

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Filozofická fakulta

KATEDRA SLAVISTIKY

Disertační práce

**Новый словарный запас в современных русских,
украинских и чешских женских журналах**

**Nová slovní zásoba v současných ruských, ukrajinských
a českých ženských časopisech**

**New Wordage in Contemporary Russian, Ukrainian and
Czech Women's Magazines**

Wypracovala: Oxana Cagašová

Školitelka: prof. Ludmila Stěpanova, CSc.

OLOMOUC 2022

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem disertační práci vypracovala samostatně s použitím odborné literatury a pod odborným vedením mé školitelky prof. Ludmily Stěpanove, CSc.

.....

Poděkování:

Velmi děkuji své školitelce prof. Ludmile Stěpanove, CSc., za její trpělivost, četné konzultace a laskavé vedení disertační práce.

.....

СОДЕРЖАНИЕ

1 ВВЕДЕНИЕ.....	6
2 СТИЛИСТИКА И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ СТИЛИ ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА.....	8
2.1 Публицистический стиль.....	14
3 ЖЕНСКИЕ ЖУРНАЛЫ И ТЕКСТЫ ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛОВ.....	20
3.1 Женские журналы.....	20
3.2 Особенности текстов женских журналов.....	32
4 НОВЫЕ ПРОЦЕССЫ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ, УКРАИНСКОМ И ЧЕШСКОМ ЯЗЫКАХ.....	38
4.1 Новые процессы в современном русском, украинском и чешском языках.....	38
4.2 Русская, украинская и чешская неология и неография.....	42
4.3 Определение термина <i>неологизм</i>	49
4.4 Основные классификации неологизмов.....	53
4.4.1 Типы неологизмов по виду языковой единицы.....	53
4.4.2 Типы неологизмов по степени новизны языковой единицы.....	54
4.4.3 Типы неологизмов по виду обозначаемой реалии.....	57
4.4.4 Типы неологизмов по способу образования.....	57
4.5 Типы окказиональных новообразований.....	58
5 ПРИНЦИПЫ СОСТАВЛЕНИЯ СЛОВАРЯ НОВЫХ СЛОВ ПО МАТЕРИАЛАМ РУССКИХ, УКРАИНСКИХ И ЧЕШСКИХ ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛОВ.....	60
5.1 Задачи словаря.....	61
5.2 Источники словаря.....	62
5.3 Временные границы материала.....	63
5.4 Особенности характеристики слов, включенных в словарь.....	65
5.5 Трудности при отборе слов и их характеристике.....	66
5.6 Структура русско-украинско-чешского словаря новых слов Словарь РУЧЖЖ.....	66
6 НОВАЯ ЛЕКСИКА В СОВРЕМЕННЫХ РУССКИХ, УКРАИНСКИХ И ЧЕШСКИХ ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛАХ.....	69
6.1 Новые наименования лиц.....	69
6.2 Новые наименования видов спорта.....	77
6.3 Новые слова и словосочетания из области моды.....	82

6.4 Новые слова и словосочетания из области косметологии и здорового стиля жизни.....	88
6.5 Новые наименования блюд и продуктов.....	94
6.6 Новый словарный запас в журнале «Cosmopolitan», издаваемом на русском, украинском и чешском языках.....	104
6.7 Новые аббревиатуры в женских журналах.....	112
7 ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	120
8 RESUMÉ.....	125
9 SUMMARY.....	130
10 ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	135
11 ЖУРНАЛЫ И ИСТОЧНИКИ.....	153
12 СПИСОК РИСУНКОВ.....	159
ПРИЛОЖЕНИЕ 1: РУССКО-УКРАИНСКО-ЧЕШСКИЙ СЛОВАРЬ НОВЫХ СЛОВ (РУЧЖЖ).....	160
ПРИЛОЖЕНИЕ 2: ИЛЛЮСТРАЦИИ К НОВЫМ СЛОВАМ ИЗ ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛОВ.....	228

1 ВВЕДЕНИЕ

Одной из доминирующих черт в развитии современного русского, украинского и чешского языков является их активная неологизация. В течение нескольких последних десятилетий новые слова и словосочетания, особенно новые иноязычные заимствования, стали неотъемлемой частью данных языков. Это происходит главным образом вследствие расширения международных связей, глобализации, развития экономики и культуры, возникновения новых продуктов, товаров, видов спорта и т. п. Употребление неологизмов стало также своеобразной модой, которая проявляется в том числе и в современных женских журналах, словарному запасу которых мы уделим внимание в данной работе.

Мы выбрали именно эту тему диссертации, т.к., по нашему мнению, данная тема до сих пор не получила подробной разработки в сопоставительном плане и нуждается в более глубоком анализе, поскольку лексика текстов современных женских журналов представляет собой важный материал для исследования нового словарного запаса изучаемых языков и тенденций развития данных языков.

Цель работы заключается в выявлении и анализе нового словарного запаса в современных русских, украинских и чешских женских журналах. В нашей работе будут рассматриваться неологизмы, извлеченные из текстов женских журналов 2011-2020 годов и частично 2010 года. Всего было исследовано около 107 номеров журналов: около тридцати шести русских, двадцати двух украинских и сорока девяти чешских современных женских журналов (общим объемом около 10 000 страниц), а также журнала *Cosmopolitan*, издаваемого на всех трех исследуемых языках.

Журналы избирались нами на основе предпочтений читателей (по данным опроса читательниц в России, Украине и Чехии), а также издателей данных журналов. Нашему исследованию подлежали журналы, которые были рассчитаны на массовую дистрибуцию, например, следующие женские журналы на русском языке: «Все для женщины», «Женские секреты», «Лиза. Добрые советы» и т. п.; затем женские журналы на украинском языке: «Натали», «Жінка», «Життя і жінка» и др.; а

также женские журналы на чешском языке: *Vlasta*, *Žena a život*, *Katka* и многие другие.

В работе применяются теоретические и эмпирические методы исследования: описательный метод, метод анализа и синтеза, метод сравнительного анализа (словарного запаса в современных русских, украинских и чешских женских журналах), квантитативный и статистический метод и др.

Работа состоит из введения, пяти разделов, заключения и приложения, в котором приводится Словарик новых слов (по материалам русских, украинских и чешских женских журналов 2011-2020 годов и частично 2010 года). В первом разделе нашей работы будут описаны основные положения русской, украинской и чешской стилистики как науки, более подробно будет рассмотрено понятие *публицистический стиль*. В следующем разделе внимание будет уделено характеристике женских журналов, их функциям, будут приведены также краткие контексты из современных русских, украинских и чешских женских журналов. Далее будут более подробно рассмотрены проблемы современной русской, украинской и чешской неологии и неографии. Кроме того, будет дано определение термина *неологизм* в понимании разных лингвистов.

В практических разделах работы будут рассматриваться неологизмы в рамках произведенной классификации собранных неологизмов, а именно: новые наименования лиц, новые наименования видов спорта, новые слова и словосочетания из области моды, новые слова и словосочетания из области косметологии и здорового стиля жизни, новые наименования блюд и продуктов, а также новые аббревиатуры. Следующий раздел будет посвящен проблемам составления русско-украинско-чешского словаря (Словарь РУЧЖЖ), временным границам материала, особенностям характеристики слов и значений, трудностям при отборе слов и их характеристике, характеру новизны включаемых единиц и т.д.

Завершает работу Заключение, в котором будут изложены результаты нашего исследования, а также Список использованной литературы.

2 СТИЛИСТИКА И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ СТИЛИ ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА

Развитие лингвистической стилистики как науки связано главным образом с именем В. В. Виноградова. Термин *стилистика* возник от слова *стиль* (*stylus*), что обозначало «первоначально заостренную палочку для письма, приобрело затем значение почерк, а позднее еще более расширилось и стало означать манеру, способ, особенности речи» (Солганик 2002: 5). Каждый писатель или журналист стремится подобрать слово, вызывающее у читателя интерес и эстетическое переживание, поэтому в текстах употребляются разные с точки зрения стилистики средства. Стилистика «изучает слова, речевые обороты, предложения с точки зрения выражаемых в них мыслей и чувств, то есть, говоря научно, эмоционально-экспрессивные свойства, в особенности слова, связанные с ним тончайшие оттенки смысла, чувства, образности. Иначе говоря, стилистика обучает языковому мастерству» (Там же: 10).

М. И. Ильяш пишет, что стилистика прочно связана с другими лингвистическими дисциплинами, такими, например, как лексикология и грамматика, так как все эти дисциплины имеют один и тот же объект изучения, т. е. язык. Однако следует отметить, что цели, методы и приемы анализа языкового материала разные. В области лексикологии стилистика интересуется такими вопросами, как антонимия, омонимия, синонимия, эмоциональная окраска слов, стилевое разнообразие лексики (книжная, научная, публицистическая, разговорная, просторечная) и т. п. В области морфологии стилистика уделяет внимание вариантным формам склонения, спряжения, степеням сравнения, также эмоционально-экспрессивным нюансам частей речи, их форм и словообразовательным компонентам. В области синтаксиса стилистика изучает специфику конструкций письменной и устной речи, далее сферу их использования, порядок слов, синтаксическую синонимику, эмоционально-экспрессивные нюансы тех или других конструкций, синтаксические фигуры речи и поэтический синтаксис. Как видим, стилистика описывает и фонетику, и грамматику, и лексику, и фразеологию (Ильяш 1975: 4 – 5).

В. В. Виноградов приводит три следующие точки зрения при исследовании общей стилистики языка, учитывая предмет, метод и цели исследования. В рамках общей стилистики можно выделить *стилистику языка (структурную стилистику)*, которая излагает взаимодействия и взаимоотношения разных соотносительных систем слов, выражений, форм, конструкций внутри единственной структуры языка как «системы систем». Кроме того, стилистика рассматривает специфику функциональных стилей, далее сходства и различия между ними. С данной стилистикой связана *стилистика речи*, так как она образована на основе структурной стилистики. Данная стилистика анализирует глубочайшие различия семантического и экспрессивно-стилистического характера, находящиеся между разными жанрами и между обусловленными формами письменной и устной речи. Далее стилистика исследует специфику монологической и диалогической речи, мелодику и интонацию. Следующее понятие, входящее в общую стилистику, это *стилистика художественной литературы*, определяющая только один из функциональных стилей, а именно стиль художественной литературы. Данная наука называется лингвостилистикой, она составляет научную основу языка и стиля писателя (Там же: 6).

По словам Г. Я. Солганика, *стилистика* – «это развитая наука, имеющая несколько важных направлений. И, по существу, можно говорить не об одной, а о нескольких стилистиках» (Солганик 2002: 16). Солганик выделяет *функциональную стилистику*, изучающую функциональные стили; далее *практическую стилистику*, описывающую как следует управлять языком; затем *стилистику текста*, анализирующую закономерности конструкции и функционирования языка и также *фоностилистику*, исследующую ассоциативные представления, соединенные со звуками человека (Там же: 16).

Далее мы покажем подходы к украинской стилистике. Украинский лингвист О. Д. Пономарів отмечает, что *стилистика* «це наука про виразові засоби мови, тобто про ті елементи, що приєднуються до власне вираження думки, супроводжують семантичний зміст висловлюваного — емоційно-експресивні та оцінні моменти мовлення. Наприклад, говорити — нейтральне слово, ректи — застаріле й урочисте, мовити — урочисте, балакати — розмовне, гомоніти —

розмовно-голубливе, просторікувати — зневажливе, пятакати — просторічно-зневажливе і т. д. Тобто предметом вивчення стилістики є закономірності функціонування мовних засобів у різних видах мовлення» (Пономарів 2000: 5). По словам другого українського лінгвіста П. С. Дудика, с т и л и с т и к а «являє собою лінгвістичне вчення про закономірне і всенародно усталене функціонування мови, її основних структурних частин (фонетичного складу, лексики, фразеології, граматичної будови), всіх мовних одиниць, а також учення про мовні стилі, жанри, форми мови — усну й писемну, про використання мовних одиниць з якнайбільшою комунікативною доцільністю, з дотриманням при цьому властивих мовним явищам усталених стильових і стилістичних норм, емоційно-почуттєвого й експресивного (виражального) забарвлення» (Дудик 2005: 17). Далее лінгвіст описує термін с т и л и с т и к а я з ы к а – «це стилістичний матеріал мови в межах усіх її стилів і жанрів, відпрацьованість стилістичних функцій кожної мовної одиниці; її здатність виражати весь комплекс думок і почувань, у яких мають потребу всі, хто послуговується українською мовою» (Там же: 29). Також даний лінгвіст определяє, что можно понимать под термином с т и л и с т и к а с о в р е м е н н о г о у к р а и н с к о г о я з ы к а – «цей термін засвідчує високий рівень виражальних і зображувальних засобів нашої мови (лексичних, фонетичних, граматичних), а на цій основі також і рівень її стилістичних ресурсів, функціональних можливостей, відшліфованість, усталеність усіх мовних форм, їх обов'язковість для всіх носіїв української літературної мови» (Там же).

Чешский лингвист Я. Хлоупек в публикации «*Současná česká stylistika*» отмечает следующую дефиницию понятия с т и л и с т и к а – это «*jazykovědná disciplína, která styl studuje a na základě analýzy jednotlivých textů dochází k zobecnění zákonitostí stylizace jazykových projevů*» (Chloupek 2003: 18).

Следовательно, с т и л и с т и к а – это наука, изучающая стиль текста. Далее Я. Хлоупек приводит следующую характеристику: «*Jazykový styl (dále jen styl) je způsob cílevědomého výběru a uspořádání (organizování) jazykových prostředků, který se uplatňuje při genezi textu*» (Там же: 17). А по словам Р. А. Бударова, я з ы к о в о й с т и л ь – «это разновидность общенародного языка, сложившаяся исторически и характеризующаяся известной совокупностью языковых признаков, часть из которых своеобразно, по-своему, повторяется в других языковых стилях, но

определенное сочетание которых отличает один языковой стиль от другого» (Цит. по: Ильяш 1975: 8). А в современной украинской лингвистике понятие стиль объясняется следующим образом: с т и л ь «прийнято позначати своєрідну манеру й спосіб усного і писемного висловлювання, реалізованого за однотипних умов спілкування і з однаковою метою» (Дудик 2005: 54). Как видим, взгляды русских, украинских и чешских ученых в основном совпадают.

Так как тема нашей диссертации связана с самым новым этапом развития сопоставляемых языков, то далее мы дадим характеристику л и т е р а т у р н о г о я з ы к а . По мнению русских лингвистов, л и т е р а т у р н ы й р у с с к и й я з ы к – это «художественная литература, и научная проза, и деловая речь, и газеты, журналы, насыщенные информацией и публицистикой, и разговорная речь, которой мы пользуемся в повседневном обиходе» (Солганик 2002: 12). Это все разновидности русского языка, однако художественный язык очень отличается от научного, деловой не похож на разговорный и газетно-публицистический язык. В зависимости от цели высказывания стиль языка меняется. Одни слова и выражения, понятия, грамматические средства, порядок слов, обороты и фразы используются в науке, другие в художественной литературе, деловых документах или газетно-публицистических текстах.

Ныне приведем дефиницию украинского литературного языка. По словам П. С. Дудика, л и т е р а т у р н ы й у к р а и н с к и й я з ы к – «це мова, яка унормована всередною практикою мовленнєвого спілкування, впорядкована, опрацьована письменниками, вченими, громадськими діячами, іншими верствами інтелігенції. В обох формах (писемній та усній), в усіх стилях і жанрах свого вияву вона єдина для кожної окремої нації, народу, для всіх, хто має в ній потребу і щоденно нею послуговується» (Дудик 2005: 9).

