

RU

## Иноязычное заимствование как один из механизмов неологизации дискурса индустрии красоты (на материале английского и русского языков)

Мельникова Е. Ю.

**Аннотация.** В статье проводится сравнительно-сопоставительный анализ иноязычных заимствованных языковых единиц в англо- и русскоязычном дискурсе индустрии красоты. Целью исследования является выявление специфики процесса заимствования как одного из способов неологизации исследуемого дискурса на материале двух разноструктурных языков. Научная новизна заключается в том, что впервые осуществлены комплексное описание и систематизация английских и русских заимствованных неологизмов в дискурсе индустрии красоты, который рассматривается как самостоятельный гибридный тип дискурса. На основе языкового материала проведено исследование неологизмов-заимствований согласно критерию «оправданности», определены ключевые способы заимствований новых слов в обоих языках, выделены типы заимствований. Результаты научного исследования показали, что неологизация англоязычного дискурса индустрии красоты посредством заимствований характеризуется низкой активностью – 10 языковых единиц (3,33%), 100% оправданные, в отличие от русскоязычного дискурса, который характеризуется высокой интенсивностью заимствований – 180 единиц (60%), из них 83,33% оправданные, 16,67% неоправданные. Английский язык является главным источником заимствований для русскоязычного дискурса индустрии красоты (95%), которые проявляют дальнейшую интенсивную словообразовательную продуктивность, что позволяет нам говорить о субординатном положении русскоязычного дискурса индустрии красоты по отношению к англоязычному дискурсу.

EN

## Foreign-language borrowing as a mechanism of neologization in the beauty-industry discourse (based on English and Russian materials)

E. Y. Melnikova

**Abstract.** The article presents a comparative analysis of foreign-language borrowed lexical items in the English- and Russian-language discourses of the beauty industry. The aim of the study is to reveal the specifics of borrowing as one of the mechanisms of neologization in the investigated discourse, based on material from two structurally different languages. The scientific novelty lies in the first comprehensive description and systematization of English and Russian borrowed neologisms within the beauty-industry discourse, which is treated as an autonomous hybrid discourse type. Using the linguistic material, the study examines loanword neologisms according to the criterion of appropriateness, identifies key borrowing strategies for new words in both languages, and classifies types of borrowings. The research results show that neologization of the English-language beauty-industry discourse via borrowings is characterized by low activity – 10 lexical units (3.33%), all of which are deemed appropriate – in contrast to the Russian-language discourse, which demonstrates a high intensity of borrowings – 180 units (60%), of which 83.33% are appropriate and 16.67% – inappropriate. English is the principal source of borrowings for the Russian-language beauty-industry discourse (95%); these borrowings further display intensive derivational productivity, which allows us to speak of the subordinate position of the Russian beauty-industry discourse relative to the English discourse.

### Введение

Традиционно считается аксиомой, что язык функционирует исключительно в тесной связи с социумом, являясь основным инструментом коммуникации. Языковые изменения, рассматриваемые в лингвистической парадигме как отражение культурных, социальных и научных процессов, имеют причинно-следственную

связь с историческими периодами, политическими событиями и различного рода трансформациями в образе жизни, менталитете и сознании общества.

Важнейшим процессом, предопределяющим количественные и качественные изменения лексического состава языка, является интенсивное пополнение последнего посредством неологизации. В данной работе под неологизацией мы понимаем процесс образования новых слов, охватывающий все уровни языка, который протекает под влиянием движущих сил, из которых одни «связаны с вербализацией актуальной картины мира и служат целям номинации появляющихся в объективной действительности новых предметов, явлений, признаков, другие связаны с реализацией коммуникативной функции языка и отвечают потребности в улучшении языковой техники» (Сенько, 2007, с. 66).

Поскольку процесс появления новых языковых единиц носит активный и непрерывающийся характер, исследование неологизации может считаться перманентно актуальным направлением в современной лингвистике, обеспечивающим глубокое понимание природы языка и его взаимосвязи с обществом. Изучение механизмов и закономерностей порождения новых слов дает ключ к пониманию внутренних законов языка, способствующих его развитию и обновлению, что, безусловно, является важным инструментом для выявления потенциальных возможностей и границ языковой системы.

Индустрия красоты предстает как одно из наиболее многогранных социально-культурных явлений современности, выполняющее роль регулятора взаимодействий среди представителей различных социально-профессиональных групп. Мы характеризуем индустрию красоты как комплексную интегративную многоэлементную систему, генерирующую особый тип дискурса (Мельникова, 2025). Настоящая работа проводится в рамках предпринятых ранее попыток выделения и исследования дискурса индустрии красоты в качестве самостоятельного гибридного типа дискурса, существующего на пересечении с другими типами дискурса (Melnikova, 2023).

В работе выдвигается гипотеза о том, что англоязычный дискурс индустрии красоты доминирует и становится основным источником неологизации русскоязычного дискурса. Достижение поставленной цели и подтверждение выдвинутой гипотезы предполагает решение ряда задач: систематизировать отобранные неологизмы, определить частотность и количественное соотношение иноязычных заимствований в дискурсе индустрии красоты английского и русского языков, провести контекстный и сравнительно-сопоставительный анализ, интерпретировать полученные результаты.

При решении поставленных задач использовалась следующая методология: метод сплошной выборки, применявшийся для систематического отбора неологизмов-заимствований из англо- и русскоязычных текстов дискурса индустрии красоты, структурно-семантический анализ, позволивший классифицировать неологизмы по типам заимствований, лингвокультурный анализ, осуществлявшийся для интерпретации культурно-специфичных концептов и оценки оправданности заимствований, метод количественного подсчета, использовавшийся для определения частотности, построения количественных и процентных пропорций, а также установления словообразовательной продуктивности иноязычных лексем в русскоязычном дискурсе индустрии красоты. Выбор методов обусловлен необходимостью комплексного описания, классификации и интерпретации неологизмов-заимствований как одного из способов неологизации исследуемого дискурса, а также выявления различий реализации данного способа образования новых языковых единиц в английском и русском языках.

