения: 08.04.2026).

72. Полный гламур: как одеться в стиле 2000-х в 2021 году. – Текст : электронный // theGirl : [сайт]. – 13.01.2021. – URL: <https://thegirl.ru/articles/polnyi-glamur-kak-odetsya-v-stile-2000-kh-v-2021-godu/> (дата обращения: 25.05.2026).

73. Почему вернулся дримкор – уютная и одновременно пугающая эстетика снов. – Текст : электронный // Т–Ж : [сайт]. – 15.04.2026. – URL: <https://t-j.ru/dream-core/> (дата обращения: 19.05.2026).

74. Почему мы точно заберем горпкор с собой в 2026. – Текст : электронный // Т–Ж : [сайт]. – 01.11.2025. – URL: <https://t-j.ru/what-is-gorpscore/> (дата обращения: 09.04.2026).

75. Правда ли, что LED-маски сделают кожу сияющей и уберут морщины? – Текст : электронный // Т–Ж : [сайт]. – 17.12.2025. – URL: <https://t-j.ru/led-masks-are/> (дата обращения: 06.04.2026).

76. Прозрачные вещи, юбки поверх брюк, накладные ресницы: тренды осени в одежде и макияже. – Текст : электронный // Афиша Daily : [сайт]. – 27.08.2024. – URL: <https://daily.afisha.ru/beauty/27874-prozrachnye-veschi-yubki-poverh-bryuk-nakladnye-resnicy-trendy-oseni-v-odezhde-i-makiyazhe/> (дата обращения: 25.05.2026).

77. Размером с ладошку: что такое бенто-торт и почему он стал таким популярным. – Текст : электронный // theGirl : [сайт]. – 03.10.2022. – URL: <https://thegirl.ru/articles/razmerom-s-ladoshku-chto-takoe-bento-tort-i-pochemu-on-stal-takim-populyarnym/> (дата обращения: 25.05.2026).

78. Ретинол-сэндвич: кому идеально подойдет эта мягкая методика совершенствования кожи. – Текст : электронный // The Voice Mag : [сайт]. – 15.04.2024. – URL: <https://www.thevoicemag.ru/beauty/face/retinol-sendvich-komu-idealno-podoydet-eta-myagkaya-metodika-sovershenstvovaniya-kozhi/> (дата обращения: 24.04.2026).

79. С гранатом, матчей и малиной: необычный бамбл из московских кофеен. – Текст : электронный // The City : [сайт]. – 26.07.2024. – URL: <https://thecity.m24.ru/articles/10974> (дата обращения: 11.04.2026).

80. Самые модные рестораторы новой волны: Анри Бер, Стивен Шарма и Роман Киселев – создатели бистро Casper. – Текст : электронный

// Собака.ru : [сайт]. – 12.11.2024. – URL: <https://www.sobaka.ru/bars/heroes/191470> (дата обращения: 02.03.2026).

81. Свитеры-кролики, сумки-подушки и самый поэтичный кашемир: модный дайджест. – Текст : электронный // Собака.ru : [сайт]. – 02.12.2023. – URL: <https://www.sobaka.ru/fashion/stuff/175223> (дата обращения: 04.05.2026).

82. Скин-сайклинг: всего 4 шага к лучшей версии вашей кожи. – Текст : электронный // U MAGAZINE : [сайт]. – 15.04.2024. – URL: <https://umagazine.ru/krasota/practice/skin-saykling-vsego-4-shaga-k-luchshey-versii-vashey-kozhi/> (дата обращения: 12.03.2026).

83. Скрепки, лак и сумки в крапинку: фэшн-мастхэвы сентября. – Текст : электронный // Собака.ru : [сайт]. – 13.09.2023. – URL: <https://www.sobaka.ru/fashion/stuff/171433> (дата обращения: 13.03.2026).

84. Скучаю по даче: 10 аниме с эстетикой cottagecore. – Текст : электронный // theGirl : [сайт]. – 11.06.2024. – URL: <https://thegirl.ru/articles/skuchayu-po-dache-10-anime-s-estetikoi-cottagecore/> (дата обращения: 25.05.2026).

85. «Собака.ru» выпускает арт-дроп «Коллекционировать искусство». – Текст : электронный // Собака.ru : [сайт]. – 31.05.2024. – URL: <https://www.sobaka.ru/entertainment/art/181269> (дата обращения: 04.03.2026).

86. Стрижка «волчица»: кому подойдет главная звездная прическа сезона. – Текст : электронный // The Voice Mag : [сайт]. – 16.06.2022. – URL: <https://www.thevoicemag.ru/beauty/hair/strizhka-volchica-komu-podoydet-glavnaya-zvezdnaya-pricheska-sezona/> (дата обращения: 25.04.2026).

87. Тени для век – самый дофаминовый бьюти-тренд февраля. – Текст : электронный // Собака.ru : [сайт]. – 31.01.2024. – URL: <https://www.sobaka.ru/beauty/beauty/177554> (дата обращения: 18.02.2026).