Далее дадим характеристику литературного чешского языка, сравнивая его с другими разновидностями чешского языка. Л и т е р а т у р н ы й ч е ш с к и й я з ы к – «je to (jediný) kodifikovaný útvar národního jazyka, útvar, který má vedle jiných funkcí též funkci národně a společensky reprezentativní» (Chloupek 2003: 48). Следует дополнить предыдущее описание следующей характеристикой: л и т е р а т у р н ы й ч е ш с к и й я з ы к «se užívá v úředních dokumentech, v oficiálních komunikaci a v médiích, alespoň ve veřejnoprávních. Jde o soustavu pravidel, jejichž dodržování je v

určité komunikaci závazné, norma přitom určuje, nejen, jak se má psát, ale předepisuje také správnou výslovnost» (Hugo 2006: 10). Кроме того в литературный чешский язык входит и разговорный чешский язык: «považujeme <ho> nikoli za samostatný útvar národního jazyka, jehož místo by bylo mezi spisovnou a obecnou češtinou, nýbrž za soubor prostředků náležející široce chápanému kontextu spisovné češtiny. Je zbavena «knižních» dublet, podob a konstrukcí, neobsahuje např. krátký předikativní tvar adjektiva (ani při sémantickém odlišení)» (Chloupek 2003: 48).

Благодаря разнообразию стилей язык богат, разнообразен и гибок. Солганик задает вопрос, насколько бы был русский язык унылым, неинтересным и скучным, если бы ученые, чиновники, публицисты, писатели писали одинаково (Солганик 2002: 13). Обыкновенно стили разделяются по их функциям, которыми они обладают, т. е. какую функцию имеет текст или речь, например: эстетическую, информационную, воздействующую, коммуникативную, аргументативную и т. п.

После определения терминов *стилистика, стиль и литературный язык*, приведем особенности конкретных стилей, выделяющихся в рамках стилистики. Д. Э. Розенталь указывает, что используется несколько классификаций стилей, например, классификация А. Н. Гвоздева (художественный, деловой, публицистический, научно-популярный стили); классификация М. Н. Кожиной (научно-технический, публицистический, официально-риторический, обиходно-деловой, художественный стили); классификация А. И. Ефимова (художественно-беллетристический, научный, профессионально-технический, эпистолярный, общественно-публицистический, официально-документальный стили) (Цит. по: Ильяш 1975: 8 – 9).

По словам М. И. Ильяша, из приведенных классификаций можно выделить такие общие функциональные стили письменной речи, как художественно-беллетристический, содержащий эмоционально-экспрессивные окраски, богатые художественно-изобразительные средства и сочетаемость элементов всех стилей письменной и устной речи; научный, обладающий такими свойствами, как строгость изложения, последовательность в содержании, точность значения, множество абстрактных и иноязычных слов и сложный синтаксис; далее профессионально-технический, анализирующий учебную и техническую литературу; цель литературы данного стиля – это практическое

направление, подробная характеристика механизмов, процессов, явлений; в текстах используется абстрактная лексика, повелительное наклонение и сложный синтаксис; *официально-деловой*, который употребляется для законодательных документов (законы, указы), деловых бумаг (заявления, акты, расписки), договоров и т. п. и для которого характерна объективность, точность и последовательность изложения; затем *публицистический*, стремящийся воздействовать на чувства и мысли читателя, стимулировать его к действиям и утверждать его в данных действиях; в текстах данного стиля находятся эмоционально-экспрессивные элементы (Там же: 9 – 15).

Следует отметить, что, кроме вышеуказанных стилей *письменной речи*, имеется также *устная речь*, для которой характерен прежде всего *разговорный стиль*. Именно элементы разговорного стиля часто употребляются в текстах современных женских журналов.

В обзоре стилистики выделяются два главных раздела: *художественный* и *нехудожественный* стили. В нехудожественный стиль далее входят такие стили, как: *научный, официально-деловой, газетно-публицистический и разговорный*.

Украинский лингвист О. Д. Пономарів в публикации «Стилістика сучасної української мови» выделяет 5 основных функциональных стилей: *художній, науковий, офіційно-діловий, публіцистичний, розмовний* (Пономарів 2000: 6). Другой украинский лингвист П. С. Дудик расширяет количество стилей в украинской стилистике, он приводит такие стили украинского языка и речи, как *художній, науковий, офіційно-діловий, публіцистичний, розмовно-побутовий, конфесійний, епістолярний* (Дудик 2005: 55).

В чешской стилистике, по обзору М. Чеховой, выделяют, вслед за А. Едличкой, четыре основных функциональных стили: *odborný, administrativní, prostředělovací/běžnědorozumivací, publicistický*, к которым позднее Е. Минаржова добавляя стиль *řečnický* (Čechová 2008: 97). Кроме того, Е. Минаржова отмечает, что можно назвать и другие стили, например: *esejistický, epistolární, koverzační, reklamní, učební, styl inzerce* и другие (Там же).

Тексты женских журналов относятся прежде всего к публицистическому стилю, поэтому далее мы рассмотрим особенности публицистического стиля.

2.1 Публицистический стиль

Публицистический стиль тесно связан с журналистикой. Вначале приведем дефиницию на чешском языке: «Žurnalistiku lze chápat jako činnost v hromadných sdělovacích prostředcích (zvl. V novinách, časopisech, rozhlase, televizi apod.), novinářství, dále také jako obor zabývající se touto činností; jindy se tím rozumí pouze denní tisk, noviny» (Minářová 2003: 206). В чешском языке, кроме понятия «žurnalistika», используется также понятие «publicistika» – «je často chápána také jako žurnalistická nebo spisovatelská činnost v hromadných sdělovacích prostředcích, která slouží k informaci o aktuálních otázkách a komentuje je. Výrazem publicistika můžeme pojmenovat též souhrn časopisů (určitého směru, ve vymezeném období aj.), a to včetně osob, které je píše, redigují apod.» (Там же: 206).

В русском языке употребляется следующая характеристика понятия журналистика — «деятельность по сбору, обработке и распространению информации с помощью средств массовой информации (печать, радио, телевидение, кино и др.); научная дисциплина. Журналистика возникла с созданием периодической печати (Современный Энциклопедический словарь: 722-723). Следовательно, публицистический стиль можно найти в таких жанрах, как телевизионные жанры (*интервью, информационное сообщение, диалог в прямом эфире*); газетные (*репортаж, статья, фельетон*); коммуникативные (*саммит, пресс-конференция*); рекламные (*рекламное объявление*); ораторские (*дебаты, лозунги, публичные выступления политиков и др.*) (Григорьева 2000: 105).

Украинский лингвист П. С. Дудик отмечает, что «терміни «журналіст» і «публіцист», «журналістика» і «публіцистика» близькі за значенням і вживаються як синонімічні. Щоправда, термін «журналістика» певною мірою семантично ширший, він охоплює більше понять і професійно-практичних дій, вживається, зокрема, в таких сполученнях слів, як *інститут журналістики, студенти-журналісти...*» (Дудик 2005: 86). Далее он приводит, что «однією з центральних мовних проблем і об'єктом аналізу журналістики (й публіцистики) є виявлення комплексу власне мовних явищ, які становлять основний зміст публіцистичного стилю. Як і всі інші стилі, публіцистичний стиль позначений своєрідними стиле-твірними особливостями.» (Там же: 87).

После описания вышеуказанных понятий определим термин публицистический стиль – это «один из книжных функциональных стилей речи. Связан с широким спектром общественных занятий и интересов, политико-идеологическими и культурными общественными отношениями, с осмыслением всего происходящего в мире с позиций общественного блага, истины и справедливости (в идеале), а также с позиций новизны и увлекательности, познавательного и внешнего интереса текста для читателя, зрителя, слушателя. Реально сочетание данных позиций удается далеко не всегда, задача привлечения внимания нередко перекрывает этические задачи» (Матвеева 2010: 353). Известный русский лингвист Д. Э. Розенталь отмечает, что «в публицистическом стиле реализуется функция воздействия (агитации и пропаганды), с которой совмещается функция чисто информативная (сообщение новостей). В публицистических произведениях затрагиваются вопросы весьма широкой тематики – любые актуальные вопросы современности, представляющие интерес для общества: политические, экономические, моральные, философские, вопросы культуры, воспитания, повседневного быта. Публицистический стиль находит применение в общественно-политической литературе, периодической печати (газетах, журналах), политических выступлениях, речах на собраниях и т. п.» (Розенталь 1974: 41). По словам М. И. Ильяша, в текстах упомянутого стиля употребляются просторечные слова и словосочетания, общественно-политические выражения, фразеологизмы, специфические речевые единицы из разных областей общественной жизни (Ильяш 1975: 13).

Украинский лингвист О. Пономарів дает следующую характеристику термина публицистический стиль: «Характерна риса публіцистичного стилю – орієнтація на усне мовлення, елементи якого не лише виступають у ролі експресем, а й стають одним із прийомів зацікавлення читача, слухача, глядача. Широко використовується діалогічна форма мовлення, яка особливо увиразнюється на тлі авторського монологу. Цьому стилеві притаманні чіткі політичні оцінки, присутність автора, широкий вияв авторської індивідуальності.» (Пономарів 2000: 13).

Затем дадим определение данного стиля на чешском языке: «Styl publicistický jako jeden z funkčních stylů současné češtiny představuje zobecněné a nadřazené označení pro všechny žurnalistické texty (verbální komunikáty), které vedle své funkce informativní

(zpravovací, sdělné, komunikační) plní ještě funkci persvazivní, působící, ovlivňovací» (Minářová 2003: 207 – 208). Как видим, взгляды русских, украинских и чешских ученых на публицистический стиль в основном совпадают.

Публицистический стиль, как и другие функциональные стили, имеет разные функции, однако далее мы будем уделять внимание тем функциям, которые осуществляются в текстах современных русских, украинских и чешских женских журналов.

Самой главной функцией, о которой уже было немного сказано раньше, является *воздействующая функция* – редакторы женских журналов стремятся воздействовать на читательниц разными способами, например: предлагают советы как похудеть, какие упражнения для того выбрать, какую одежду, макияж или прическу выбрать на работу/бал, куда поехать в отпуск, какое блюдо приготовить на конкретный случай/празднование; или помогают читательницам решать разные проблемы жизни, далее редакторы рекомендуют определенные товары/марки (одежда, косметика, мебель, спорт, продукты питания и т. д.). К этому всему редакторы добавляют большое количество фотографий с описанием личного опыта (в 95 процентах работающим и положительным), описание положительной реакции на данные советы/товары некоторых известных звезд из области шоу-бизнеса. Читательницы женских журналов очевидно находятся под сильным воздействием (давлением) моды, рекламы или, точнее говоря, под давлением журналистов женских журналов, которые, в свою очередь, находятся под давлением бизнеса (стремятся достичь большой популярности и прибыли журналов), таким образом они стараются продать не только большое количество журналов, но и товаров компаний, с которыми у них подписан договор. С одной стороны, редакторы реализуют рекламу товаров и услуг разных компаний, с другой стороны, они воздействуют на читательниц не только с целью продать конкретные товары и услуги, но также передать читательницам информацию о трендах и «новинках» на современном рынке.

С вышеуказанным связана функция, которая в текстах публицистического стиля (и в текстах женских журналов, в частности) тоже играет важную роль. Мы имеем в виду функцию *информативную*, так как данная функция старается

предоставить читательницам множество сведений о конкретном товаре, моде, услуге, концерте, фильме, мероприятии, певце, актере, модели и т. п.

Далее следует назвать функцию коммуникативную, так как журналист старается вести с читателем диалог с целью заинтересовать читателя в статье, чтобы читатель почувствовал доверие к журналисту. Если у читателя возникает чувство, что журналист обращается именно к нему, он станет журналисту доверять, следовательно, он будет покупать данный журнал регулярно, а, возможно, даже будет писать в редакцию журнала разные письма, истории, и-мейлы и др. Однако, следует все-таки отметить, что большинство журналистов стремится не только увеличить популярность своих журналов, но и помогать людям, в нашем случае – особенно женщинам.

Необходимо упомянуть также функцию эстетическую – редакторы и журналисты журналов пытаются привлечь внимание читателей также с помощью текстов, написанных разным шрифтом, цветом, размером, сочетанием прописных и строчных букв, употреблением аббревиатур, комбинацией графических знаков и букв, замен букв цифрами и др. В русских и украинских журналах довольно часто используется сочетание кириллицы с латинским шрифтом. Помимо текстов, сильное влияние на читателя может оказать также особая графика определенного журнала, поэтому важную роль играет и график, старающийся создать не только привлекательную и интересную обложку журнала, но и все статьи, рисунки, рекламы в этих журналах. Таким образом, график применяет множество фотографий, разных рисунков, особенный почерк или стиль конкретных журналистов. М. О. Кица и И. Н. Мудра отмечают, что проведенный ими опрос показал, что почти для всех читательниц (98 % опрошенных) самым главным преимуществом женских журналов являются красивые и качественные фотоиллюстрации, поскольку красивые и броские фотографии привлекают внимание и предоставляют эстетическое наслаждение от просмотра женского журнала (Кица, Мудра 2018: 75). Помимо сказанного, большому количеству людей нравятся журналы, в которых находятся какие-нибудь подарки (второй журнал бесплатно, сладости, образцы разной косметики, перчатки, сумки, шарфы, тапочки, шапки, очки от солнца, футляры для очков или мобильного телефона, таблетки для похудения, пакетики чая или кофе, витамины, купоны со скидками в разные магазины,

жевательные резинки, кроссворды, принадлежности для маникюра, наклейки, небольшие аксессуары для спорта, дополнительные каталоги и др.) или на обложке которых находится знаменитый человек (модель, певец/певица, актер/актриса, спортсмены и др.) или - как минимум - в журнале есть интервью с данной знаменитостью. Из опроса читательниц стало известно, что женщины всегда чаще покупают те журналы, которые для них выгоднее, а именно журналы, которые, кроме советов и интересных статей, предоставляют небольшие подарки, поскольку у женщин появляется чувство, что они сделали хорошую покупку и это приносит им удовольствие, содействующее повторной покупке журнала или даже подписке на данный журнал.

Необходимо отметить, что большинство читательниц женских журналов покупает и читает данные журналы с целью отдохнуть, расслабиться, развлечься, хорошо провести время и т. п. С этим связана функция рекреативная, которой уделяет внимание в своей статье К. В. Голикова, которая отмечает, что, по словам Н. А. Федотовой, рекреативными «следует называть функции, которые регулируют интеллектуальную, эмоциональную, физическую жизнь человека, способствуют эмоциональной разрядке, поддерживают душевное равновесие, позитивный настрой и нормальный психический тонус, формируют оптимальное для активной жизни эмоционально-психическое состояние, развивают вкус, воображение, интеллектуальные и творческие способности человека. Кроме того, они могут содействовать активной и успешной реализации других функций СМИ» (Голикова 2017: 1063). Далее К. В. Голикова подчеркивает, что под термином *рекреация* можно понимать не только отдых, но и освобождение от стресса и сохранение душевного баланса. Упомянутая функция дает психическую разрядку для человека. Затем автор статьи описывает, что журнал можно считать вполне развлекательным в том случае, когда данный журнал удовлетворяет требованиям в уходе от реальности, в получении эстетического удовольствия, в получении положительных эмоций, в азарте, в снятии стресса, в эмоциональной разрядке и в приятном проведении свободного времени. В СМИ возник новый термин *инфонтеймент*, обозначающий стиль изложения серьезных сведений в форме развлечения (Там же).

Последняя выделяемая функция воспитательная – журналисты пытаются воспитать читателей с помощью статей, описывающих разные страны мира (их историю, культуру, географию, традиции, еду, напитки и др.); далее с помощью рецептов, описания положительного влияния косметических препаратов, моды (что надеть на работу/бал/в спортзал), метода похудения, описания разных видов спорта, упражнений, болезней, профилактики, витаминов и т. п. Помимо статей на русском, украинском или чешском языках, в некоторых журналах находятся также статьи на английском, испанском, немецком или французском языках, что помогает развитию знаний читательниц. Кроме этого, многие женские журналы содержат разные виды кроссвордов, sudoku, викторины, разные виды тестов, относящиеся как к общечеловеческим знаниям, так и к знаниям по определенной теме.

Создать качественный журнал нелегко, необходимо иметь нужные контакты, обладать большим опытом, коммуникативными способностями и энтузиазмом, так как в том случае, когда журналист увлечен своей работой, тогда и читатель в большинстве случаев увлечется данным журналом. После описания вышеупомянутых функций далее уделим внимание характеристике женских журналов и конкретным текстам женских журналов.