Теоретические основы выполненного исследования базируются на трудах представителей отечественной и зарубежной науки, чьи научные изыскания касаются ключевых аспектов заявленной тематики. В области дискурса и дискурс-анализа основополагающими стали работы таких ученых, как Н. Ф. Алефиренко (2024), В. Н. Бабаян (2017), В. И. Карасик (2004), В. Н. Степанов (2003), Т. А. van Dijk (2008), Р. Simpson (2003). Понимание сущности неологизации базируется на исследованиях Л. Ю. Касьяновой (2009), С. Х. Липириди, В. В. Катерминой (2025), О. В. Косович (2014), Н. З. Котеловой (2015), И. С. Криворучко (2024), Д. Г. Орловой (2025), Е. В. Сенько (2007), Л. В. Шалиной (2007). Значимыми в контексте данного исследования выступают труды Э. Ф. Володарской (2002), Е. А. Ждановой (2019), Н. А. Лабашевой, В. С. Ищенко (2017), Д. С. Лотте (1982), А. А. Реформаторского (1996), А. В. Синицына (2014), А. McMahon (1995), посвященные исследованию процесса заимствования как языкового феномена, его роли в расширении словарного состава языков, определению критериев, дающих основания для различных классификаций иноязычных лексем.

Эмпирический материал представлен 600 неологизмами англо- и русскоязычного дискурса индустрии красоты (300 английских и 300 русских языковых единиц), взятыми из текстов, опубликованных в период с 2008 по 2025 год в открытых массмедийных ресурсах общей направленности (Лениздат, РБК, Семь дней, Cntraveller.com, Forbes, The Guardian, The Independent), тематической направленности (Дзен, Рив Гош, Allure, Marie Claire), а также из онлайн-словарей новых слов: Cambridge Dictionary и информационно-поискового лексикографического ресурса «Новое в русской лексике. Словарные материалы» Института лингвистических исследований Российской академии наук.

Практическая значимость работы: материалы исследования могут быть использованы в вузах гуманитарного направления при изучении теоретического и сравнительно-сопоставительного языкознания, лексикологии и неологии, в лингвокультурологических и межкультурных исследованиях.

## Обсуждение и результаты

Обзор научной литературы в области дискурса и дискурс-анализа показал, что в научной парадигме нет однозначности в определении самого понятия «дискурс». Так, согласно Т. А. ван Дейку, дискурс в широком смысле является коммуникативным событием (Dijk, 2008). В. Н. Бабаян (2017, с. 79) трактует дискурс в рамках

интегративной концепции, включающей элементы коммуникативного, прагмалингвистического, психолингвистического и социолингвистического подходов, которые обеспечивают учет условий продуцирования и восприятия сообщения (дискурса) и ситуацию его реализации. В работе Н. Ф. Алефиренко (2024, с. 39) «Дискурс как речемыслительный субстрат текста» анализируется онтологический статус дискурса, который, находясь в речемыслительном регистре коммуниканта, не является исключительно языковым, речевым или жанровым. В. Н. Степанов (2003) рассматривает дискурс как комплексный речевой жанр и выделяет особый тип дискурса – провокативный. П. Симпсон, исследуя сатиру в качестве культурно-обусловленной дискурсивной практики, определяет дискурс как уровень языковой организации, превосходящий уровень предложения, а также как тип смыслового потенциала, возникающий из взаимодействия текста и контекста (Simpson, 2003).

С учетом приведенных трактовок дискурса и опираясь на социолингвистический подход к изучению дискурса, предложенный В. И. Карасиком (2004), мы считаем дискурс индустрии красоты самостоятельным типом дискурса, который характеризуется амбивалентностью, поскольку сочетает черты как институционального статусно-ориентированного типа дискурса, функционирующего в рамках профессиональной коммуникации, связанной с различными сегментами индустрии красоты (развитием косметологических и эстетико-медицинских технологий, разработкой, производством и реализацией косметической продукции и оборудования и т. п.) с использованием текстовых, аудио- и видеоформатов в средствах массовой информации, маркетинге, рекламе и социальных сетях, так и персонального, реализующегося в бытовых коммуникациях, например в беседе подруг о модных стрижках (Melnikova, 2023).

Неологизация является перманентным маркером дискурса индустрии красоты, отражающим необходимость номинации регулярно возникающих новых технологий, концепций, услуг, продукции и т. п., что вызвано динамичным развитием этой индустрии. В данной работе принято следующее определение неологизмов: «...слова, значения слов или сочетания слов, появившиеся в определенный момент в каком-либо языке или использованные один раз (“оказиональные” слова) в каком-либо тексте или акте речи» (Горшков, 1979, с. 131).

Следует отметить, что в научной литературе по неологии нет универсального установленного срока, в течение которого слово считается неологизмом. Согласно точке зрения П. Гилберта, статус неологизма сохраняется за словом на протяжении десятилетия, тогда как по З. Кзю этот период длится от 15 до 20 лет (Косович, 2014). Современные словари неологизмов охватывают периоды от 1 года до 50-100 лет в зависимости от задач: короткий срок для фиксации новейших языковых единиц, длинный – в целях диахронического анализа. Примером «столетнего» словаря неологизмов служит разрабатываемый в Институте лингвистических исследований Российской академии наук «Словарь русского языка XIX века». «Следовательно, время нейтрализации неологизмов, вошедших в язык, – величина, не определяемая заранее» (Левашов, 2012, с. 312). В мировой неографии средний хронологический охват изданных словарей-неологизмов составляет приблизительно 20 лет (время жизни одного поколения) (Левашов, 2012, с. 312-313). Н. З. Котелова не устанавливает четкого временного периода, в течение которого слова считаются неологизмами, поэтому определяет их как «новые слова какого-либо периода по отношению к какому-нибудь из предшествующих периодов, т. е. такие слова какого-либо периода, которых не было в предшествующий период» (2015, с. 189). Поддерживая данную точку зрения, Л. В. Шалина (2007) трактует неологизмы в качестве слов, отразивших реалии того или иного временного среза, установленного исследователем.