88. Теннискор, прощай: блоккор – главная эстетика лета 2024, вдохновленная футболом. – Текст : электронный // theGirl : [сайт]. – 24.07.2024. – URL: <https://thegirl.ru/articles/tenniskor-proshai-blokkor-glavnaya-estetika-leta-2024-vdokhnovlennaya-futbolom/> (дата обращения: 08.05.2026).

89. Трайблы, пиксели, градиент: киберсигилизм – главный тренд в татуировках на 2025 год. – Текст : электронный // theGirl : [сайт]. – 09.11.2024. – URL: <https://thegirl.ru/articles/traibly-pikseli-gradient-kibersigilizm-glavnyi-trend-v-tatuirovkakh-na-2025-god/> (дата обращения: 07.03.2026).

90. Тренд из соцсетей: слаггинг – что это такое и правда ли этот метод помогает ухаживать за кожей лица. – Текст : электронный // М.Косметик . – 07.05.2024. – URL: <https://cosmetic.magnit.ru/articles/49-trend-iz-sotssetej-slagging-chto-eto-takoe-i-pravda-li-etot-metod-pomogaet-uhazhivat-za-kozhej-litsa> (дата обращения: 07.05.2026).

91. Тренды в уходе за кожей в 2024 году. – Текст : электронный // The Voice Mag : [сайт]. – 01.11.2024. – URL: <https://www.thevoicemag.ru/beauty/face/eto-trend-kak-gramotno-uhajivat-za-kojei-v-2024-godu/> (дата обращения: 06.05.2026).

92. Футбольная эстетика и другой взгляд на тихую роскошь: главные фэшн-тренды китайских соцсетей 2023. – Текст : электронный // theGirl : [сайт]. – 26.12.2023. – URL: <https://thegirl.ru/articles/futbolnaya-estetika-i-drugoi-vzglyad-na-tikhuyu-roskosh-glavnye-feshn-trendy-kitaiskikh-socsetei-2023/> (дата обращения: 22.02.2026).

93. Что за мемы про мьюинг и почему мужчины в интернете одержимы мощными челюстями. – Текст : электронный // Т-Ж : [сайт]. – 06.08.2024. – URL: <https://t-j.ru/mewing-meme-explained/> (дата обращения: 17.05.2026).

94. Что такое зум-дисморфия и почему она вызвала бум пластической хирургии, пришедший из Кореи. – Текст : электронный // Лиза . – 30.01.2023. – URL: <https://lisa.ru/krasota/795852-zum-dismorfiya-i-bum-plasticheskoy-hirurgii-prishedshij-iz-korei/> (дата обращения: 13.04.2026).

95. Что такое слаггинг? Новый тренд в уходе за кожей. – Текст : электронный // Афиша Daily : [сайт]. – 22.04.2021. – URL: <https://daily.afisha.ru/beauty/19499-cto-takoe-slagging-novyuy-trend-v-uhode-za-kozhey/> (дата обращения: 25.05.2026).

96. Энергия богини, мыльные ногти и брови как у Памелы: повторяем 8 бьюти-трендов сезона. – Текст : электронный // Афиша Daily : [сайт]. – 04.02.2025. – URL: <https://daily.afisha.ru/beauty/28716-energiya-bogini-mylnye-nogti-i-brovi-kak-u-pamely-povtoryaem-8-byuti-trendov-sezona/> (дата обращения: 21.04.2026).

97. Эстетика theGirl: дримкор – стиль для тех, кто живет в мире грез. – Текст : электронный // theGirl : [сайт]. – 04.05.2024. – URL: <https://thegirl.ru/articles/estetika-thegirl-drimkor-stil-dlya-tekh-kto-zhivet-v-mire-grez/> (дата обращения: 04.03.2026).

98. Это комбо! Стейтмент-юбка + базовый верх – самое модное сочетание этой весны. – Текст : электронный // Собака.ru : [сайт]. – 16.02.2026. – URL: <https://www.sobaka.ru/fashion/stuff/210865> (дата обращения: 14.04.2026).

99. Я изучил тренд 2026 года на возвращение к аналогу и попробовал его на себе. – Текст : электронный // Т–Ж : [сайт]. – 14.04.2026. – URL: <https://t-j.ru/i-read-about-return-to-analog/> (дата обращения: 17.05.2026).

100. Scratch Junior для детей: что это и как заниматься вместе / Айти для детей. – Текст : электронный // Дзен : [сайт]. – 2025. – 16 сентября. – URL:

https://dzen.ru/a/aMhPONWhAVoQ_5Da?sid=536905793139469313 (дата обращения: 04.04.2026).

101. Дима Билан, Валя Карнавал, Катя Адушкина и другие звезды выступают вместе с блогерами-миллионниками на «ТопФесте» в День России. – Текст : электронный // Дзен : [сайт]. – 2026. – 29 мая. – URL: <https://dzen.ru/a/ahnWNIv7R3hKhUoj?sid=214705305527263817> (дата обращения: 04.06.2026).