3 ЖЕНСКИЕ ЖУРНАЛЫ И ТЕКСТЫ ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛОВ

В начале постараемся определить термины *журнал*, *женский журнал* и *глянцевый журнал*, так как в данной работе часто рассматриваются глянцевые женские журналы. Далее дадим характеристику женских журналов, затем опишем свойства/особенности текстов женских журналов и приведем конкретные примеры текстов из современных русских, чешских и украинских женских журналов.

3.1 Женские журналы

К. В. Голикова в своей статье дает описание термина *ж у р н а л* из Словаря-справочника терминов нормативно-технической документации. По словам автора, *ж у р н а л* – «это периодическое печатное издание, содержащее стабильную рубрикацию и статьи по различным литературно-публицистическим материалам» (Голикова 2017: 1062). В чешской публикации «*Encyklopedie praktické žurnalistiky*» приводится следующая дефиниция понятия *ж у р н а л* – это «*tiskovina vycházející pravidelně, v určitém místě, která má nejméně půlroční a nejvíce jednotýdenní periodicitu. Od deníku se liší menší aktuálností, větší podrobností probíraných témat a grafickou úpravou. Svou strukturou, stavbou textů i celkovým zaměřením je určena vyhraněnému okruhu čtenářů, který je již zpravodajsky informován a hledá detailnější nebo specializované údaje, přičemž nejmasovější náklady mají týdeníky a čtrnáctideníky*» (Osvaldová 1999: 38). Данная характеристика касается разных журналов, однако далее мы уделим внимание именно женским журналам.

Из самого названия очевидно, что данные журналы предназначены в основном для женщин, хотя и мужчины могут прочитать упомянутые журналы с целью узнать, что интересует женщин. По словам В. В. Смеюхи, *ж е н с к и е ж у р н а л ы* «формируют определенный образ женщины, ее поведение, мышление. Особенности прессы для женщины позволяют учитывать различные характеристики аудитории (возраст, профессию, семейное положение, социальный статус), что отражается в модели издания и дает возможность наиболее полно освещать

интересы читательских групп» (Смеюха 2012: 57). Б. Освалдова дает следующее описание понятия женские журналы: «Na českém mediálním trhu se za ženskou četbu považují především časopisy, tedy týdeníky, čtrnáctideníky a měsíčníky. Jsou tím myšlena periodika s převážně ženskou čtenářskou obcí» (Osvaldová 2004: 73). М. О. Кица и И. Н. Мудра в своей статье «Женская пресса в Украине: история, виды и перспективы» отмечают, что в Украине женские журналы можно воспринимать, как «источник разноплановых полезных советов, интересных новостей из жизни известных и успешных людей. Чтение журналов является для украинок способом провести время. Женская периодика освещает широкий спектр проблем и тем. В таких изданиях читательницы могут найти советы на все случаи жизни. Листая страницы издания, читательница успокаивается, абстрагируется от ежедневных забот и проблем. Для женщин журналы интересны тем, что являются своеобразным путеводителем по жизни. Различные советы из сфер моды, красоты и здоровья формируют мировоззрение. Украинские женщины пытаются подражать образу женщины из журнала, который для них является безупречным, мифическим и отличается от реальной жизни» (Кица, Мудра 2018: 70). Далее авторы статьи приводят особенности женской прессы из публикации «Периодические издания для женщин Украины: динамика развития и концептуальные особенности» Е. Н. Сушковой. Итак, для периодических женских изданий характерно: создание образа женщины, играющей конкретную роль в обществе; обсуждение главным образом женских проблем; осуществление организационной и культурно-просветительской функций; издание силами именно женщин (авторов, редакторов и корреспондентов) (Там же). Н. Олійник в своей статье «Жіноча преса в Україні: минуле та сучасність» дает следующую характеристику современных женских журналов: «Сучасну жіночу пресу (становлення якої починається від 1990 р.) можна охарактеризувати як офіційні та незалежні видання, що виділяються з загальної маси періодичних видань об'єктом свого впливу – жіночою читацькою аудиторією.» (Олійник 2003).

Большое место среди женских журналов занимают глянцевого издания. Рассмотрим понятие г л я н ц е в ы й ж у р н а л с нескольких точек зрения. К. В. Голикова в своей статье «Рекреативная функция женских журналов» отмечает, что данное понятие, по словам А. Слепцовой и О. Ромаха в статье «Глянцевый журнал как жанр современной массовой культуры», можно определить следующим образом:

«Во-первых, – это иллюстрированное периодическое печатное издание, высочайшего полиграфического качества и самой разнообразной тематики, т.е. вид журналов, отпечатанных на глянцевой бумаге. Во-вторых, – это продукт массовой культуры, который рассчитан на отдых читающего, поэтому он полностью избегает серьезных тем, аполитичен и создает так называемые «гламурные» стандарты жизни. Здесь предпочитают наиболее выигрышные темы, из поля зрения удалены все проблемы и сложности, у читателя, таким образом, создается иллюзия о собственной «глянцевой» жизни. Глянцевые журналы не читают, а смотрят. Окружающая среда современного человека представляет собой особое визуальное пространство, все тяготеет к наглядности. А в глянцевых элитарных журналах это является доминирующей чертой» (Голикова 2017: 1062). Далее, по словам К. В. Голиковой, женский глянцевый журнал – это «неотъемлемый атрибут современной массовой культуры, успешно реализующий рекреативные функции, которые регулируют интеллектуальную, эмоциональную, физическую жизнь человека, способствуют эмоциональной разрядке, поддерживают душевное равновесие и нормальный психический тонус, формируют вкус, развивают воображение, интеллектуальные и творческие способности» (Там же). Далее приведем близкое к сказанному описание на чешском языке: «Lifestylóvýmíčasopisý se rozumí kvalitní druh periodického tisku, který je tištěný na kvalitním papíru a vydává na inzerci. Na lifestylové časopisy jsou kladeny vysoké nároky od recipientů. Vyžadována je inteligentní zábava, užitečné a správné informace a kvalitní servis» (Kindlová 2015: 24). Так как мы анализируем также украинские женские журналы, следует привести характеристику и на украинском языке, она близка к уже данным выше описаниям: «Глянцеве видання – ілюстроване періодичне друковане видання, високої поліграфічної якості, найрізноманітнішої тематики» (Цит. по: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>), в более широком понимании упомянутые журналы описывают, как «продукт масової культури, який розрахований на відпочинок читача, тому він повністю уникає серйозні теми, аполітичний та створює ілюзію вічного свята життя. Обираються найбільш виграшні теми, з поля зору видалені всі проблеми і складнощі, таким чином, у читача створюється ілюзія власного «глянцевого» життя.» (Там же).

Первые глянцевого журналы появились в США, первым модным журналом считается *Harper's Bazaar*, основанный в 1867. Кроме данного журнала, возникли во второй половине XIX века возникли такие глянцевые журналы, как *Vogue* и *Cosmopolitan*, которые до настоящего времени пользуются большой популярностью в разных странах мира, в том числе также в России, Чехии и Украине.

После определения основных понятий, необходимо упомянуть несколько исследователей, анализирующих женскую прессу. В последние годы интерес вызывают работы российских исследователей, в частности: В. В. Смеюхи, К. В. Голиковой, Е. А. Пленкиной, С. М. Черменской, А. Жуковой, О. Воронова, В. Бухарника, М. Ю. Гудовой, И. Д. Ракиповой и др. К чешским исследователям, уделяющих внимание данным журналам, можно отнести, например: Б. Освалдову, С. Чмейркову, Л. Треглову, М. Бинарову, К. Кадлецову и др. В рамках украинских исследователей популярны, например: М. О. Кица, И. Н. Мудра, Н. Олійник, Л. Таран, Т. Старченко, О. Сушкова и др.

Далее кратко уделим внимание появлению первых русских, украинских и чешских журналов для женщин. Как отмечает В. В. Смеюха, первый русскоязычный женский журнал появился в 1779 году под названием «Модное ежемесячное издание, или Библиотека для дамского туалета» (Смеюха 2012: 51). К первым украинским женским журналам, по словам М. О. Кицы и И. Н. Мудры, можно отнести журнал «Лада: письмо поучительное русским девицам и молодичкам в забаву и поучение», который начали издавать с 1853 года (Кица, Мудра 2018: 71). На чешском языке первые женские журналы начали выпускать во второй половине XIX века. К первым можно отнести *Ženské listy*, которые стали публиковать в 1871 году, потом их на недолгое время перестали издавать, однако в 1873 году их вновь стали публиковать под названием *Ženské listy – časopis pro záležitosti žen a dívek československých* (Osvaldová 2004: 27). Очевидно, что женские журналы в разных странах уже давно популярны у читательниц. Хотя история развития женских журналов очень интересна, в нашей работе внимание уделяется преимущественно современным женским журналам, поэтому мы не будем подробно описывать отдельные периоды развития женских журналов в упомянутых странах. Далее уделим внимание журналам с 90-х годов до наших дней. В нашей работе

анализируются русские, чешские и украинские женские журналы с 2011 по 2020 гг., частично 2010 г.

Необходимо заметить, что с начала 90-х гг. XX в. возникает новый период в развитии женской прессы – в связи с новыми политическими, социальными и экономическими факторами. Сравнивая новый период с предыдущим, можно отметить, что структура женской прессы подверглась качественным изменениям. Больше внимания стало уделяться интересам женской аудитории, в частности: внешности, дому, семье, самочувствию и т.п., то есть самым популярным у женщин темам, которые вытеснили экономические и политические темы. Кроме того, на отечественном рынке СМИ стали появляться зарубежные медиакорпорации, что способствовало распространению и утверждению западных типов женских журналов (Смеюха 2012: 55). В настоящее время в России большое количество женских глянцевого журналов можно считать копией заграничных изданий. В России появились не только конкретные журналы, но и представительства известных заграничных издательских домов, в частности: *Independent Media (Harper's Bazaar, Cosmo, GoodHousekeeping* и другие), *Condé Nast International (Glamour, Vogue, GQ* и др.) и т. п. Кроме того, что в России адаптировались варианты заграничных женских журналов, здесь публикуются женские журналы и местных издательских предприятий таких, как «Наташа», «Крестьянка» и др. Необходимо подчеркнуть, что существуют также интернет-версии упомянутых изданий, которые в последние годы становятся все больше популярны, особенно среди молодых девушек. Учитывая сведения *Gallup Media Russia*, в десятку самых читаемых глянцевого журналов в России входят: «Караван историй», *Cosmopolitan*, «Домашний очаг», *Geo, Burda, Elle, Harper's Bazaar*, «Домовой», *Marie Clair, L'Officiel*. Из анализа глянцевого журналов А. Ю. Маевской очевидно, что в России самыми популярными считаются такие журналы, как *Cosmopolitan, «Караван историй», Burda, Elle, L'Officiel* и др. (Кица, Мудра 2018: 73-75). Российские издательские дома выпускают такие женские журналы, как «Женские секреты», «Караван историй», «Все для женщины», «Все для тебя», «Дарья», «Женские истории», «Женские советы», «Женское здоровье», «Кудесница», «Мила», «Работница», «Худеем правильно», «Красота и здоровье» и др.

В Чешской Республике в настоящее время публикуется большое количество журналов для женщин. Так же, как и в других странах, в Чехии очень популярны чешские версии зарубежных женских журналов, в частности, *Cosmopolitan*, *Elle*, *Vogue*, *Marie Claire*, *Burda Style*, *Perfect woman* и др. Кроме указанных зарубежных изданий, среди женщин пользуются популярностью также женские журналы чешских издательских домов, например, *Aha! pro ženy*, *Blesk pro ženy*, *Chvilka pro tebe*, *Vlasta*, *Žena a život*, *Tina*, *Svět ženy*, *Můj svět*, *Moje zdraví*, *Linda*, *Paní domu*, *Kondice*, *Katka*, *Glanc*, *Dieta*, *Claudia* и др.

На Украине рынок женских журналов в настоящее время очень разнообразен и насыщен, т. е. каждая читательница может выбрать журнал на основе своих увлечений, своего вкуса, взгляда, материального состояния и др. (Кица, Мудра 2018: 73). Большая часть женской прессы – это познавательно-информационно-рекламные издания (элементы моды и стиля), с точки зрения языка чаще всего данные журналы – русскоязычные, с точки зрения области распространения – всеукраинские, а с точки зрения периодичности – месячники. Подавляющее большинство тиражей на рынке Украины всегда занимали транснациональные международные марки, а именно продукция издательского концерна «Бурда-Украина»; далее журналы, возникшие при поддержке международных европейских корпораций; затем популярны некоторые национальные гляцевые журналы. Менее распространены традиционно ориентированные издания, в частности, газеты и вообще региональные СМИ (Сидоренко 2016: 36). Указанное явление подтверждают в своей статье «Женска преса в Україні: історія, види і перспективи» авторы М. О. Кица и И. Н. Мудра. Данные авторы отмечают, что сфера украинских гляцевых журналов для женщин занята главным образом американскими, европейскими и российскими публикациями, конкурирующими в борьбе за украинских читателей. Необходимо подчеркнуть, что на рынке СМИ мало украинских женских журналов. В Украине рынок женских изданий насыщен иностранными выпусками, копирующими оригинальные издания и приносящими в страну зарубежные тенденции, только иногда на страницах журналов приводятся украинские тренды (Кица, Мудра 2018: 70). Данное явление подтверждает также Н. Олийнык, отмечающая, что вопросом остается язык издания современной прессы в Украине, в данном случае женской прессы. До настоящего времени большинство женских журналов, печатается на

русском языке. Кроме того, существует несколько женских газет («Інгульчанка», «Роксолана», «Криворожанка», «Трояна», «Єва», «Пан+Пані», «Він і Вона», «Чарівниця», «Петрівна/Петровна», «Для двох»), печатающих выпуски на двух языках, т. е. на русском и украинском. Сверх того, выходят также две газеты («Справи сімейні» и «Одеський світ») на трех языках, т. е. на украинском, русском и английском. Сравнительное исследование языка женских изданий показано в нижеуказанных диаграммах (Олійник 2003).

Журнали

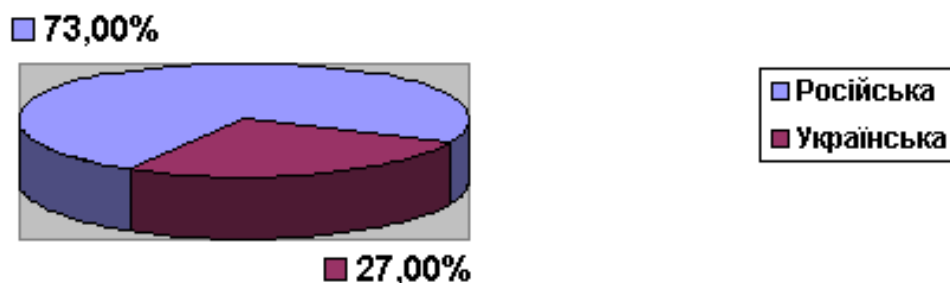


Рис. 1: Диаграмма – журналы

Газети

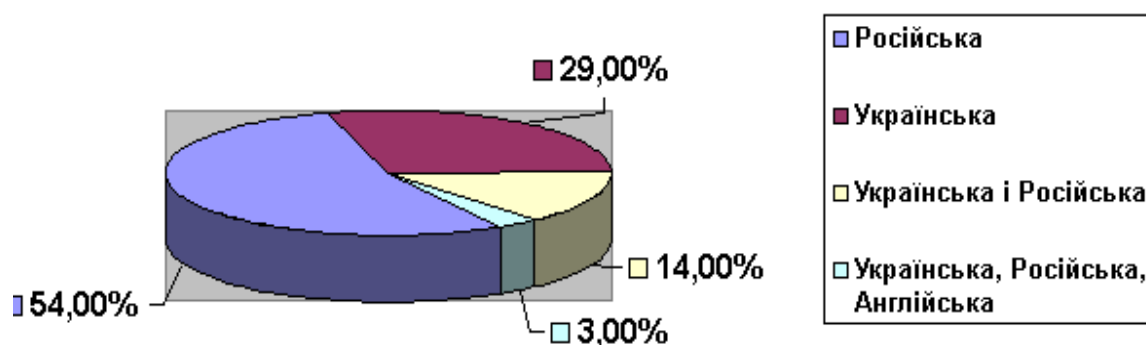


Рис. 2: Диаграмма – газеты

Необходимо также заметить, что женская пресса распространяется по регионам Украины неравномерно. Подавляющее большинство женских журналов выпускается в центральном регионе (43), так как в Киеве находятся редакции 40 женских изданий. На втором месте с точки зрения количества женских журналов находится восточный регион (24), затем следует южная часть Украины, в которой выпускаются женские издания (14), а в западной части печатается небольшое количество женских изданий (11). Меньше всего женских изданий зафиксировано в северной части страны (3) (Кица, Мудра 2018: 73).