Термин «заимствование» является относительно новым обозначением того, что ранее называлось «смешением языков», и в широком смысле обозначает попытку переноса элементов одного языка в другой (McMahon, 1995, p. 201). В работе принимается утверждение о том, что неологизм-заимствование является либо элементом чужого языка, перенесенным из одного языка в другой в результате языковых контактов, либо новой лексической единицей, образованной за счет ресурсов собственного языка на основе иноязычной лексической единицы (Синицын, 2014, с. 9).

В результате проведенного исследования установлено, что количество неологизмов-заимствований в английском языке малочисленно – 10 языковых единиц, в русском языке их число равняется 180 языковым единицам. Процентная пропорция полученных результатов представлена на Диаграмме 1.

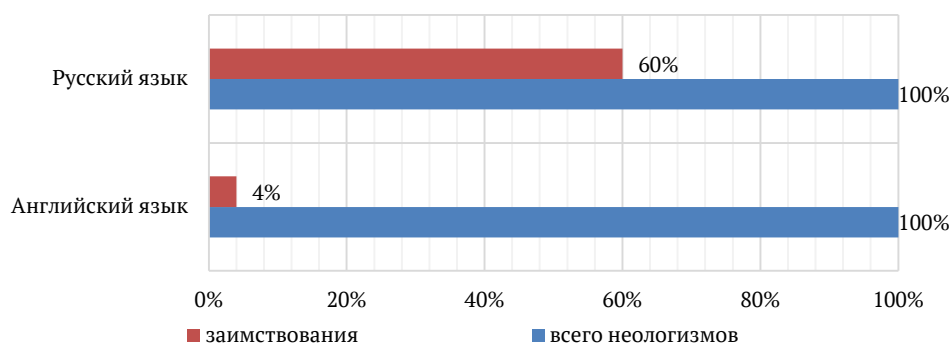


Диаграмма 1. Процентное соотношение неологизмов-заимствований в дискурсе индустрии красоты английского и русского языков

Малочисленность заимствований в англоязычном дискурсе индустрии красоты обусловлена доминирующей ролью английского языка как основного языка коммуникации в сфере индустрии красоты в глобальном контексте, в связи с чем новые реалии и концепты получают наименование преимущественно его средствами.

Исследование показало, что английский язык выступает главным языком-источником для заимствований-неологизмов в русскоязычном дискурсе индустрии красоты, всего выявлена 171 языковая единица (95% из 180 неологизмов-заимствований), в то время как из других языков (японского, китайского, испанского и др.) отмечено только 9 заимствованных единиц (5% из 180 неологизмов-заимствований), при этом не представляется возможным дать однозначное заключение о прямом или опосредованном (через английский язык) характере заимствований, что требует дальнейшего анализа на основе корпуса текстов в рамках специализированного исследования. Например, русский неологизм «*камифубуки*» (в японском языке означает буквально «конфетти») – блески различной формы и цвета, используемые для украшения ногтей: «При покупке 2-х геляков *камифубуки* – в подарок!» (Новое в русской лексике, 2016) – может быть заимствован как напрямую из японского языка, так и опосредованно через английский неологизм “*kamifubuki*”.

Многочисленные лингвистические исследования свидетельствуют о наличии существенного интереса ученых к процессу заимствований, вместе с тем на данный момент единой типологии заимствований не разработано.

Д. С. Лотте выделяет следующие виды заимствований: оригинальные (прямые, материальные) заимствования предполагают прямой перенос звуковой или графической формы иноязычной единицы и ее семантического значения; переводные заимствования включают точно переведенные или преобразуемые в момент перевода слова и словосочетания; смешанные заимствования, или гибриды, представляют собой комбинацию оригинальных и переводных заимствований (Лотте, 1982).

Применение указанной классификации к анализу языкового материала позволило получить следующие результаты (Таблица 1).

**Таблица 1.** Частотность различных видов заимствований в англо- и русскоязычном дискурсе индустрии красоты из 300 неологизмов в каждом языке в количественном и процентном соотношении

Виды заимствований	Оригинальные заимствования		Переводные заимствования		Смешанные заимствования	
	Кол-во единиц	Проценты	Кол-во единиц	Проценты	Кол-во единиц	Проценты
Английский язык	9	90	1	10	0	0
Русский язык	105	58,33	45	25	30	16,67

Таким образом, в англоязычном дискурсе индустрии красоты зафиксированы только оригинальные и переводные заимствования, в русскоязычном дискурсе индустрии красоты выделены все три типа заимствований с наибольшей долей оригинальных заимствований.

Рассмотрим примеры оригинальных заимствований в англоязычном дискурсе индустрии красоты. Значимость макияжа как инструмента выражения индивидуальности и самооценки обуславливает активное развитие данного сегмента индустрии красоты и заимствование уникальных средств и методов его нанесения из других культур, например, “*kabuki*” номинирует кисть грибовидной формы для нанесения тональных средств или пудры, которую изначально использовали актеры японского театра кабуки: “A *kabuki* brush is designed with a flat top that makes it ideal for buffing on powder and mineral foundations” (Artis. 2023. <https://www.byartis.com/post/the-best-foundation-brushes-that-apply-makeup-seamlessly>). / «Кисть кабуки отличается плоским основанием, идеально подходящим для растушевки пудровых и минеральных тональных основ» (здесь и далее перевод выполнен автором статьи. – Е. М.).