102. Дубайский шоколад: изысканное лакомство / В курсе всего. – Текст : электронный // Дзен : [сайт]. – 2024. – 19 октября. – URL: <https://dzen.ru/a/ZxPeNRE5S0yPjBYt?sid=174536806711247342> (дата обращения: 04.02.2026).

103. История бенто-тортов: как появились и почему стали популярными / BENTONOS тортики. – Текст : электронный // Дзен : [сайт]. – 2024. – URL: <https://dzen.ru/a/Zu7-GuWvJV70iy5O?sid=187025790318223641> (дата обращения: 04.03.2026).

104. Мельхер, Д. Трифолд в формате флипа от Infinix / Данил Мельхер. – Текст : электронный // Дзен : [сайт]. – 2025. – 4 марта. – URL: https://dzen.ru/a/Z8X_B8NMEjgIUVJs?sid=4601420071403444884 (дата обращения: 04.06.2026).

105. Моё новое увлечение: как им заниматься? – Текст : электронный // Алина : канал на платформе Дзен. – 2025. – 30 мая. – URL: <https://dzen.ru/a/aDmXizxXIAXd5d8P?sid=422351169191470290> (дата обращения: 04.05.2026).

106. Нейротреки вытесняют настоящий голос: как ИИ захватывает мировые и российские чарты / Нейросети. Способы заработка в интернете. – Текст : электронный // Дзен : [сайт]. – 2026. – 2 марта. – URL: <https://dzen.ru/a/aaSSj2DsmkdNhZrW?sid=151316096312244705> (дата обращения: 04.03.2026).

107. Что в чемодане подростка? / АннаМур. – Текст : электронный // Дзен : [сайт]. – 2026. – 16 мая. – URL: https://dzen.ru/a/agc0JPuzlCw_XDtX?sid=47354991023145959 (дата обращения: 04.02.2026).

108. Что такое мьюинг и при чем тут мемы с котами (уверены, вы видели это в соцсетях) / Flacon Magazine. – Текст : электронный // Дзен : [сайт]. – 2024. – 21 февраля. – URL: https://dzen.ru/a/ZdWZjnUP_F-1VeX3?sid=159880793570480793 (дата обращения: 04.05.2026).

Алфавитный список неологизмов:

1. альт-стиль
2. арт-дроп
3. арт-нейросеть
4. аура-маникюр
5. балеткор
6. барбикор
7. барбикорный
8. бенто-торт
9. блоккор
10. блоккор-образ
11. брайдалкор
12. брайдалкорный
13. вайб-дизайн
14. вонёнизм
15. вулфкат
16. горпкор
17. дейт
18. дейтинг
19. дейтинг-приложение
20. дейтинг-шоу
21. деталькор
22. джортсы
23. доллкор
24. дримкор
25. дримкорный
26. дубайский шоколад

- 27.зипка
- 28.зум-дисморфия
- 29.зум-тусовка
- 30.зумбомбинг
- 31.зумиться
- 32.ИИ-артист
- 33.ИИ-музыка
- 34.ИИ-музыкант
- 35.ИИ-трек
- 36.квадробика
- 37.киберсигилизм
- 38.кюттеркор
- 39.кокеткор
- 40.кокеткорный
- 41.колорблок
- 42.колорблок-комплект
- 43.колорблок-образ
- 44.комфорткор
- 45.комфорткорный
- 46.кор
- 47.корпкор
- 48.коттеджкор
- 49.коттеджкор-стиль
- 50.коттеджкор-эстетика
- 51.коттеджкорный
- 52.краффин
- 53.кронат
- 54.кронигири
- 55.кроффл

- 56.круки
- 57.куб-круассан
- 58.кубик-круассан
- 59.латте-макияж
- 60.лип-комбо
- 61.липкомбо
- 62.луksмаксинг
- 63.мермейдкор
- 64.мермейдкорный
- 65.мыльные ногти
- 66.мьюинг
- 67.нейромузыка
- 68.нейромузыкальный
- 69.нейротрек
- 70.нейроэстетика
- 71.офискор
- 72.офискорный
- 73.пов
- 74.ретинол-сэндвич
- 75.ретро-блоккор
- 76.рилс
- 77.рилсовый
- 78.свайси
- 79.свалти
- 80.скин-сайклинг
- 81.скинимализм
- 82.скинфлюенсер
- 83.слаггинг
- 84.слоу-тревел

- 85.смарт-кольцо
- 86.смарт-монокль
- 87.страмбл
- 88.супрем
- 89.теннискор
- 90.теннискорный
- 91.петрокерство
- 92.трифолд
- 93.уэнсдейкор
- 94.фешенфудкор
- 95.фиджитал-арт
- 96.фиджитал-искусство
- 97.флауэркор
- 98.флэт-круассан
- 99.фриджскейпинг
- 100. фэшнфудкор
- 101. худи-зипка
- 102. чистая девушка
- 103. шортс
- 104. эксплорейшеншип
- 105. японди
- 106. clean girl/клин гёрл
- 107. LED-маска
- 108. Y2K
- 109. Y3K