К современным украинским журналам можно отнести следующие: «Жінка», «Життя і жінка», «Журнал для жінок», «Наталі», «Женский журнал», «Ева» и др., причем такие женские журналы, как «Жінка», «Життя і жінка», «Журнал для жінок» издаются на украинском языке.

Кроме приведенных сведений о женских журналах, печатаемых в России, Украине и Чехии, необходимо упомянуть интересный факт, а именно то, что женские журналы на русском языке можно не только купить в Интернете, но и читать онлайн или скачать бесплатно в формате «PDF», даже самые свежие номера журналов, которые в данное время продаются в печатном виде в газетно-журнальных киосках и магазинах, в то время как женские журналы на чешском или украинском языке можно купить лишь в печатной или электронной форме, т. е. нет возможности их читать онлайн бесплатно или скачать бесплатно. Следует также отметить, что некоторые русские, чешские и украинские женские журналы имеют свои веб-сайты. Ныне приведем несколько веб-сайтов русских журналов для женщин, например: *Lisa.ru*, *Zhenskoe-mnenie.ru*, *Strana-krasoty.ru*, *Signorina.ru*, *Superstyle.ru*, *Krasotulya.ru*, *Beautynet.ru* и др., далее некоторые веб-сайты чешских женских журналов, напр.: *Svetzeny.cz*, *Chytrazena.cz*, *Prodamy.cz*, *Babinet.cz*, *Topzena.cz*, *Dama.cz*, *Zena-in.cz* и др., и затем веб-сайты украинских женских журналов, напр.: *Natali.ua*, *Ukrainky.com*, *Womans.in.ua*, *Darina.kiev.ua*, *Ptashechka.com* и др. Некоторые русские, чешские и украинские женские журналы публикуются лишь в печатной форме, некоторые женские журналы имеют только интернет-версии в форме веб-сайтов или в формате «PDF», однако существует несколько русских, чешских и украинских женских журналов, которые можно читать в печатном виде и просматривать их веб-сайты, но их немного (напр.: *Lisa.ru*,

Svetzeny.cz, Natali.ua и др.). Упомянутые веб-сайты обычно читают в основном молодые женщины, хотя и некоторые из них предпочитают печатные версии женских журналов. Данное явление подтверждают авторы опроса М.О. Кица и И. Н. Мудра в своей статье, в которой они отмечают, что интернет-версии журналов для женщин читает 42 % читательниц, в то время как 46 % читательниц предпочитает данные журналы в печатном виде. Это можно понимать так: во-первых, большая часть читательниц, особенно старшая ее часть, привыкшая к изданиям лишь в печатной форме; во-вторых, печатная форма журнала обыкновенно шире и в ней больше информации, в частности, самые интересные материалы приводятся предпочтительно в печатном виде. Кроме того, некоторые женщины любят читать как печатные версии данных журналов, так и их интернет-версии (12 %) (Кица, Мудра 2018: 75).

Далее кратко рассмотрим жанры, появляющиеся чаще всего в женских журналах. Это прежде всего редакционная, аналитическая и информационная статьи, фельетон, интервью или репортаж – это, главным образом, рассказ о путешествии или расширенный отчет, сообщающий о каком-либо социальном событии (Dobešová 2014: 9).

В настоящее время существуют разные виды журналов для женщин. В 90-е годы XX в. российские ученые (напр., А. В. Жукова, Р. М. Ямпольская и др.) предложили несколько классификаций журналов для женщин. В основном авторы использовали аналогичные принципы классификации женских журналов: по тематической (сведения о женщинах и женских увлечениях) и аудиторной (женщины) чертам. В. В. Смеюха отмечает, что с помощью аудиторной и тематической ориентации классификационного метода можно среди журналов, публиковавшихся в 90-х гг. XX в., выделить такие виды изданий, как *семейно-бытовые* («Лиза», «Натали», «Домашний очаг»); *элитарные* («Harper's Bazaar», «Cosmopolitan», «Marie Claire», «Elle»); *профессиональные* («Сестринское дело», «Секретарь и офис», «Секретарь»); *журналы для девушек* («Cool Girl», «Штучка», «Маруся»); *социально-бытовые* («Крестьянка», «Работница»); *феминистские* («Преображение», «Женское чтение»); *специализированные по увлечениям* («Валентина», «Бурда моден», «Золушка вяжет», «Диана моден»); *религиозные* («Сестра», «С Верой, Надеждой, Любовью») (Смеюха 2012: 56). По словам Д.

Добешовой, женские журналы можно разделить не только по возрасту читательниц: на журналы для девушек и женщин, но и на журналы, называемые классическими и эксклюзивными журналами (т. е. лицензионными). В то время как в классических женских журналах (в таких как *Tina*, *Vlasta*, *Květy* и др.) больше внимания уделяется семье и семейному быту; в зарубежных лицензированных (т. е. модных) журналах (напр., *Marianne*, *Elle*, *Harper's Bazaar*, *Cosmopolitan* и т. п.) подчеркивается женская эмансипация (Dobešová 2014: 8). П. Таберы разделяет журналы для женщин на чешском рынке на: *эксклюзивные, общие журналы* (советы по моде, карьере, уходе за домом и семьей), *здоровый образ жизни и уход здоровьем, увлечения* (рукоделие, огород), *истории из жизни, конкурсы, кроссворды* (Tabery 2007: 19).

М. О. Кица и И. Н. Мудра в своей статье «Женская пресса в Украине: история, виды и перспективы» приводят классификации исследователя Н. Олейника, выделяющего четыре направления выпусков современной прессы для женщин, а именно: *популярные, деловые, художественно-творческие, элитарные*. Кроме того, автор приводит виды журналов по их целям: журналы о моде (*Kosmetik International*, *Glamour*); проблемно-информационные, предоставляющие деловые и другие важные сведения; гуманитарно-познавательные, ориентированные на интеллектуальных читательниц; публикации социальной ориентации с множеством социальной информации, в которых находится политическая позиция в подтексте; публикации, уделяющие внимание проблемам семьи («Дом и семья», «Украинская семья»); журналы религиозного направления («Дети Марии»); выпуски, направленные на разные типы шитья, рукоделия и ведения домашнего хозяйства («Для тех, кто вяжет», «Волшебный бисер»); издания медицинской направленности («Здоровье»). Далее выделяются женские журналы по типу информации: массово-популярные (в них публикуют статьи о моде, стильной жизни, красоте, истории об известных и богатых людях, напр., журналы *Oops* и «Лиза»); элитарные (такие журналы отличаются от других высоким качеством полиграфии, присутствием множества фотографий и реклам, напр., *Cosmopolitan*); литературно-художественные (в них внимание уделяется содержанию статей и печатаются жизненные истории, также статьи о жизни звезд (напр., «Радость и печаль»); медицинские (в них рассматривается тема здоровья, гигиены, материнства, женской психологии, напр., журнал «Здоровье»); специализированные по увлечениям (напр., серия «Бурда-

Украина»). Далее можно разделить женские журналы по ориентации на аудиторию следующим образом: для современных женщин (*Cosmopolitan*, «Натали», «Единственная», «Ева»); для девочек-подростков (*Oops*, *Elle Girl*, *Joy*); бизнес-леди («Леди и бизнес», «Бизнес Woman»); молодоженов («Ваша свадьба», «Дуэт», «Жених и невеста»,); всей семьи («Семья – Семь Я»); матерей («Мой кроха и я», «Мой ребенок», «Наш малыш») (Кица, Мудра 2018: 74).

Далее уделим внимание темам статей в русских, чешских и украинских женских журналах. По словам В. В. Смеюхи, в современной женской прессе доминируют следующие темы: *мода, домоводство, личные отношения, детская педагогика* (Смеюха 2012: 56). М. О. Кица и И. Н. Мудра отмечают, что читательницы российских журналов для женщин отдают предпочтение таким темам, как *красота, мода, здоровье, спорт, путешествия, карьера, психология, истории звезд, кулинария и гороскоп* (Кица, Мудра 2018: 75). Исследователи К. М. Рензетти и Д. Дж. Керран обнаружили, что главными темами в женских журналах являются *семейные отношения, партнерские отношения и макияж*. Затем обсуждаются вопросы *карьеры и финансов*. Разнообразие тем в журналах для женщин важно, так как именно журналы играют большую роль в социализации женщин (Kindlová 2015: 26). По словам Д. Добешовой, темы женских журналов отличаются в зависимости от возраста целевой группы читательниц. Например, периодические издания, предназначенные для молодых читательниц, включают статьи о *косметических советах и внешнем виде, о диетах, поиске партнера, сексе, а также об обстановке квартиры или сведениях из жизни популярных личностей* (особенно из области музыки и кино). Журналы для читательниц постарше включают статьи о *внешности и моде, здоровье, совместной жизни, сексуальных проблемах, уходе за детьми, а также о домашнем хозяйстве, кулинарии и садоводстве*. В данных журналах также часто находятся *кроссворды, рецепты и гороскопы*. Все женские журналы отражают *судьбы людей, приводят интервью с певцами и актерами, сведения о компаниях, дают медицинские или юридические консультации*. Для всех женских журналов характерна их связь с временами года, от которых зависят основные темы (напр., летние каникулы, рождественская суматоха или весеннее очищение организма) (Dobešová 2014: 7-8). Авторы опроса М. О. Кица и И. Н. Мудра отмечают, что наибольшей популярностью среди украинских читательниц пользуются следующие

темы: *здоровье* (13,4 %), *мода и косметика* (13,2 %), *уход за внешностью* (12,3 %) и *психология* (12,3 %). Указанные темы характерны для всей среднестатистической женской прессы. Наименьшей популярностью среди украинских читательниц, как показал опрос, пользуются следующие темы: *сплетни и истории о звездах* (8,7 %), *карьера* (3,7 %), *семья и дети* (3,6 %). Авторы также подчеркивают, что «качественное тематическое наполнение неизменно является атрибутом любого печатного издания, которое способно повысить его тираж и популярность» (Кица, Мудра 2018: 75). Из вышесказанного вытекает, что как в русских, так и в чешских и украинских журналах читательницы предпочитают сходные темы, главным образом такие, как *мода, косметика, здоровье, домашнее хозяйство, кулинария, психология, личные отношения*. В некоторых женских журналах уделяется меньше внимания *уходу за детьми или домом*, чем в других. Это зависит от того, ориентируется ли данный журнал на саму женщину и ее эмансипацию или скорее на женщину и ее семью.

В целом журналы для женщин имеют много общего, например: темы, жанры, рубрики, направленность на массовую часть читательниц и др. Сверх того, на местных рынках распространяются немногие отечественные издания, они не пользуются такой популярностью, как адаптированные варианты зарубежных женских изданий. Одновременно адаптированные зарубежные журналы для женщин не всегда отвечают требованиям и интересам местного женского населения, поскольку не принимают во внимание национальные особенности и черты характера читательниц. Роль женщины в обществе после политических изменений значительно изменилась, теперь женская пресса активно развивается, а также расширяются темы и рубрики в данных журналах. В связи с данным возникает вопрос инновации, совершенствования и развития журналов для женщин. М. О. Кица и И. Н. Мудра в своей статье предлагают следующие методологические средства совершенствования женских журналов: удовлетворить интересы всех читательниц; расширить тематическую область; формировать новое мнение о роли женщины в обществе; повысить образовательно-познавательную функцию; расширить практическую пользу материалов; усилить интерактивность; стремиться к индивидуализации женщины; освободиться от стереотипов, связанных с профессиональной и социальной ролью женщины; создать новый взгляд на отношения между мужчиной

и женщиной; освободиться от стереотипов, касающихся идеала внешнего вида женщины; показать жизнь обычных читательниц (Там же: 76).

Таким образом, необходимо работать над совершенствованием женских журналов и включать в их тематическое наполнение новые темы, которые женщины обсуждают, например, общаются в социальных сетях или чатах, что в большой мере удовлетворит потребности читательниц современных женских журналов. Далее мы рассмотрим тексты женских журналов и приведем конкретные примеры из русских, чешских и украинских журналов для женщин.

3.2 Особенности текстов женских журналов

Тексты женских журналов очень разнообразны и интересны, они включают самые разные элементы, как с точки зрения происхождения, так и с точки зрения стилистической окраски. В женских указанных журналах можно найти внешние заимствования (слова и словосочетания из разных языков) или внутренние заимствования (разговорные слова, просторечия, сленг, жаргон, иногда даже вульгаризмы). Заимствованиям мы уделим внимание позже. Тексты женских журналов строятся особым образом - так, что возникает чувство, что автор текстов обращается лично к нам (суггестивное обращение), а не к большому количеству читательниц журнала вообще. Журналисты и редакторы стараются создавать образ читательницы, у конкретной читательницы возникает ощущение обращения именно к ней (Šmejrková 1996: 201). Чешский лингвист С. Чмейркова дает нижеследующий пример данного обращения:

*Milá čtenářko,
než začneš listovat stránkami lednového vydání časopisu D 17, chceme Ti popřát všechno nejlepší v novém roce. Přejeme Ti, abys potkala lásku svých snů, a pokud ji máš, tak aby každý váš prožitý den byl plný slunce. Abys s úsměvem listovala stránkami našeho časopisu a s každým trápením se obrátila právě na D 17. My si přejeme, aby časopis D 17 byl Tvým společníkem na cestách, Tvým rádcem, zábavou ve chvílích nudy a inspirací při hledání nebo vylepšení Tvého stylu. Naší snahou je, aby každá stránka byla pro Tebe zajímavá, aby ses těšila na*

každé další vydání. Abychom splnili Tvé představy, potřebujeme Tvou spolupráci. Těšíme se na každý dopis, který nám napíšeš, protože časopis D 17 je časopis pro Tebe... (Там же: 201).

Сходные обращения к читательницам находятся также в женских журналах, которые мы подвергаем исследованию. Ныне покажем отрывки текстов из современных нижеследующих русских, чешских и украинских журналов:

Какое хобби вам подходит?

Ваши потребности – чувство покоя. (Женские советы САМАЯ 14/2015: 24).

Давай сделаем это по-быстрому

Восьмое марта — женский праздник, но, как показывает практика, в этот день у нас, женщин, не меньше забот, чем обычно. И зачастую за приготовлением праздничного ужина и заворачиванием подарков для родственниц и коллег сложно выкроить время для себя. А выглядеть хорошо ведь хочется! Поэтому будем приводить себя в порядок очень быстро. (Между нами женщинами 8/2015: 20).

Рецепт на spokojený vztah? Známe!

Najít si partnera, se kterým se doplňujete, i po letech jste s ním ráda a když přijde krize, pomáháte si, není snadné, ale rozhodně ne nemožné! Nevěříte? Tady jsou důkazy! (Žena a život 19/2011: 31).

Bojujete s novoročními předsevzetími?

Budeme bojovat s vámi! (Glanc 1/2013: 9).

Мої дорогі читачі!

Я сподіваюся, що цей номер додасть вам святкового настрою, ви почувете ледь вловиму мелодію дзвіночків і, як у дитинстві, будете з нетерпінням чекати бою курантів, щоб загадати свої найпотаємніші бажання. (Натали 12-1/2019-2020: 10).

Мої дорогі читачі!