Ряд языковых единиц был заимствован в английский язык из сферы оздоровительных процедур и ухода за кожей как отражение растущего интереса к аутентичным практикам, улучшающим внешний вид и общее самочувствие, например, “*guasha*” – заимствование из китайского языка с целью номинации особой техники массажа с использованием специального скребка из розового кварца: “*Gua sha*: from blotchy bruising to a beauty trend du jour” (The Guardian. 2022. <https://www.theguardian.com/fashion/2022/may/17/gua-sha-from-blotchy-bruising-to-a-beauty-trend-de-jour>). / «Гуа ша: эволюция от разноцветных синяков к модному бьюти-направлению»; “*konjac* sponge” – пористая губка для ежедневного умывания из волокна растения *Amorphophallus konjac*, обладающая очень мягкой текстурой и антисептическими свойствами, которая исторически использовалась японскими фермерами для очищения нежной кожи младенцев: “By now, you’ve probably heard of a *konjac* sponge... The squishy, teardrop-shaped sponge has been hailed as a game-changing skincare tool over the last few years” (Marie Claire. 2018. <https://www.marieclaire.com/beauty/a23879130/konjac-sponge-how-to/>). / «Вероятно, вы уже слышали о коньяк-спонже, упругой губке в форме капли, ставшей настоящим открытием в уходе за кожей в последние годы»; “*onsen*” – традиционные японские термальные ванны для оздоровления и улучшения тонаса кожи: “Despite the technological advances in skin care coming from Asia, Japanese women still consider *onsens* a fundamental part of their beauty regimen” (Allure. 2016. <https://www.allure.com/story/japanese-hot-springs-onsen>). / «Несмотря на инновации в уходовых средствах для кожи, японские женщины по-прежнему считают онсэн неотъемлемой частью своего ритуала красоты».

Неологизм “*aufguss*” заимствован из немецкого языка – “a type of sauna session where a trained expert uses perfumed oils, special lighting and music to create an experience said to be good for physical and mental health” (Cambridge Dictionary. 2026. <https://www.cambridge.org/news-and-insights/cosymaxxing-to-quadrobs-wellness-words-for-2026>). / «Особый вид программы в сауне, при которой сертифицированный мастер сочетает использование ароматических масел, световых эффектов и музыкального оформления»: “Candlelit and subterranean, Barcelona’s best spa blends Roman-style bathing with expert-led *aufguss* sessions” (Cntraveller.com. 2025. <https://www.cntraveller.com/article/aufguss-the-wacky-wellness-ritual-taking-over-european-spas>). / «Подземное царство свечей и тепла: лучший спа-курорт Барселоны гармонично сочетает изысканные римские купели с мастерски проведенными сеансами аугфгусс». Неологизм “*zumba*” – “a form of exercise that uses dance moves and Latin music” (Cambridge Dictionary. 2011. <https://dictionaryblog.cambridge.org/2011/10/31/new-words-31-october-2011/>). / «Вид физической нагрузки, включающий танцевальные элементы под латиноамериканскую музыку» – заимствован из немецкого языка и отражает связь индустрии красоты со спортом: “Do 30 minutes of cardiovascular exercise (jogging, cycling, brisk walking, football, Zumba...) at least three times a week” (Cambridge Dictionary. 2011. <https://dictionaryblog.cambridge.org/2011/10/31/new-words-31-october-2011/>). / «Выполняйте кардиотренировки продолжительностью минимум 30 минут (например, бег трусцой, велоспорт, быстрая ходьба, футбол, Зумба и др.) не менее трех раз в неделю».

Примером переводного заимствования из японского языка является языковая единица “*smell harassment*”, которая описывает ситуации, когда сильные или неприятные запахи от человека, например из-за используемых в чрезмерном количестве духов, вызывают дискомфорт окружающих: “*Smell harassment*, ‘sumehara’, is the word used for people who are selfish enough to wear strong smelling perfume that is intrusive” (City-Cost. 2025. <https://www.city-cost.com/blogs/BigfamJapan/w2yBe-fashion/>). / «‘Домогательство запахом’ (“сумэхаара”) характеризует лиц, достаточно эгоистичных, чтобы применять агрессивно пахнущие ароматы, причиняющие дискомфорт».

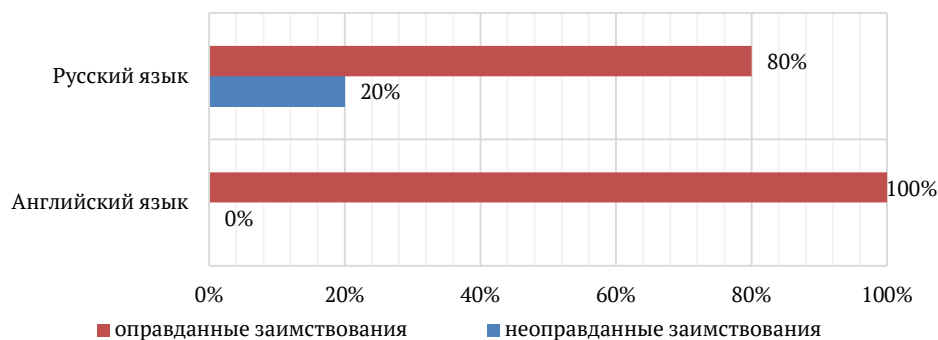
Перейдем к рассмотрению заимствований в русскоязычном дискурсе индустрии красоты. К оригинальным заимствованиям относятся следующие неологизмы: «*дрэг-мейкан*» (от англ. “*drag makeup*”) – сверхэкспрессивный яркий макияж: «Косметика <бренда> идеально подходит для *дрэг-мейкана*, и каждая из их помад отлично вписывается в мой макияж» (Новое в русской лексике, 2019); «*конфетти-глиттер*» (от англ. “*confetti glitter*”) – разноцветные декоративные блестки разного размера для макияжа и маникюра: «...а два новых топа с *конфетти-глиттером* вмиг сделают его еще более праздничным» (Новое в русской лексике, 2016); «*патч-филлер*» (от англ. “*patch filler*”) – омолаживающее средство для лица в виде маски с микроглами, наполненными гиалуроновой кислотой: «Новый *патч-филлер* Librederm содержит микроиглы гиалуроновой кислоты» (Новое в русской лексике, 2015).