Лише раз на рік на обкладинці журналу «Натали» з'являється чоловік. І цього разу ми намагалися створити не просто чоловічий номер, а надихнути вас, наші прекрасні леді, на романтичні почуття. (Натали 2/2020: 10).

Такое обращение к читательницам можно найти в рекламных текстах, с помощью которых журналисты и редакторы обращаются к миллионам читательниц, однако у нас возникает впечатление, что они хотят привлечь именно наше внимание. Они используют повелительное наклонение, местоимения «вы» или «ты», например: *Splňte si sen!, Pojd'te mezi nás., Dejte přednost kvalitě., Jsme Váš pevný bod., Vaším představám dáváme křídla., Jsme Váš důvěrný společník.,* Выполним Ваши мечты!, Станьте миллионером!, Мы Ваш партнер. и т. п. (Čmejrková 1996: 201–202). Читательницы невольно воспринимают данные фразы таким образом, что необходимо данную вещь купить. Ныне дадим примеры отрывков из проанализированных нами русских, чешских и украинских женских журналов:

Легче сбросить лишнее

Добивайтесь лучших результатов с молоком Diatalat! Заботьтесь не только о фигуре, но и о красоте вашей кожи и волос благодаря специальному комплексу «женских» витаминов. (Женские секреты 11/2014: 65).

Выбей дурь из головы!

Вы когда-нибудь испытывали чувство ревности? А вас к кому-нибудь ревновали? Если вы не испытывали ничего подобного в своей жизни, вы счастливый человек. Ревность названа болезнью мозга, и врачи призывают ее лечить. (Между нами женщинами 8/2015: 26).

Máte brilantní zrak?

Cítíte, že jsou vaše oči stále častěji unavené, podrážděné nebo vás už dokonce začaly pálit? Tyto příznaky rozhodně nepodceňujte. Novinkou ve vašich lékárnách je doplněk stravy Ocutein® Brillant Lutein 25 mg z prémiové řady Da Vinci

Academia s největším množstvím luteinu na trhu – pro maximální a dlouhodobý účinek. (Vlasta 22/2013: 18).

Móda jste vy!

V našem unikátním projektu a nejdůležitější módní story roku vám podzimní trendy nepředstavují modelky, ale reálné ženy. A jsou nádherné! (Žena a život 19/2011: 58).

Готуємось до літніх вакацій!

Ми підготували кілька порад, які допоможуть поступово налагодити режим здорового харчування, аби встигнути підтягнути фігуру та подбати про красу й свіжість шкіри до початку сезону відкритих суконь і купальників. (Жінка 3/2018: 20)

Намалюйте свої емоції!

Самовираження у будь-якому виді мистецтва допомагає вирішувати внутрішні конфлікти і краще розуміти себе. А також керувати своєю поведінкою й емоціями, контролювати стрес і покращувати самооцінку. (Жінка 3/2018: 36).

Необходимо также отметить, что в женских журналах многократно встречаются признаки *диалогичности*, журналисты и редакторы в журналах задают читательницам различные вопросы, а читательницы про себя на данные вопросы отвечают. Все это специфические черты рекламы (Šmejrková 1996: 202). Вновь приведем в качестве примеров отрывки текстов из русских, чешских и украинских женских журналов:

Ты себе нравишься?

Что думают обо мне окружающие? А как я отношусь к самой себе? Тест поможет разобраться. (Лиза 40/2015: 48).

Как изменить жизнь?

Даже если избыточный вес преследует вас с детства, изменив свой режим питания и образ жизни, можно стать другим человеком — и внешне, и внутренне. Пусть история Уляны станет примером! (Женские советы. Самая 11/2014: 60).

Vrásoky? Kde je vidíte?

Dvojice vyhlazujících krémů od Garnier prošla avizovným testem (Žena a život 19/2011: 89).

Po čem to vlastně přibírám?

Hlavním důvodem bývá spěch. Nemáte na sebe čas, nevěnujete se tomu, co jíte a kolik toho jíte. Za stres se odměňujete a uniká nám, že to není jen občas. (Paní domu 9/2012: 14).

Ну що, я вас заінтригувала?

Todí gortajte сторінки улюбленого журналу і приєднуйтеся до наших соцмереж, де ми чекаємо на ваші відгуки. (Наталі 2/2020: 10).

Один із прикладів - точно ваш?

Кожна типова й повторювана ситуація - привід для страждання, картання й провини? Важкого набору, від якого ми сутулимося, а посмішка прикрашає нас тільки зрідка. (Apriori 18/2019: 3).

Итак, из проанализированного нами материала можно сделать вывод, что тексты современных русских, чешских и украинских женских журналов стараются сильно повлиять на читательниц всеми доступными средствами. В женских журналах, разумеется, употребляется прежде всего нейтральная лексика, однако в них можно найти также стилистически маркированную лексику, например: неологизмы (особенно англицизмы/американизмы), разговорные слова и словосочетания, профессионализмы, разные виды сленгизмов, в небольшой мере

жаргонизмы и небольшое количество вулгаризмов. Поэтому лексика женских журналов представляет собой очень интересный материал для анализа.

4 НОВЫЕ ПРОЦЕССЫ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ, УКРАИНСКОМ И ЧЕШСКОМ ЯЗЫКАХ

4.1 Новые процессы в современном русском, украинском и чешском языках

Прежде чем перейти к описанию новых процессов в современном русском, украинском и чешском языках, уточним, что означают понятия *современный русский язык*, *современный украинский язык* и *современный чешский язык*, так как в данной работе мы часто пользуемся указанными терминами. *Русский язык* – «это национальный язык русского народа, форма русской национальной культуры. Он представляет собой исторически сложившуюся языковую общность и объединяет всю совокупность языковых средств русского народа, в том числе все русские говоры и наречия, а также различные жаргоны» (Розенталь, Голуб, Теленкова 1991: 4). М. И. Фомина отмечает, что хронологические границы современного литературного русского языка изменяются и, по ее словам, многие исследователи считают современным русским языком язык от Пушкина до наших дней, в то время как В. В. Виноградов выделил для данного языка хронологическую границу с 90-х годов XIX века до 70-х годов XX века. Ф. П. Филин определяет две основные границы современного русского литературного языка: во-первых, язык от Пушкина до 1917 года, во-вторых, язык от 1917 года до наших дней. Однако некоторые исследователи сужают хронологические границы данного языка и таким образом относят его к границе с конца 30-х – 40-х годов до наших дней (Фомина 2001: 7–8). Кроме того, существует и другая дефиниция, которая весьма подходит к теме данной работы: *современный русский язык* – «это язык от бандитских девяностых до наших дней» (Stěpanova 2011: 3).

Ныне дадим характеристику понятия *сучасна українська мова* – *современный украинский язык*. «Під сучасною нерідко розуміють мову, носіями якої виступають представники покоління, що живуть у часовий період, який ми називаємо сучасним» (Грищенко 1997: 8). Для изучения современного украинского языка могут служить разные письменные материалы, возникшие в течение последних 50-60 лет.

Упоминаются разные временные границы современного украинского языка (Там же: 8). Новый украинский язык можно ограничивать периодом от IX века до наших дней. Нова українська літературна мова сформувалася переважно на базі говірок південно-східного наріччя, однак вона належить все-таки до полідіалектних утворень, тому що у її розвитку конструктивну роль відіграли південно-західне і північне наріччя (Там же: 9).

По словам Ф. Данеша, чешский язык постоянно развивается, желая уточнить хронологическую границу *современного чешского языка* более конкретно, следует признать, что данной границей является этап с ноября 1989 («období polistopadové») до наших дней. Естественно, невозможно определить строгую хронологическую границу, но можно ее хотя бы наметить (Daneš 1997: 19). Следовательно, в нашей работе мы будем относить термины *современный русский*, *современный украинский* и *современный чешский языки* к периоду от девяностых годов до наших дней, так как мы рассматриваем словарный запас в русских, украинских и чешских женских журналах, изданных после девяностых годов, анализу будут подвергаться прежде всего журналы, изданные после 2010 года. После определения терминов *современный русский язык*, *современный украинский язык* и *современный чешский язык* перейдем к описанию новых процессов в данных языках.

Разные события и общественные изменения всегда сильно отражаются в языке каждого народа. Например, в России вследствие перестройки произошла либерализация русского языка (термин В.Г. Костомарова), который отмечает, что для определения новых процессов в русском языке больше всего подходит понятие *либерализация*, так как данные процессы касаются не только народных пластов общенационального русского языка, но и образования. Литературно-языковая норма начинает быть менее обязательной и определенной, становится все менее стандартной (Костомаров 1994: 5). Данный процесс можно заметить не только в рамках развития русского языка, но также в рамках украинского и чешского языков.

Говоря о современной русской, украинской и чешской разговорной речи, следует отметить, что они представляют собой сложное объединение разных элементов, в которое входит общелитературная лексика, заимствованные слова и многочисленные субстандартные слова и выражения. Данные языки стремились освободиться от цензуры главным образом в средствах массовой информации, что

подтверждается следующими словами: «Несомненными лидерами в языковой либерализации стали освободившиеся от цензуры средства массовой информации, которые радостно подхватывают речевые новшества и с не меньшим удовольствием изобретают свои собственные. Уже второе десятилетие «акробаты пера» празднуют на страницах прессы карнавал вербальной свободы» (Шкапенко, Хюбнер 2003: 7). Вследствие ослабления цензуры и отсутствия корректорской правки журналисты забывают нормы, в языке появляются жаргонные слова, люди играют со словами, пользуются иностранной лексикой и экспериментируют над русской лексикой. Люди отказываются от бывших стереотипов и правил, они стремятся сделать свой язык более оригинальным и богатым, таким образом появляются новые экспрессивные выражения, часто находящиеся за пределами норм языка. В современный русский, украинский и чешский языки постоянно проникают иноязычные заимствования, диалектизмы, просторечия, жаргонизмы, поэтому исследователи стали беспокоиться за судьбу современного русского, украинского и чешского языков.

Заметная черта современного русского, украинского и чешского языков — это обилие неологизмов, пополняющих словарный запас данных языков. В настоящее время неологизмы как в русском, украинском, так и в чешском языках играют значительную роль, так как они в большой мере пополняют словарный состав данных языков. Неологизмы возникают не только посредством деривации, но также посредством внутреннего заимствования (жаргонизация современного языка) и внешнего заимствования (интернационализация современного языка).

Жаргонизация современного языка характеризуется следующим образом: «Современная русская речь, а вслед за ней и публицистика, представляет собой сложное единство разнородных элементов. Сюда входит как общелитературная лексика, так и многочисленные слова, относящиеся к субстандарту. Именно субстандартная лексика стала новым языковым явлением конца XX — начала XXI века. Как известно, русский язык конца XX века характеризуется вливанием в разговорную речь широких масс населения слов и выражений из так наз. «жаргона», что привлекло к этой разновидности субстандарту особый интерес филологов» (Stěpanova 2011: 76).

Также дадим характеристику термина *интернационализация* современного языка, точнее опишем понятие *интернационализмы* – «это «функционально-тематический разряд заимствованной лексики, а именно, слова международного лексического фонда, имеющие в разных языках одно и то же значение, но оформляемые по законам каждого языка в отдельности. Включают в себя иноязычные слова и кальки. В плане адаптации не отличаются от других заимствований. Основные группы И. (*интернационализмов – помета наша. О. Ц.*) – это термины науки и техники, культуры и искусства, социальной жизни (*квадрат, микроскоп, координация, рента, компьютер, концерт, опера, конституция, генеральный план*). И. облегчают общение специалистов, широко применяются в практике международных контактов» (Матвеева 2010: 131).

Новые слова, заимствованные из других языков, проникают как в разговорную речь, так и в современные журналы, газеты, телевидение, радио и т. п. Данный процесс происходит в связи с расширением международных связей, налаживания контактов одних стран с другими, сотрудничества предприятий из разных стран мира, развития культуры, экономики, модной промышленности, появления новых видов спорта, продуктов, напитков и т. д.

Наибольшее количество внешних заимствований, как в русском, украинском, так и в чешском языках приходит из английского языка (часто – его американского варианта), что обусловлено ролью английского языка как языка международного общения. Американизмы распространены не только среди молодежи, но и среди населения разного возраста, профессий, интересов, целей, образа жизни и т. д. Следовательно, англицизмы (американизмы) – это самые продуктивные неологизмы, появившиеся в современном русском, украинском и чешском языках. Количество употребления данных неологизмов настолько велико, что их можно найти в каждой области жизни. Филологи часто пишут о наплыве или потоке англицизмов (американизмов), что связано с тем, что большое количество людей в настоящее время изучает английский язык или уже им довольно хорошо владеет, и таким образом, заимствования из английского языка бурно входят в устную и письменную речь носителей современного русского, украинского и чешского языков. В. Г. Костомаров отмечает: «Заимствования из американского варианта английского языка многие считают самой яркой чертой нашего сегодняшнего языкового

развития, сравнивая их поток с французским наводнением, пережитым в XVIII веке» (Костомаров 1994: 81). Позже в практической части нашей работы мы приведем примеры англицизмов (американизмов), почерпнутые из современных русских, украинских и чешских женских журналов. Сильное влияние английского языка на современный русский, украинский и чешский языки заметно не только в женских журналах, но и в изданиях из области политики, техники, экономики, культуры, туризма и других.

4.2 Русская, украинская и чешская неология и неография

Вначале дадим описание основных понятий, т. е. *неологии* и *неографии*. Термин *неология* можно понимать следующим способом: «это раздел науки, занимающийся изучением неологизмов» (Попова 2005: 3-4), в то время как *неография* — это раздел науки, занимающийся составлением словарей неологизмов. В разное время проблеме новообразований уделяли внимание такие ученые, как В.В. Виноградов, И. И. Срезневский, Г. О. Винокур, А. И. Смирницкий, А. Г. Горнфельд и другие.

Самое активное исследование новых слов и выражений проводилось отечественным языкознанием в 60-е годы XX века, так как возникали диссертационные исследования, монографии, статьи, в которых новообразования рассматриваются в таких аспектах, как лексикологическом, словообразовательном, нормативном, социолингвистическом, стилистическом и т. п. Важное место занимают в неологии и неографии работы следующих ученых: Н. З. Котеловой, Е. А. Земской, О. А. Александровой, Н. Г. Бабенко, М. А. Бакиной, Н. М. Шанского, О. А. Габинской, В.П. Изотова, М. У. Калниязова, Л. П. Крысина, В. В. Лопатина, А.Г. Лыкова, Р. Ю. Намитоковой, Н. А. Николиной, И. С. Улуханова, Э. И. Ханпиры, Н. А. Янко-Триницкой и др.

Русская неология возникла в 60-х годах XX века, в 70-е годы от нее отделилась неография, а в 80-е и 90-е годы стали формироваться специальные направления в изучении неологизмов, т. е. когнитивное, психолингвистическое, коммуникативное и др. В настоящее время как неология, так и неография составляют активно развивающуюся область лингвистического исследования и

знания (Попова 2005: 2-3). Основная теоретическая база пояснения проблем неологии и неографии начала формироваться в Институте лингвистических исследований РАН с середины 1960-х годов, так как в то время в Словарном отделе возникло подразделение, работающее над лексикографическим описанием новой лексики в современном русском языке. С тех пор было опубликовано несколько сборников статей, например: «Новые слова и словари новых слов» (изданные в 1978, 1983, 1990, 1997 годы); далее «Acta linguistica Petropolitana. Труды института лингвистических исследований» (под ред. Н.Н. Казанского, 2006, 2012); затем сборник «Русская академическая неография (к 40-летию научного направления). Материалы международной научной конференции.» (под ред. Т.Н. Буцевой, О.М. Каревой, 2006) (Буцева, Карева 2012: 239), и актуальная публикация такая, как «Неология и неография: современное состояние и перспективы. (к 50-летию научного направления): Сборник научных статей.» (2016) и др.

В конце октября 2015 в ИЛИ РАН в Санкт-Петербурге состоялась международная конференция, посвященная 50-летию неографического направления, в 2016 году был опубликован сборник статей, в которых было уделено внимание разным взглядам на неологизацию лексического состава современного русского языка, а также проблемам как отечественной, так зарубежной неографии. Однако в последнее время самой значимой и объемной работой ИЛИ РАН, посвященной данной теме, является словарь «Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века», в который входит 10 тысяч словарных статей и датируется время первого появления неологизмов в текстах российских СМИ. Важную роль при составлении этого словаря сыграл переход на новые методы работы при составлении словаря, т. е. первый раз в рамках создания неографического издания такого вида были использованы сетевые источники (напр.: Интегрум — самая объемная база русскоязычной периодики), что способствовало значительному расширению словаря. Материал для словаря собирался в 90-е годы посредством выборочного просматривания текстов периодических изданий, однако к самому составлению словаря ученые приступили позже, чем это происходило при составлении предыдущих десятилетних словарей, т. е. раньше работа над составлением десятилетников новых слов и значений начиналась за три года до конца определенного десятилетия, напр.: «Новые слова и значения. Словарь-

справочник по материалам прессы и литературы 60-х годов XX века» (основные годы исследования и отбора новых слов и выражений были 1965-1967, дополнительно 1964 и 1968, данный словарь содержит 3500 словарных статей), «Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 70-х годов XX века» (годы исследования 1973-1975, дополнительно 1972 и 1976, объем словаря: 5500 словарных статей), «Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 80-х годов XX века» (объем словаря: 6250 словарных статей). А «Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века» составлялся уже в начале следующего десятилетия, т. е. в 2001-2003 годах. Данный словарь представляет собой четвертый десятилетник и завершает описание новых процессов русского языка второй половины XX века, начатый первым десятилетником, опубликованным в 1971 году.

Из перечисленных данных можно заметить, что с каждым десятилетием словарный объем указанных словарей увеличивался, и в рамках последнего изданного словаря объем словарных статей значительно расширился, так как благодаря употреблению сетевых ресурсов стало возможно расширить хронологическую границу исследования, а также «географию» русскоязычной периодики (от Калининграда до Владивостока) (Буцева, Карева 2012: 239-240, 242-244). Для наглядности мы хотели бы привести образец словарных статей, находящихся в издании «Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века».

Образец словарных статей:

БА'РБИ, неизм., ж. 1. Популярная во всем мире американская игрушка – кукла в виде молодой высокой девушки с подчеркнуто стройной фигурой (длинные ноги, тонкая талия, узкие бедра, пышная грудь) и длинными светлыми волосами. *Она смогла взять в плен весь мир и побить почти все рекорды популярности. Сравниться с ней может только простой резиновый мячик, поскольку в него уже больше тысячи лет играет все человечество. А в Барби – только лучшая его половина.* ВП 6.3.99. *Барби, конечно, по сравнению с матрешками и неповоротливыми массовыми карапузами – смотрится как принцесса.* КПр 21.4.99. □ К у к л а Б а р б и. Суд установил нарушение авторских прав компании Mattel на ее куклу Барби. Ком-Д 25.12.92. – *Собрав образцы кукол Барби с 1959 года до наших дней, можно по их одеждам проследить всю историю моды.* Изв 1.8.95.

2. О красивой девушке, женщине стандартной наружности, напоминающей такую куклу (нередко бездушной, лишенной индивидуальности) (перен., неодобр.). *Если бы для ожившей Барби – Клаудии*

Шиффер – понадобился живой партнер Кен, лучшей кандидатуры, чем Броснан, не найти. Изв 25.9.99. □ Б а р б и какая. Шумиха вокруг 18-летней теннисной Барби приносит ей ощутимые дивиденды. МПр-С 21.9.99; 3. □ Кукла, куколка Барби. После того, как.. Влад Сташевский покинул «куклу Барби» (так очень часто за глаза называют Наталью Ветлицкую), она, немного погоревав, рванула в государство Тайвань – на отдых и работу. РВ 11.2.95. В обстановке «единодушного одобрения» исчезла куда-то естественная грация, свойственная Татьяне Булановой, – в белом коротеньком платье а-ля снежинка она превратилась в куклу Барби со взглядам секс-акулы. АиФ, 1996, 52. Вижу смазливые лица, куколок «барби», а вот индивидуальности не хватает. КПр 27.12.99. - □ Кукла Барби: Д, 1995, 7 (американский жигало разводится с куклой Б.); АиФ, 1997, 11 (жюри... равнодушно отсеяло «кукол б.»), 1998, 37 (женила его на себе эта кукла Б.); Изв 30.12.97 (я не кукла Б., не такая уж красивая); ЛГ, 1999, 11 (полюбить такую куклу Б. ни один нормальный человек не в состоянии). – От Ба'рби, кукла Ба'рби в 1-м знач.

Как показывает пример, из словарных статей можно узнать значение конкретного слова или выражения, кроме того, с помощью контекстов можно понять употребляемость данного слова или выражения и узнать, в какой периодике и когда точно было данное выражение зарегистрировано. Кроме указанных работ, занимающихся русской новой лексикой, приведем и другие значимые работы лингвистов, например: Н.З. Котелова «Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов. Новые слова и словари новых слов.» (1978), Н.З. Котелова «Теоретические аспекты лексикографического описания неологизмов. Советская лексикография.» (1988), В. Г. Костомаров «Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа.» (1994), В. М. Мокиенко «Новая русская фразеология» (2003), В.В. Химик «Язык современной молодежи» (2004), Т. В. Попова «Русская неология и неография» (2005), Л. Степанова «Современный русский язык: праздник вербальной свободы» (2011) и другие.

На кафедре славистики ФФ Университета им. Палацкого в Оломоуце в 2011 г. возник электронный словарь русских неологизмов с чешскими эквивалентами. Затем в 2018 г. был издан словарь Л. Степановой и М. С. Добровой «Словарь русских неологизмов», а в 2020 г. книга М. С. Добровой «Так говорят в русском Интернете». В этих изданиях представлен новейший фонд русских неологизмов.

Далее опишем украинскую неологию и неографию. В своей статье «Українська неологія: Здобутки та перспективи» Ж.В. Колоїз приводит цитату В. фон Гумбольдта: «У жодному разі не можна розглядати словниковий запас мови як готову, застиглу масу. Не кажучи вже про постійний процес утворення нових слів і

словоформ, словниковий запас, допоки мова живе в мовленні народу, є продуктом словотвірної потенції, який розвивається і знову відтворюється» (Колоїз 2009: 57). Такой аспект определил развитие лексико-семантического уровня языковой системы и стал объектом интереса не одного поколения лингвистов, научные достижения которых дали прочные основы молодой лингвистической науке — неологии. Понятие *неология* в значении «наука о неологизмах» активно внедряет российский исследователь французской неологии В. Гак (1978), описавший задачи этой лингвистической области.

Говоря об украинской неологии, можно сказать следующее: понятие *неология* в украинском языке употребляется главным образом для определения совокупности неологизмов, изучающихся в основном в плане общих словообразовательных, лексико-семантических и стилистических тенденций развития. Правда, в конце XX - начале XXI века украинские лингвисты усилили внимание как к теоретическому осмыслению, так и к практической обработке неологического материала украинского языка: активизировались исследования процесса появления новых слов и выражений, улучшилась методика их систематизации и нормативной оценки, обогатилась практика фиксации новых слов и значений. Следовательно, можно констатировать, что неология сформировалась как наука, как отдельная сфера лингвистических знаний, имеет свой научный аппарат, свою историю и свои перспективы развития (Колоїз 2009: 57-58).

Исследованием украинской неологии и смежными понятиями занимались такие известные лингвисты, как М. Старицкий, И. Нечуй-Левицкий, М. Драгоманов, О. Пчелки, П. Кулиш и многие другие (Там же: 59). С 1921 года в составе ВУАН начал функционировать Институт украинского научного языка, задача которого состояла прежде всего в работе над разными терминологическими словарями. Автор раздела «Лексика украинского литературного языка со стилистической точки зрения» П. Горецкий рассматривает неологизмы как новые слова, которые «все время входят в литературный язык из говоров производственных коллективов, отчасти появляются из территориальных и социальных диалектов или вносятся в литературный язык отдельными лицами — учеными определенных участков знания, писателями, переводчиками (Там же: 60-61). Далее см., напр., работы В. В. Лопатина

«Рождение слова: Неологизмы и окказиональные образования.» (1973), І. І. Огієнко «Історія української літературної мови» (1995) и другие (Колоїз 2009: 62).

К самым актуальным работам по новой украинской лексике можно отнести работы таких лингвистов, как Г. М. Віняр, Л. Р. Шпачук «Словник новотворів української мови» (2002), Є. А. Карпіловська «Динаміка сучасної української мови в словниках нового покоління (проект серії словників нової української лексики)» (2004), Н. Ф. Клименко, Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк «Динамічні процеси у сучасному українському лексиконі» (2008), Н. Лозова «Словник нових та актуалізованих слів і значень» (2009), О. Тищенко «Новій актуалізовані слова та значення (словникові матеріали) у контексті сучасних неословників» (2011), Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк, Н. Ф. Клименко, В. І. Критська, Т. К. Пуздирєва, Ю. В. Романюк; Відп. ред. Є. А. Карпіловська «Активні ресурси сучасної української номінації: Ідеографічний словник нової лексики» (2013) и многие другие. Кроме печатных изданий, можно также воспользоваться электронными источниками, например: «Словарь молодежного сленга» / Авт. идеи Т. Колесникова, гл. ред. М. Кордонский, «Російсько-український словник» / За ред. акад. А. Ю. Кримського и другие.

Ныне уделим внимание чешской неологии и неографии и научным исследованиям в данной области. Говоря о первых исследованиях новых слов и выражений в чешском языке, подчеркнем, что общие аспекты неологизмов рассматривались уже в 1929 году в рамках работ под названием «Teze pražského lingvistického kroužku». Далее с точки зрения неологии являются значимыми также статьи таких лингвистов, как Б. Гавранек, В. Матезиус, Р. Якобсон, Й. Мукаржовский в словаре «Spisovná čeština a jazyková kultura» (1932).

Однако только с 60-х годов XX века начинает значительно увеличиваться количество работ, занимающихся исследованием неологизмов. И. Немец написал о новых процессах, словах и выражениях в монографии «Vývojové postupy české slovní zásoby» (1968). Далее о новой лексике, динамике словообразовательных видов и средств в рамках современного чешского языка существует несколько работ таких известных лингвистов, как Ф. Данеш, А. Едличка, Ф. Цуржин – Й. Новотный и др. Затем немалую роль сыграли работы Й. Филипеца «Česká synonyma z hlediska stylistiky a lexikologie» (1961) и др. Далее описанием типологии, места неологизмов в

словарном составе занимались следующие лингвисты: А. Стих, А. Едличка, И. Немец, Й. Филипек и др. Также «Slovník spisovného jazyka českého (1960-1971)» сыграл значительную роль для определения новых лексических средств в современном чешском литературном языке, но нельзя забывать и о работе «Novočeské tvoření slov» автора В. Шмилауера (1971). Следующей значимой работой является «Problematika neologizmů v současné spisovné češtině» (1983) автора О. Мартинцовой. В данное время появляется большое количество статей, исследующих новые слова и выражения с разных точек зрения. Назовем, напр., коллективную монографию произведение «Český jazyk na přelomu tisíciletí» (1997) (Martincová 2005: 7-9). Работы Й. Коростенского тоже были посвящены описанию неологии русского и чешского языков, например: «Проблемы перевода некоторых русских неологизмов» (1993), «Слова, которых в словаре нет» (2000), «Русские неологизмы – тенденции их развития (сопоставление с чешским языком)» (2003), «Новое в лингвистике. Предпосылки «оборота»» (2006), «Česká a ruská slovní zásoba (neologické aspekty)» (2007) и многие другие.

Результатом сбора чешских неологизмов стало два основных словаря: «Nová slova v češtině 1. Slovník neologizmů» (ред. Academia, Praha 1998) и «Nová slova v češtině 2. Slovník neologizmů» (ред. Academia, Praha 2004). В первый словарь входит новая лексика за 1985-1995 годы (объем словаря 4600 лексических единиц), во второй словарь входит новая лексика за 1996-2002 годы (объем словаря 7000 лексических единиц).

Конечно, невозможно не упомянуть работу З. Соховой – Б. Поштолковой «Co v slovnících nenajdete», далее в 1999 году издается двуязычный словарь «Rusko-český a česko-ruský slovník neologizmů», дополненный в 2004 году. Также необходимо указать более новые и значимые работы такие, как сборник «Internacionalizmy v nové slovní zásobě» (А. Рангелова, З. Тиха и др.; ред. ÚJČ AV ČR, Praha 2003), сборник «Neologizmy v dnešní češtině» (З. Опавская, Л. Яновец, О. Мартинцова, П. Кохова и др.; ред. ÚJČ AV ČR, Praha 2005), содержащий 16 статей, касающихся разных областей неологизмов. Как в русской неологии и неографии, так и в чешской материал для большинства работ отбирался из электронных источников, например: неологического электронного архива Института чешского языка, далее электронного архива «NEWTON ON-LINE», затем сети Интернета и из Чешского национального

корпуса (Martincová 2005: 9-11). Ныне приведем образцы из нами упомянутых словарей новых слов в современном чешском языке.

Образец описания нового слова из словаря «Nová slova v češtině 1. Slovník neologizmů» (1998):

homeless [houmles] neskl. i -a m. <z angl.>

člověk bez stálého bydliště; tulák; bezdomovec (ve významu 1): v opuštěném domě přespávají homeless; policie kontrolovala homelessy na nádraží

U slovotvorně adaptované podoby *houmlesák* a odvozenin se dává přednost počeštěnému psaní (viz tam).

Образец описания нового слова из словаря «Nová slova v češtině 2. Slovník neologizmů» (2004):

antizemanovský [-ty-] příd.

namířený proti M. Zemanovi (českému politikovi), proti jeho politickým stoupencům; jsoucí proti němu, nim; protizemanovský: antizemanovské nálady části sociální demokracie
Опак prozemanovský.

Нужно отметить, что неологизмы, приведенные в чешских словарях, даются без контекстов и не указывается конкретный источник и дата фиксации указанных слов.

4.3 Определение термина *неологизм*

Проблема определения неологизма вызывает среди лингвистов много споров. В настоящее время имеется множество разных дефиниций, некоторые из них мы проведем ниже.

Как отмечает одна из основоположниц русской теоретической лексикологии и лексикографии Н. З. Котелова, имеется несколько лингвистических теорий

термина *неологизма*. В своих работах она их описывает как «стилистическую», «лексикографическую», «психолингвистическую», «денотативную», «структурную» и «конкретно-историческую» теории (Попова 2005: 4). Ныне попробуем коротко описать отдельные теории. В рамках стилистической теории «к неологизмам относят стилистически маркированные слова, значения слов или фразеологизмы, употребление которых сопровождается эффектом новизны» (Там же: 4).

Многие лингвисты признак новизны соединяют также с хронологическим признаком. По мнению Е. В. Сенько, «общим для всех инноваций, в том числе неологизмов как их видового понятия, является своеобразная маркированность временем, которая влечет за собой известную необычность, свежесть на фоне привычных языковых форм, малоизвестность (или неизвестность) в широком употреблении» (Там же: 4-5). Сторонники лексикографической теории неологизмов понимают их как «слова, отсутствующие в современных словарях, не отмеченные словарями» (Там же: 8). В нашем исследовании мы принимаем во внимание также семантические неологизмы и новые слова, зафиксированные в словарях новых слов и орфографических словарях.

Говоря о психолингвистической теории неологизмов, отметим мнение С. И. Тогоевой, которая определяет понятие *неологизм* как «языковую единицу, не встречавшуюся ранее в индивидуальном речевом опыте носителя языка. Таким образом, акцент делается на субъективной, индивидуальной новизне неологизма» (Там же: 8). Это, однако, означает, что носители языка могут понимать как новое слово даже архаизмы, так как они им раньше не встречались.

Самой распространенной теорией является денотативная, определяющая неологизм как «слово, обозначающее новое явление (денотат, реалию) или понятие. Так, в последнем пособии словарь неологизмов определяется как тип словаря, в котором описываются слова или обороты речи, созданные для обозначения нового предмета или для выражения нового понятия» (Там же: 9). Частично мы будем опираться и на эту теорию при анализе новых слов и выражений, так как в избранных нами журналах находится большое количество слов, называющих новые предметы, одежду, блюда и т. д.