Примерами переводных заимствований являются: «*гиалуроновые усы*» (от англ. “*hyaluronic mustache*”) – результат чрезмерного использования инъекций гиалуроновой кислоты для увеличения губ: «Важно понимать, что гиалуроновые усы – это проблема, которую можно предотвратить и исправить» (Эстетика Групп. 2023. <https://estetica-group.ru/gialuronovye-usy-cto-eto-i-kak-ih-izbezhat/>); «*анализатор кожи*» (от англ. “*skin analyzer*”) – высокотехнологичное устройство для спектральной диагностики состояния кожи лица: «*Анализаторы кожи*: как они функционируют и зачем нужны специалисту-косметологу» (Мегаполис Эстетик. 2025. <https://www.m-estetik.ru/poleznaya-informacia/analizatory-kozhi-kak-oni-funkcioniruyut-i-zachem-nuzhny-specialistu-kosmetologu/>); «*молекулярная парфюмерия*» (от англ. “*molecular perfumery*”) – ароматы, которые составлены из компонентов синтетического происхождения: «*Молекулярная парфюмерия...* В сводках парфюмерных новостей сегодня довольно часто проскакивает это сочетание» (AromaCODE.ru. 2020. <https://aromacode.ru/blog/pro-molekulyarnuyu-parfumeriyu/>).

Смешанные заимствования: «*глиттер-станция*» (от англ. “*glitter station*”) – передвижная точка на празднике, где всем желающим наносят декоративные блестки на лицо и тело: «Снова заработает *глиттер-станция*: будут бесплатно украшать блестками и стразами всех желающих» (Новое в русской лексике, 2018); «*блюр-крем*» (от англ. “*blur cream*”) – крем для лица, визуально выравнивающий тон кожи: «Помимо моментального эффекта многие *блюр-кремы* обещают улучшить “качество” кожи и в долговременной перспективе» (Новое в русской лексике, 2014); «*нейл-искусство*» (от англ. “*nail-art*”) – искусство художественного украшения и росписи ногтей: «В ее основе – конфетно-розовые оттенки, а также детали в виде рюшей, кружева и бантиков, которые из моды успешно перекочевали и в *нейл-искусство*» (theGirl. 2024. <https://thegirl.ru/articles/nayvypusknoi-i-v-univer-13-variantov-stilnykh-manikyurov-ot-kitayanok-na-vesnu-letu-2024/>).

Одним из критериев классификации заимствований в лингвистике является дихотомия «необходимость / отсутствие необходимости» заимствований для принимающего языка. В труде российских ученых Н. А. Лабашиевой, В. С. Ищенко (2017) заимствование трактуется как оправданное в тех случаях, когда оно используется с целью номинации новых явлений или понятий, которых ранее в принимающем языке не существовало, и как неоправданное – в случае наличия у заимствованной языковой единицы синонимов в языке-реципиенте. Зарубежные лингвисты V. Pulcini, C. Furiassi, F. Rodriguez Gonzales (2012) используют термины “necessary loans” (букв. «необходимые заимствования») и “luxury loans” (букв. «избыточные заимствования»).

Применение данного критерия к исследованию языкового корпуса позволило получить следующие результаты (Диаграмма 2).



**Диаграмма 2.** Процентное соотношение оправданных и неоправданных заимствований в англо- и русскоязычном дискурсе индустрии красоты

Из представленного анализа следует, что все заимствования в англоязычном дискурсе индустрии красоты отнесены к категории оправданных, поскольку они функционируют как единицы первичной номинации уникальных практик и концептов, пришедших из других лингвокультур, например, “*guasha*” номинирует конкретную китайскую массажную технику (и соответствующий инструмент для массажа), которая не может быть в полном объеме передана словами “*face massage*” (букв. «массаж лица») или “*scraping*” (букв. «выскабливание»); “*zumba*” репрезентует особый формат тренировок, смысл которых не исчерпывается лексемами “*aerobics*” (букв. «аэробика») или “*dance class*” (букв. «занятие танцами»).

В русскоязычном дискурсе индустрии красоты результативная картина несколько иная: 150 заимствований-неологизмов (83,33% из 180 единиц) можно считать оправданными, например заимствованные из английского языка неологизмы «*скинергетика*», «*GLEED-маска*», «*ретинол-сэндвич*», которые обозначают новые концепции, технологии или процедуры, не отраженные языковыми средствами русского языка. Попытки перевести эти единицы описательно, а именно «направление в создании косметических средств, постулирующее содержание максимального количества естественных полезных компонентов в одном виде косметики для ухода за кожей» (Новое в русской лексике, 2022), «прибор в виде маски для ухода за кожей лица и шеи, действующий световыми волнами на разные слои кожи, а также осуществляющий массаж с помощью гальванических элементов» (Новое в русской лексике, 2022), «способ нанесения средств для ухода за кожей лица в определенной последовательности, по принципу сэндвича: увлажняющий крем, препарат с ретинолом, увлажняющий крем» (Новое в русской лексике, 2023), приводит к избыточной длине и возможным проблемам в коммуникации.

Не соответствует критерию «оправданности» заимствований 30 языковых единиц (16,67% из 180 единиц), поскольку данные заимствования не обусловлены необходимостью заполнения лакун, а вызваны скорее языковой модой и статусностью английского языка, а также дублируют уже имеющиеся русские аналоги: например, «тренди» – «модный», «лакшери» – «роскошный» «бьюти-бокс» – «набор косметики», «глоу скин» – «сияющая кожа».