В рамках структурной теории «к неологизмам могут быть отнесены только те слова, которые обладают абсолютной структурной, формальной новизной; обычно

это уникальные звуко сочетания, воспринимающиеся как нечленимые, непроечные, немотивированные единицы (напр.: *кодак, лилипут, борк, неон* и др.)» (Там же: 10). Данная теория не применяется в нашем исследовании, так как не все нами выбранные слова и выражения обладают абсолютной структурой.

Сторонники конкретно-исторической теории отмечают, что «признак «нового», «новизны», лежащий в основе большого числа определений неологизма, по мнению Н. З. Котеловой, должен быть уточнен с точки зрения времени и языкового пространства, что позволит дать более корректное представление о сущности неологизма» (Там же: 11), т. е. с точки зрения времени к неологизмам необходимо отнести слова и выражения, которые употребляются в конкретный период, но они не существовали в предшествующем периоде, а с точки зрения языкового пространства новые слова и выражения должны содержать оттенок новизны в определенных областях или жанрах (напр., новое слово для всех/некоторых языков; новое слово для литературного языка или для жаргона и т. д.) (Там же: 11-12).

Следовательно, под термином *неологизмы* можно понимать не только вновь образованные или заимствованные из других языков слова, но и слова ранее общеизвестные, но мало употребляемые или слова, исчезнувшие из языка, а в настоящее время вернувшиеся и ставшие вновь широко использованными (Котелова 1990: 331). В своей статье «Лексические и фразеологические неологизмы: общее и различное» В. М. Мокиенко отмечает, что «отправной точкой теоретического и практического осмысления новой лексики и фразеологии является определение объекта исследования и его границ — особенно временных и пространственных» (Буцева, Карева 2006: 116). Чешские лингвисты рекомендуют относить к неологизмам слова и выражения, появившиеся в течение последних пяти (максимально десяти лет). У российских лингвистов наблюдается несколько другой подход к временной границе неологизмов. Как известно, РАН издает словари новых слов за каждое десятилетие. По словам Т. Н. Буцевой, неологизмы можно выделить в рамках каждого десятилетия. В процессе сбора новых слов в течение нескольких лет становится ясно, что многие новые слова и выражения могут стать в конце исследования общеупотребительными, т. е. потерять свой оттенок новизны.

Итак, термин *неологизм* можно понимать по-разному. Ныне приведем несколько дефиниций данного понятия. В словаре лингвистических терминов можно найти следующее определение термина *неологизмы* — «новая форма или выражение (греч. *neologismos*), созданное либо совсем заново, <...> либо путем искажения <...>, либо морфологическим путем: словопроизводство, словосложение, аналогии, заимствование и т. п.» (Буцева, Карева 2006: 116). Далее под неологизмами можно понимать «слова, значения слов или сочетания слов, появившиеся в определенный период в каком-либо языке или использованные один раз (окационализмы) в каком-либо тексте или акте речи. Принадлежность слов к неологизмам (напр., *приватизация, чёрный ящик, луноход*) является свойством относительным и историчным» (Там же: 116). Ныне приведем дефиницию В. М. Мокиенко: *неологизмы* – «это незафиксированные в словарях новые слова и фразеологизмы, а также слова и словосочетания с новыми значениями, которые появились в языке в результате заимствования, калькирования, словосложения и т. п., переноса значения (метафора и метонимия), расширения или сужения значения» (Мокиенко 2003: 11). Чешские лингвисты, напр., Э. Лотко, определяют термин *neologismus* как «*nevžitý, neustálený tvar, nové slovo, popř. jeho nové užití n. jiná nová jednotka v jazyce vzniklá, resp. vznikající, popř. do něj převzatá odjinud z potřeby pojmenovat něco nového (např. grant, folkař), z důvodů strukturních (např. parník – parolod') apod.*» (Lotko 1998: 70).

В украинском языке существует следующая дефиниция: «неологізми визначаються як слова, значення слів або словосполучення слів, які з'явилися в певний період у мові або використані один раз («оказіональні» слова) в тексті або акті мовлення; як слово чи сполука, використані мовою в певний період на позначення нового або вже наявного поняття або в новому значенні й усвідомлюються як такі носіями мови; нові слова й словосполучення з новими значеннями, які з'явилися в мові в результаті запозичення, калькування, словоскладання, аббревіації, переносу, розширення або звуження значення» (Гладка 2009: 172).

В нашей работе мы принимаем дефиницию профессора В. М. Мокиенко. Мы считаем, что слова и словосочетания с новыми значениями также необходимо относить к неологизмам. Однако следует уточнить, что к неологизмам мы относим также выражения, которые могут быть зафиксированы в словарях, но только в

словарях новых слов или в орфографических словарях, но они не зафиксированы в других словарях (напр., толковых, словарях синонимов, антонимов и др.), что свидетельствует о том, что данные слова, выражения и фразеологизмы еще не вошли в общеупотребительный язык. Неологизмами мы считаем также слова, прошедшие ревитализацию, т.е. слова, использовавшиеся в прошлом, затем забытые, а теперь снова употребляющиеся.

4.4 Основные классификации неологизмов

Неологизмы в русском, украинском и чешском языках могут возникать разными способами. Среди лингвистов постоянно ведутся дискуссии, касающиеся классификации неологизмов, т.к. неологизмы могут характеризоваться по разным признакам, напр.: семантическим, формальным, синтагматическим, парадигматическим, социолингвистическим и другим. Таким образом, некоторые классификации можно отнести к традиционным для словарного состава в целом, напр.: определение неологизмов по способу их образования, по способу их стилистической окраски и т. п., или к другим, сосредоточенным на признаках, свойственных лишь данным языковым единицам, напр.: разделение неологизмов на группы по степени их новизны, по степени новизны обозначаемой реалии и др. (Попова 2005: 30). Далее мы уделим внимание описанию конкретных типов неологизмов.

4.4.1 Типы неологизмов по виду языковой единицы

Рассматривая неологизмы с точки зрения вида языковой единицы, мы можем их разделить на *неолексемы*, *неофраземы* и *неосемемы* (слова и фразеологизмы). Под *неолексемами* можно понимать новые слова, возникающие посредством заимствования (напр., *имидж*, *секьюрити*, *сингл* и др.) или посредством словообразования (напр., *бизнесмен* → *бизнесменка*, *бомж* → *бомжевать*, *качать мышцы* → *качок* и др.) (Там же: 30). По терминологии Н.З. Котеловой, *неофраземы* представляют собой «новые фразеологизмы и устойчивые сочетания слов с формирующейся идиоматичной семантикой, или аналитические сочетания» (Котелова 1978: 17). Т.В. Попова приводит такие примеры устойчивых выражений, возникших во время перестройки, напр.: *смешные цены*, *кредит доверия*, *правовое*

государство, рекламная пауза, непопулярные меры и многие другие (Попова 2005: 30). В *неосемемы* входят новые значения старых слов и фразеологизмов, напр. у слова *экология* сформировалось новое переносное значение, обозначающее чистоту и правильность, напр.: *экология духа, экология культуры, экология языка* и др., или у фразеологизма *дворянское гнездо* появилось новое значение (с пометой *ирон.*), обозначающее место элитной застройки в городе для правящего класса и богатых (Там же: 30-31).

По словам Н. З. Котеловой, в новой русской лексике приблизительно 90,7% единиц составляют неолоксеммы, 1,2% – неофраземы, 8% – неосемемы (вывод сделан на материале словаря «Новые слова и значения. По материалам прессы и литературы 60-х гг.») (Котелова 1978: 19). Далее автор отмечает, что понимая термин *неология* в широком смысле, можно помимо вышеперечисленных единиц привести также следующие: во-первых, *новые свойства старых слов* (напр., может происходить терминологизация слова в целом или его отдельного значения (**надежность, *структура*), далее изменение стилистической или «временной» окраски (таким образом слова **мысленный, *отлучить* потеряли уже в 60-е годы XX века помету *устар.* и т. п.); во-вторых, *новые формы словоизменения слова* (напр., у прилагательных возникают новые, не встречавшиеся ранее формы степеней сравнения или краткие формы (**предметнее, *камерна*), а у существительных появляются формы множественного числа (**логики, *протяженности*, раньше было возможно только ед. ч.) и др.); в-третьих, *новая сочетаемость слов* (напр., **экскурсовод по чему* (по стилям) и др.); в-четвертых, *новые лексико-грамматические функции слов* (напр., специализация слов в роли постоянных приложений (**цех-гигант, город-гигант*), далее слова, соединяющиеся с приложениями (**автомат-диспетчер, *автомат-секретарь*) и др.) (Там же: 17-18).

4.4.2 Типы неологизмов по степени новизны языковой единицы

С точки зрения степени новизны языковой единицы неологизмы можно разделить на *абсолютные* и *относительные*. *Абсолютными неологизмами* можно считать такие неологизмы, которые ранее в языке не существовали (напр., *бомжировать, ди-джей, массмедиа* и др.) (Попова 2005: 32).

Под *относительными неологизмами* можно понимать слова и выражения, принципиально не являющиеся новыми для языка, к ним можно отнести такие группы слов и выражений, как *«вернувшаяся лексика», актуализированная лексика, внутренние заимствования*. Заметим, что в другой терминологии *относительные неологизмы* могут иметь название *функциональные неологизмы* или *актуализированные слова*, однако данные понятия не являются адекватными, так как слово *функциональный* не дает ясного определения, о какой функции идет речь, а слово *актуализированный* касается только одной группы неологизмов (Там же: 32).

В «вернувшуюся лексику» входят слова и выражения, которые воспринимались как устаревшие или малоупотребительные, но в последние годы «актуализировались, сохраняя в своей «новой жизни» прежнее смысловое и функционально-стилистическое содержание» (Поповцева 1990: 90). В рамках *«вернувшийся лексики»* находится большое количество терминов из области религии, особенно из православия (напр., *Богородица, крестный ход, монах, паломничество, панихида, Патриарх* и многие другие). Также устаревшие слова, обозначавшие ранее государственные органы, образовательные учреждения, людей, работавших в данных учреждениях (напр., *гильдия, гимназия, лицей, губернатор, гувернёр* и др.) занимают значительное место в рамках *«вернувшийся лексики»*. Уже применительно к России стали употребляться слова и выражения, которые ранее описывали только жизнь зарубежных капиталистических стран, буржуазного общества (напр., *коммерсант, банкир, бизнес, инфляция, забастовка* и др.), и слова из области наименований реалий, заимствованных из социального устройства зарубежных стран (напр., *парламент, муниципалитет, мэр, офис* и др.) (Попова 2005: 32-33). Л. Степанова называет этот процесс ревитализацией забытых слов (Степанова 2011).

Среди *актуализированной лексики* находятся слова, которые и прежде существовали в русском языке, однако сейчас они употребляются в ином значении, напр. слово *земляне* в древнерусском языке обозначало людей, обрабатывающих землю, крестьян, а в 60-е годы XX века стало обозначать обитателей планеты Земля. Следовательно, *актуализированную лексику* можно описать как «единицы так называемого основного фонда русского языка – обычные, привычные «старые» слова, претерпевшие в описываемый период семантические, стилистические, сочетаемостные, оценочные и другие изменения. Таким образом, актуализация

заключается в активизации семантических преобразований слова: в расширении сочетаемости и изменении ее характера, в образовании новых значений слов, в том числе переносных, а также в изменении значений слов в связи с идеологической переориентацией» (Попова 2005: 33). Одновременно в русский язык вошли однокоренные или одноструктурные дериваты многих слов, что также подтверждает актуализацию обозначаемого ими понятия и обозначающего его слова (напр., от слов *спонсор*, *бомж* и др. образовалось много новых слов: *спонсорство*, *спонсировать*; *бомжевать*, *бомжиха*, *бомженок* и др.). Произошла также актуализация словообразовательных средств, как приставок *анти-*, *про-*, *де-*, *рас-*, *ре-*, *пост-*, *супер-* и под., которые образуют значительное количество неологизмов (напр., *антиельцинский*, *антигорбачевский*; *проельцинский*; *деколлективизация*, *деидеологизация*; *ренационализация*, *реколлективизация* и др.) (Там же: 34).

В группу *внутренних заимствований* включаются «новые слова и фразеологизмы, появление которых обусловлено перераспределением языковых средств в видах и жанрах речи. Внутренние заимствования включают в себя те языковые единицы, которые проникают в литературный язык из русской разговорной речи, просторечия, диалектов, жаргонов и арго, из профессиональной лексики, разных областей знания (терминосистем) и т.п.» (Там же). Например, медицинские термины, которые стали известны не только специалистам из области медицины, а повсеместно: *мануальная терапия*, *СПИД*, *ВИЧ-инфекция*, *антиспидовский*, *антистрессовый*; или слова из области молодежного сленга: *мейнстрим*, *рэп*, *тусовка*; далее термины бизнеса и финансового дела: *бартер*, *инфляция*, *брокер*, *безвалютный* и др. (Там же). Самую многочисленную группу в рамках *внутренних заимствований* «составляет терминологическая лексика, которая, сохраняя свой терминологический характер в соответствующей науке, поступает в «актив» литературного языка благодаря популяризации научных знаний, культурному росту носителей языка» (Поповцева 1990: 94). Т.Н. Поповцева отмечает, что анализ относительных неологизмов выявляет, что данные неологизмы описывают только старые реалии, что может стать знаком для отграничения относительных неологизмов от абсолютных неологизмов (Там же: 94-95).

4.4.3 Типы неологизмов по виду обозначаемой реалии

С точки зрения вида обозначаемой реалии (т. е. денотата или сигнификата) можно разделить неологизмы на пять следующих групп: неологизмы, обозначающие, во-первых, новую реалию, во-вторых, старую реалию, в-третьих, актуализированную реалию, в-четвертых, уходящую реалию, в-пятых, несуществующую (гипотетически представляемую) реалию (Попова 2005: 34-35).

4.4.4 Типы неологизмов по способу образования

Рассматривая неологизмы с точки зрения способа образования, можно разделить неологизмы на: *заимствованные, словообразовательные и семантические*. В *заимствованные неологизмы* входят «слова и фразеологизмы, перенесенные из одного языка в другой либо из одного подъязыка в другой подъязык того же языка» (Там же: 35). Далее *заимствования* можно разделить на *внешние* (слова и выражения заимствуются из другого (иностранного) языка, напр., *топлесс, ксерокс, чизбургер, крекер, роуминг, скраб, лайкра, крэг*) и *внутренние* заимствования (слова и словосочетания заимствуются из подъязыков того же самого языка, напр.: жаргона, сленга и т. п., напр., *попса, жмурик, качок, ментовка, наркота, лажя, тусоваться, облом, тащиться* и др.) (Там же: 35).

Под *словообразовательными неологизмами* можно понимать новые слова, возникающие по моделям русского словообразования: аббревиатуры (напр., АО – акционерное общество, ИНН и т. п.); сложные слова (напр., *шоу-бизнес, интернет-сервис* и др.); простые производные слова (напр., *антиреклама, антирыночный, видеоиндустрия* и т. п.) (Там же: 35). По словам И.С. Улуханова, в русском языке существует 79 способов словообразования: 17 узуальных и 62 окказиональных, в связи с этим употребляется 306 префиксов, 1013 суффиксов, 4 постфикса и 556 конфиксов, всего 1875 морфем (Улуханов 1996: 94-95).