Исследование показало, что характерной чертой неологизации русскоязычного дискурса индустрии красоты является высокая словообразовательная продуктивность оригинальных неологизмов-заимствований из английского языка, которые становятся основой для дальнейшего образования слов в русском языке. Нами отмечена особая интенсивность словосложения существительных по схеме N1+N2, в результате которого образуются композиты, где N1 – оригинальная заимствованная иноязычная лексема, N2 – единица языка-реципиента.

Всего отмечено 129 таких языковых единиц из общего количества отобранных русских неологизмов.

Полученные данные демонстрируют значительное преобладание трех ключевых лексем: «бьюти», «антиэйдж» и «смарт». Доминирование лексемы «*бьюти*» (англ. “*beauty*” – букв. «красота») объясняется ее ролью универсального гиперонима и ключевого концепта исследуемого дискурса: «Вдохновиться на *бьюти-инвентаризацию* легко – посмотрите, какие образы предлагают нам визажисты с прошедших модных недель» (Новое в русской лексике, 2016); «Работать с селебрити интересно, но, думаю, это гигантская *бьюти-среда* с огромной долей ответственности» (Собака.ru, 2022). Вторая по частоте лексема «*антиэйдж*» (англ. “*anti-age*” – букв. «противовозрастной») номинирует популярное направление услуг и процедур в индустрии красоты, связанное с предотвращением возрастных изменений кожи и поддержанием ее молодости: «Позитивное мышление и управление стрессом – безусловные составляющие успеха любой *антиэйдж-стратегии*» (РБК, 2025); «РБК запускает первый в России *антиэйдж-журнал*» (Лениздат.ru. 2008. <https://lenizdat.ru/articles/1060472/>). Третье место занимает лексема «*смарт*» (от англ. “*smart*” – букв. «умный»), отражающая внедрение высокотехнологичных инновационных решений в индустрию красоты, например устройства для домашнего ухода на основе искусственного интеллекта, персонализированные формулы косметических средств, созданные с учетом индивидуальных потребностей покупателя: «*Смарт-зеркала* анализируют кожу и дают рекомендации» (РБК, 2025); «Разбираемся, что такое *смарт-уход* и в чем феномен интеллектуальной косметики» (SUNMAG.ME. 2024. <https://sunmag.me/krasota/15-01-2024-smart-uhod-ili-chto-takoe-intellektualnaya-kosmetika.html>); «И если это *смарт-сыворотка*, она раскроет полностью и свои возможности, и потенциал крема при взаимодействии с ним» (Дзен. 2022. <https://dzen.ru/a/YoFCPECSox3d4xNK?ysclid=ml7ziq2ynr540465210>). Лексема «*нейл*» (от англ. “*nail*” – букв. «ноготь») используется для номинации реалий, относящихся к сфере ногтевого сервиса – эстетико-

гигиенических процедур, таких как маникюр, педикюр, укрепление, моделирование и художественное оформление ногтей, уход за кожей рук и ног: «*Нейл-школа* в Москве. К нам легко добраться с любого конца Москвы: метро Дмитровская, Складочная улица, 1, строение 13» (Neo Nail Professional School. 2025. <https://test1.neonail.ru/school/>); «Наши базовые *нейл-курсы* идеально подходят для тех, кто: • Обучиться на маникюр в короткие сроки» (ParisNail School. 2026. <https://parisnail.ru/school/manikyur/bazovyye-kursy?ysclid=ml7z1mvykn668283376>); «*Нейл-ропись* настолько неограниченна в выборе и замысловатости, что любой ваш задуманный рисунок или логотип можно поместить на ногтях» (Nails Profi. 2025. <https://nailsprofi.ru/stati/modelirovanie-nogtey.html>).

Производство композитов с лексемами «броу» и «лэш» интенсивнее, чем с другими лексемами, вследствие актуальности данных сегментов индустрии красоты. В последние годы брови и ресницы стали считаться важнейшими элементами макияжа, поэтому процедуры оформления бровей и ресниц стали особенно востребованными, поскольку они создают эффект ухоженного лица и добавляют выразительности глазам. Лексема «лэш» (от англ. “lash” – букв. «ресница») номинирует реалии в сфере эстетического ухода за ресницами, включая процедуры наращивания, ламинирования, долговременной окраски: «*Лэш-индустрия: бьюти-сфера, специализирующаяся на наращивании молодым (и не только) дамам*» (TenChat. 2024. <https://tenchat.ru/media/209203-koroche-reklama-leshindustriya?ysclid=ml7zk3ptlu262308464>); «Быть топовым *лэш-мастером* – это не только умение наращивать ресницы»; «*Лэш-эксперт* – это мастер, который обладает глубокими знаниями и многолетним опытом в области наращивания ресниц» (Ресницы хозяйки. Beauty-блог. 2025. <https://moda.oslovah.ru/kak-nazyvayut-masterov-po-narashchivaniyu-resnits-na-angliyskom/?ysclid=ml7zpub0ic141181573>); «Патчи, глиттер и *лэш-терапия*, – причудливо говорила красавишна. Умела она рассказать, чем грим отличается от мейкапа...» (КЛОПС.RU. 2025. <https://special.klops.ru/fantastic>). Композиты с лексемой «броу» (от англ. “brow” – букв. «бровь») обозначают профессии, продукты и процедуры, связанные с уходом за бровями: «Какими навыками и качествами должен обладать *броу-мастер*, чтобы стать успешным» (Троицкий вариант – Наука. 2023. <https://www.trv-science.ru/2023/08/kakimi-navykami-i-kachestvami-dolzhen-obladat-brou-master-chtoby-stat-uspeshnym/>); «Вообще в азиатских странах настоящим культом бровей, и тренды задают именно мужчины, их учат *броу-коррекции* с молодых ногтей... Чтобы подчеркнуть такие брови в макияже можно использовать только *броу-пудру* или гель... Что точно вы можете освоить сами без помощи профи – это *броу-макияж*» (7Дней.ru. 2019. <https://7days.ru/news/trendy-brovey-2020-ot-iriny-pegovoy-aglai-tarasovoy-i-drugikh-zvezd.htm>).

Лексема «пилинг» (от англ. “peeling” – букв. «отшелушивание») используется для номинации косметических средств и процедур, предназначенных для стимуляции процессов регенерации и омоложения кожи: «Ваша кожа станет гладкой и бархатистой уже после первой процедуры *пилинг-массажа*» (MUSTMED. 2025. <https://mustmed.ru/service/spa/piling-massazh-tela-tri-v-odnom/>); «Бюджетная *пилинг-мочалка* из магазина Фикс Прайс заменит все банки со скрабами» (IRecommend.ru. 2024. <https://irecommend.ru/content/byudzhelnaya-piling-mochalka-iz-magazina-fiks-prajs-zamenit-vse-banki-so-skrabami>); «*Пилинг-смесь* на основе растительных масел и минералов Мертвого моря...» (Рив Гош. 2025. <https://rivegauche.ru/product/alma-k-purify-gentle-milky-body-scrub>).

Менее частотными являются лексемы «фейс» (от англ. “face” – букв. «лицо») и «боди» (от англ. “body” – букв. «тело»), которые уточняют различные направления ухода за кожей лица и тела: «Чем еще полезен *боди-массаж*? расслабляет и снимает стресс, улучшает состояние кожи» (1-number.ru. 2024. <https://1-number.ru/chto-takoe-bodi-massazh-kak-pravilno-delat-bodi-massazh-chtoby-poluchit-maksimalnoe-udovolstvie.html>); «Классический *фейс-уход* включает демакияж, глубокое очищение, пилинг, тонизацию, нанесение маски по типу кожи» (TenChat. 2025. <https://tenchat.ru/media/3241010-ukhod-za-litsom-v-moskve-top10-luchshikh-predlozheniya-dlya-tekh-kto-tsenit-kachestvo-i-ekonomiyu>).

Результаты исследования продуктивности рассмотренных иноязычных лексем в русском языке представлены в Таблице 2.

**Таблица 2.** Словообразовательная продуктивность иноязычных лексем, заимствованных в русский язык из английского языка, в количественном и процентном отношении

Лексема	Количество единиц	Процент
«бьюти»	50	38,76
«антиэйдж»	19	14,73
«смарт»	15	11,63
«нейл»	11	8,53
«лэш»	9	6,98
«броу»	9	6,98
«пилинг»	7	5,43
«Фейс»	5	3,88
«боди»	4	3,10

Таким образом, мы видим, что заимствованные единицы, интегрируясь в систему принимающего языка, формируют условия для дальнейшего развития словарного состава, расширяя диапазон языковых возможностей.

## Заключение

В результате проведенного сравнительно-сопоставительного анализа иноязычных заимствований как механизма неологизации дискурса индустрии красоты получена следующая статистическая картина: англоязычный

дискурс характеризуется низкой долей заимствований (10 единиц, 3,33% из 300 неологизмов), в отличие от русскоязычного (180 единиц, 60% из 300 неологизмов), при этом подавляющее большинство приходится на заимствования из английского языка (171 единица, 95% из 180 неологизмов-заимствований).

На основании типологии заимствований Д. С. Лотте в англоязычном дискурсе индустрии красоты зафиксированы только оригинальные (9 единиц, 90% из 10 единиц) и переводные (1 единица, 10% из 10 единиц) заимствования, в русскоязычном дискурсе индустрии красоты выделены все три типа заимствований: оригинальные заимствования (105 единиц, 58,33% из 180 единиц), переводные заимствования (45 единиц, 25% из 180 единиц) и смешанные заимствования (30 единиц, 16,67% из 180 единиц).

В русскоязычном дискурсе индустрии красоты отмечена высокая словообразовательная продуктивность заимствованных англоязычных языковых единиц, образующих N1+N2-композиции (129 языковых единиц). Особую динамику в словообразовании проявляют лексемы «бьюти» (50 единиц, 38,76% из 300 неологизмов), «антиэйдж» (19 единиц, 14,73% из 300 неологизмов), «смарт» (15 единиц, 11,63% из 300 неологизмов), отражающие актуальные направления индустрии красоты.

На основании критерия «оправданности/неоправданности» все 10 заимствований (100% из 10 заимствованных единиц) в англоязычном дискурсе признаны оправданными, поскольку отражают аутентичные реалии других лингвокультур («gua sha», «onsen» и др.), в русскоязычном дискурсе – 150 единиц (83,33% из 180 заимствованных единиц) неологизмов-заимствований могут считаться оправданными («скинергетика», «GLED-маска» и др.) и 30 единиц (16,67% из 180 заимствованных единиц) – неоправданными («тренди», «лакшери» и др.).

Полученные результаты подтвердили гипотезу о доминировании англоязычного дискурса индустрии красоты как источника неологизации русскоязычного дискурса, что свидетельствует о его субординатном положении.

Перспектива дальнейшего изучения неологизмов-заимствований дискурса индустрии красоты определяется необходимостью уточнения аспектов их прагматического функционирования в языке и речи. Изучение специфики интеграции неологизмов-заимствований в принимающий язык открывает возможность рассмотрения современных процессов языковых контактов и выбора переводческих стратегий, способствующих осуществлению эффективной коммуникации между участниками исследуемого дискурса.

#### Материалы исследования | Research materials

1. Дзен. <https://dzen.ru>
2. КЛОПС.RU. <https://special.klops.ru>
3. Лениздат.ru. <https://lenizdat.ru>
4. Мегapolis Эстетик. <https://www.m-estetik.ru/>
5. Новое в русской лексике. Словарные материалы. <https://neolex.iling.spb.ru>
6. РБК. <https://style.rbc.ru>
7. Ресницы хозяйки. Beauty-блог. <https://moda.oslovah.ru>
8. Рив Гош. <https://rivegauche.ru>
9. Собака.ru. <https://www.sobaka.ru>
10. Троицкий вариант – Наука. <https://www.trv-science.ru>
11. Эстетика Групп. <https://estetica-group.ru>
12. Дней.ru. <https://7days.ru>
13. Allure. <https://allure.com>
14. AromaCODE.ru. <https://aromacode.ru>
15. Artis. <https://www.byartis.com>
16. Cambridge Dictionary. <https://dictionary.cambridge.org>
17. City-Cost. <https://www.city-cost.com>
18. Forbes. <https://www.forbes.com>
19. IRecommend.ru. <https://irecommend.ru>
20. Marie Claire. <https://marieclaire.com>
21. MUSTMED. <https://mustmed.ru>
22. Nails Profi. <https://nailsprofi.ru>
23. Neo Nail Professional School. <https://test1.neonail.ru/school/>
24. ParisNail School. <https://parisnail.ru/school>
25. SUNMAG.ME. <https://sunmag.me>
26. TenChat. <https://tenchat.ru>
27. The Guardian. <https://theguardian.com>
28. The Independent. <https://independent.co.uk>
29. theGirl. <https://thegirl.ru>

#### Источники | References

1. Алефиренко Н. Ф. Дискурс как речемыслительный субстрат текста // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 8 (490).
2. Бабаян В. Н. Различные подходы к определению понятия «дискурс» и его основные характеристики // Верхневолжский филологический вестник. Ярославль. 2017. № 1.

3. Володарская Э. Ф. Заимствование как отражение русско-английских контактов // Вопросы языкознания. 2002. № 4.
4. Горшков А. И. Неологизм // Русский язык: энциклопедия. М.: Советская энциклопедия, 1979.
5. Жданова Е. А. Словообразовательные неологизмы-существительные в словаре «Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века»: структурно-семантический и социокультурный аспекты: дисс. ... к. филол. н. Н. Новгород, 2019.
6. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004.
7. Касьянова Л. Ю. Когнитивно-дискурсивные проблемы неологизации в русском языке конца XX – начала XXI века: автореф. дисс. ... д. филол. н. Астрахань, 2009.
8. Косович О. В. К проблеме новизны неологизмов // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2014. № 3.
9. Котелова Н. З. Избранные работы / Российская академия наук, Институт лингвистических исследований. СПб.: Нестор История, 2015.
10. Криворучко И. С. Неологизмы англоязычного делового дискурса: лингвоаксиологический аспект исследования: дисс. ... к. филол. н. Краснодар, 2024.
11. Лабашева Н. А., Ищенко В. С. Заимствование англицизмов как фактор пополнения русского вокабуляра // Научные труды КубГТУ. 2017. № 1.
12. Левашов Е. А. О хронологических границах словарей неологизмов // Acta Linguistica Petropolitana. Труды института лингвистических исследований. 2012. № 3.
13. Липириди С. Х., Катермина В. В. Неологизация современного англоязычного санкционного дискурса // Вестник Костромского государственного университета. 2025. Т. 31. № 2.
14. Лотте Д. С. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов. М.: Наука, 1982.
15. Мельникова Е. Ю. Частеречный аспект неологизации дискурса индустрии красоты английского и русского языков // Казанская наука. 2025. № 10.
16. Орлова Д. Г. Динамика неологизации русской глагольной лексики: автореф. дисс. ... к. филол. н. Саратов, 2025.
17. Реформатский А. А. Введение в языковедение. М.: Аспект Пресс, 1996.
18. Сенько Е. В. Неологизация в современном русском языке: межуровневый аспект. СПб.: Наука, 2007.
19. Сеницын А. В. Функционирование англоязычных заимствований-неологизмов в медийном дискурсе французского языка: автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 2014.
20. Степанов В. Н. Провокативный дискурс социально-культурной коммуникации. СПб.: Роза мира, 2003.
21. Шалина Л. В. К вопросу о сущности неологизма в современной лингвистике // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В. Г. Белинского. 2007. № 8.
22. Dijk T. A. van. Discourse and Context. A Sociocognitive Approach. N. Y.: Cambridge University Press, 2008.
23. McMahon A. M. S. Understanding Language Change. Cambridge: Cambridge University Press, 1995.
24. Melnikova E. Y. The Study of the Beauty Industry Discourse in the General Discourse Paradigm // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. № 7 (875).
25. Pulcini V., Furiassi C., Rodriguez Gonzales F. The lexical influence of English on European languages // Anglicization of European Lexis. From Words to Phraseology / ed. by C. Furiassi, V. Pulcini, F. Rodríguez González. Amsterdam – Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2012.
26. Simpson P. On the Discourse of Satire: Towards a Stylistic Model of Satirical Humour. Amsterdam – Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2003.

#### Информация об авторах | Author information



Мельникова Елена Юрьевна<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Ярославский государственный медицинский университет



Elena Yurievna Melnikova<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Yaroslavl State Medical University

<sup>1</sup> [Vin81@mail.ru](mailto:Vin81@mail.ru)

#### Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 09.12.2025; опубликовано online (published online): 05.02.2026.

**Ключевые слова (keywords):** оправданность заимствований; словообразовательная продуктивность; оригинальные заимствования; переводные заимствования; смешанные заимствования; appropriateness of borrowings; derivational productivity; direct borrowings; loan-translations; hybrid borrowings.