К *семантическим неологизмам* можно относить старые слова и фразеологизмы, у которых образовались новые значения. «Новые значения могут появляться у разных частей речи, но наиболее «неогенны» имена существительные: 61% новых значений свойственно именно субстантивам, 20% – именам прилагательным, 17% – глаголам» (Никитченко 1985: 20). *Семантические*

неологизмы возникают в основном при внутрисловной семантической деривации: метафоризации (напр., компьютерные *пираты*, валютная *интервенция*, *отмывание денег* и др.), метонимизации (напр., *бройлер* «помещение для бройлерных цыплят», *картошка* «работы по уборке картофеля» и др.), сужения значения (напр., *восстанавливать* «ремонтировать» и др.) или расширения значений (напр., *грузовик* «автомобиль / самолет / космический корабль, предназначенные для перевозки грузов» и др.) (Попова 2005: 36). Как отмечает Н.С. Никитченко, «4% семантических неологизмов являются результатом внешнего или внутреннего заимствования и калькирования (*мать* в значении «материнская плата в компьютере», *мышь* «управляющее устройство для компьютера» и т. п.), около 30% созданы иными способами: семантико-морфологическим или способом агрегатирования (Никитченко 1985: 5). При семантико-морфологическом способе «появление нового значения у слова обусловлено не закономерностями развития системы его значений, а одновременным присоединением аффикса и сопровождающими его семантическими сдвигами (напр., *получить втык* → *втыкать*)» (Попова 2005: 36). При агрегатировании значения «форма слова остается прежней, а появление нового значения невозможно объяснить законами семантического развития русских слов» (Там же: 37). К таким примерам можно относить, например: новые значения слов, образованные в результате употребления слова в качестве условного названия (напр., *дружба* «танец» и т.п.), далее в результате несистемных случаев семантической деривации (напр., *совок* «советский человек»), также в результате закрепления за словом значения исходного словосочетания (семантическое стяжение, опосредованная деривация, напр., *послать* ← *послать к черту*) (Котелова 1982: 31).

4.5 Типы окказиональных новообразований

Следует, разумеется, отметить, что не все лексические новообразования можно считать общенародным языковым средством, так как существуют слова, употребляющиеся лишь один раз, в определенном речевом отрезке, т. е. указанные слова образованы «на случай» по существующей модели (ср. *непосеянный*, *вечнозеленость* и др.), речь идет о так называемых окказиональных словах (Котелова

2015: 175). Н. З. Котелова также отмечает, что *оказиональные слова* – «это реализованные потенциальные слова, созданные говорящими в процессе речи по законам словообразования, а не взятые готовыми из имеющегося инвентаря» (Котелова 1982: 20-21). По словам О. Чирковой, «*оказіоналізми* – це слова, які побутують у мовленні однієї особи або групи осіб і не мають регулярної відтворюваності в сучасній літературній мові; вони не зв'язані системними відношеннями з узуальною лексикою, не мають загальноприйнятого значення...» (Турчак 2013: 301). Чешский лингвист В. Станек объясняет, что *оказионализм* «*vzniká patrně často zcela nenadále (na rozdíl od vlastního neologismu, který podle M. Jelínka „vzniká z nějakého komunikativního podnětu“)* v daném okamžiku myšlenkového pochodu a jeho řečové realizace; autor jím často vyjadřuje svůj subjektivní pohled na určitý jev. Lze tedy okazionalismus považovat za lexikální jazykový prostředek, který je výrazem postoje pisatele nebo mluvčího k předmětu sdělení» (Staněk 2002: 57). Украинский лингвист А. П. Грищенко упоминает, что «*оказіональні неологізми*, які в переважній більшості не перетворюються на загальноновживані слова, властиві індивідуальній творчій манері багатьох українських письменників, зокрема І. Франка, Л. Українки, П. Тичини, М. Рильського, М. Бажана, Л. Костенко» и др. (Грищенко 1997: 219). С указанным связаны *индивидуально-авторские новообразования*, «создаваемые авторами с выразительной целью и нередко значительно отклоняющиеся от ожидаемых «по системе» образований (ср. *сундучить, теловычитание, казлодром, модиться, искропись, дождепад, тебестоимость*)» (Котелова 2015: 175). Н. З. Котелова также упоминает, что *индивидуально-авторские слова* принадлежат определенному лицу (автору) и выполняют экспрессивную функцию в речи (кроме номинальной функции), речь идет о таких словах, как *недомастер, стиходром, дочеловечество, пеэтить, максимум-расточитель* и многие другие (Котелова 1982: 21).

В нашем материале встретилось лишь несколько *оказиональных* новообразований, поэтому мы не даем более подробную характеристику данных новообразований.

5 ПРИНЦИПЫ СОСТАВЛЕНИЯ СЛОВАРЯ НОВЫХ СЛОВ ПО МАТЕРИАЛАМ РУССКИХ, УКРАИНСКИХ И ЧЕШСКИХ ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛОВ

В данной главе мы дадим характеристику составленного нами словаря новых слов и значений по материалам русских, украинских и чешских женских журналов (далее Словарь РУЧЖЖ). При составлении Словаря РУЧЖЖ мы будем в значительной мере придерживаться лексикографических принципов известного специалиста в области неологии Н. З. Котеловой и Института лингвистических исследований РАН, которые были описаны выше.

Первые попытки анализа новых слов и составления словарей неологизмов известны с давних времен, например, уже во времена Петра I при его соучастии возник небольшой «Лексикон вокабулам новым», в котором находились слова, попавшие в то время в русский язык из разных западноевропейских языков. Затем М. В. Ломоносов стремился включить в дополнение к его «Российской грамматике» также тему «О новых российских речениях». В советскую эпоху данной темой занималось Отделение русского языка и словесности (ОРЯС) Академии наук СССР (Котелова 2015: 169). В. М. Истрин отмечал: «Что же касается новых слов, новых словообразований и новых значений старых слов, то собиране и издание их, по определению Отделения, должно составить особую задачу... На обязанности ОРЯС... лежит время от времени выпускать добавления к Словарю, содержащие в себе все вошедшее в литературный язык за определенный промежуток времени. Эти добавления будут крайне поучительны, так как будут наглядно представлять современные изменения языка в связи с изменениями в структуре общества и в материальной и духовной культуре его» (Истрин 1927: 1072). Дополнения к данным типам словарей весьма важны, так как поток новых слов постоянно меняется и увеличивается. Н. З. Котелова отмечает, что «появление в языке новых слов, новых значений слов и выражений отражает изменения в бесконечно разнообразном мире вещей и явлений, общественную деятельность человека, работу человеческого сознания, результаты бесконечного познавательного процесса. Возникновение

новых номинаций как ответ на социальный запрос, как результат познавательно-прогрессивного освоения мира – главная движущая сила неологизации во всех языках и на всех этапах их развития>...<оценки неологизмов как таковых в случае экстралингвистической обусловленности даются более объективно и могут предусмотреть временные точки отсчета существования нового слова вплоть до датирования его первого употребления» (Котелова 1982: 4). Это связано с возникновением новых явлений в производственной жизни, в общественных отношениях, с развитием техники, культуры, науки и с новыми чертами быта людей. На изменение словарного запаса литературного языка оказывает влияние также перемещение слов из одной области использования в другую, которое часто обусловлено пополнением словарного запаса носителей литературного языка, а также степенью речевой активности разных возрастных и социальных групп, благодаря чему происходит непрерывное взаимодействие между литературным языком и профессиональными и социальными сленгами. Кроме социальных факторов, важную роль играют внутриязыковые процессы, например: возникновение образных, метонимических, переносных, распространительных и других употреблений, возникновение стилистически различных вариантов обозначения, упрощение методов обозначения, например, замена словосочетания одним словом и др. (Котелова 2015: 170). Как уже отмечалось раньше, скорость пополнения словарного запаса постоянно увеличивается. Немаловажен также тот факт, что общие недифференциальные словари своевременно не отражают новых элементов в лексике и фразеологии.

5.1 Задачи словаря

Как уже отмечалось ранее, процесс появления неологизмов интересует многих ученых. Это связано с многими факторами, например, с бурным развитием современных славянских и неславянских языков, изучением процессов и результатов изменений в лексике и фразеологии, оценкой и объяснением новых слов и значений, что может вносить вклад не только в рамках общественно-исторического и культурно-познавательного аспектов, но и в рамках теоретической и прикладной лингвистики с целью изучения и описания современного языка (Котелова 1982: 5).

Толковые словари литературного языка обычно не включают неустойчивые новые слова и значения, которые еще не стали вполне общеупотребительными. Однако существует практическая необходимость в быстрой фиксации новых слов и значений, поскольку читатели современной литературы и прессы часто встречаются в газетах и журналах новые слова и значения, которые не зафиксированы ни в одном из толковых словарей. Так как общие толковые словари не уделяют достаточного внимания источникам периодики и прессы, издания по новой лексике заполняют эту лакуну с целью облегчить языковую ориентацию читателей прессы, а также иноязычных читателей. Помимо того, словари неологизмов представляют собой важное свидетельство развития языка, способствуют историкам языка в использовании точек отсчета и в сопоставлении различных временных положений языка (Там же: 7, 19).

Словари новых слов и значений дают возможность анализировать лексические неологизмы с разных точек зрения, характеризовать словообразовательные типы и модели, а также изучать пути и тенденции развития словарного состава и мн. др. На основе информации, находящейся в словарях новых слов и значений, можно оценивать степень употребительности инноваций в конкретный период развития языка и заглянуть в контексты употребления неологизмов. Работа над словарями неологизмов оправдывает себя, поскольку многие появившиеся новые слова и выражения еще не стали отчетливыми во время исследуемого периода, часто не установился статус слова, значения или выражения в языке и речи, или не определились грамматические или стилистические свойства новых слов, значений или выражений. Такой словарь может принести пользу как читателям, слушателям, так лексикографам, лингвистам и другим ученым, а также преподавателям, переводчикам, социологам, писателям, журналистам и др.

5.2 Источники словаря

Как уже отмечалось ранее, в работе исследуется материал, извлеченный из современных русских, украинских и чешских женских журналов. В данном разделе мы попытаемся более подробно описать, какие источники подвергались анализу.

Вначале необходимо подчеркнуть, что для нашего исследования, важную роль в качестве источников для отбора новых слов, выражений и значений сыграл факт неоднократного использования данных слов и выражений, т. е. указанные слова и выражения повстречались не в одном журнале, а в нескольких исследованных журналах. Важен также систематический охват источников, которые употребляют популярные новые слова и выражения, адресованные широкому кругу читателей.

В процессе нашего анализа мы избирали современные русские, украинские и чешские женские журналы, широко распространенные и популярные в данных странах. Популярность журналов мы определили на основе опроса носителей указанных языков, а также издателей данных журналов. Для данного исследования избирались журналы, которые были рассчитаны на массовую дистрибуцию, например, следующие женские журналы на русском языке: «Женские секреты», «Все для женщины», «Женские советы» и т. п.; затем женские журналы на украинском языке: «Жінка», «Життя і жінка», «Журнал для жінок» и др.; а также женские журналы на чешском языке: *Žena a život*, *Katka*, *Svět ženy* и т. д.

Тексты, подвергнутые нами анализу в основном относятся к публицистическому стилю, характеристику которого мы уже привели ранее. Именно массмедиа наиболее быстро информируют общество обо всем новом, происходящем в разных областях жизни, поэтому наибольшее количество новых слов и выражений можно чаще всего найти именно в современных газетах и журналах, а также в Интернете. Материал для нашего исследования выбирался из женских журналов, некоторые из которых были доступны в печатном виде, некоторые – только в электронном виде.

5.3 Временные границы материала

Совокупность номинаций литературного языка может увеличиваться не только в связи с перераспределением языковых средств в жанрах и видах речи, т. е. переход слов, значений и устойчивых словосочетаний из устной речи, диалектов, специальных языков в литературный язык, но и в связи с перераспределением языковых средств по временной оси, т. е. возрождение и актуализация слов. Часто такие инновации называются вхождениями – в отличие от новообразований, или

данные вхождения обозначаются как внутренние заимствования, в то время как новообразования внешними заимствованиями (Котелова 1982: 5). Определение временной оси отбора новых слов, выражений и значений часто представляет собой трудную задачу для многих лингвистов.

По принципам Н. З. Котеловой, важным критерием для включения слов в словари новых слов и значений является также факт, что определенные новые слова можно считать новыми и ввести их в словарь новых слов в том случае, когда они отсутствуют в существующих толковых словарях, что автор упоминает в нескольких своих изданиях. Таким образом, в словарь новых слов и значений включаются, во-первых, слова и значения, которые отсутствовали в русском языке во время составления имеющихся толковых словарей; во-вторых, слова и значения, которые не относятся к подлинно новым, но в последнее время они проходят процессом оживления использования и становятся все более популярными; в-третьих, слова и значения, возникшие за последний исследованный период и уже ушедшие или уходящие из употребления. С точки зрения исторического опыта можно отметить, что по разным причинам в литературном языке закреплялись даже такие новые слова, которые многие говорящие считали вначале излишеством. Между тем общее использование данных слов быстро приспособило их и они перестали считаться необычными или даже искусственными. Временные границы, решающие судьбу неологизмов, превращение их в общеупотребительные слова, которые широко и хорошо известны, могут быть очень разными. Некоторые новые слова и значения промелькнут и быстро пропадут без заметных следов, затем другие новообразования быстро зафиксируются и становятся общеупотребительными, а третьи новшества постепенно и достаточно медленно входят в употребление современной речи (Котелова 2015: 171-174). Н. З. Котелова составляла словари новых слов и значений таким способом, чтобы данные словари отражали неологизмы за одно десятилетие, также Институт лингвистических исследований РАН продолжает ее начинанию и составляет словари новых слов и значений за определенное десятилетие.

В нашей работе подвергались исследованию современные русские, украинские и чешские женские журналы с 2010 года до 2020 года, основные проанализированные нами тексты относятся к 2012-2017 годам, а дополнительно проходила выборка новых слов, выражений и значений из текстов женских

журналов, изданных в 2010-2011 и 2018-2020 годах. В рамках отобранного нами материала проверяется также его наличие или отсутствие в толковых словарях данных языков. Следует, однако, подчеркнуть, что в Словарь РУЧЖЖ входят далеко не все новые слова и значения, образованные за указанный период, для лексикографической обработки были привлечены неологизмы названных во введении тематических групп, а также аббревиатуры.

5.4 Особенности характеристики слов, включенных в словарь

Словари новых слов и значений в некоторых аспектах похожи на толковые словари, но в некоторых аспектах они отличаются. Так как словари новых слов и значений стремятся дать более объективное представление о новых словах и главным образом об их регистрации, то они не изображают слова и их свойства в системных связях и ничего не строят «по системе», т. е. в данных словарях может находиться причастие или прилагательное без существительного или глагола в таком случае, когда оно не зарегистрировано в исследуемых материалах, также не приводятся формы другого вида глагола или краткие формы имен прилагательных без их регистрации в данных материалах. В случае наличия в словаре разных значений одного слова, данные значения могут не совмещаться в рамках системных отношений, т. е. когда речь идет о фиксации нового значения у старого слова, а также в рамках способа их обозначения или их порядка. Важную роль играет в словарях новых слов и значений, в отличие от толковых словарей, предусмотрительность в качестве нормализации, поскольку целью данных словарей является показать, а не советовать. Указанные текстовые иллюстрации употребляются главным образом для объективного отображения использования новых слов и значений в упомянутых материалах. Следовательно, их количество больше, чем в общих толковых словарях, а также в словарях новых и значений в большом количестве цитируются источники периодики и прессы (Котелова 2015: 177).

Помимо того, непрерывно растет количество терминологической и профессиональной лексики в разных областях. Следует также подчеркнуть, что

авторы словарей новых слов, выражений и значений не стремятся включить в данные словари всю новую терминологическую и профессиональную лексику, а только ту, которая находится в исследованных материалах прессы и литературы. Вследствие ограниченности анализируемого материала в процессе выборки возникают некоторые пропуски. Н. З. Котелова отмечает, что «...формирование словника осуществляется на основании показаний материалов и словарей. Выявленный массив слов, значений слов и выражений, не получивших ранее какой-либо регистрации (не считая регистрации инноваций в словарях этого же периода) или относящихся к функциональным (относительным) неологизмам, исследуется в разных аспектах, которые необходимо рассмотреть специально» (Котелова 1982: 20). В процессе изучения собранного нами материала мы также будем стремиться исследовать новые слова и значения с разных точек зрения и показать самые частые явления, находящиеся в современных русских, украинских и чешских женских журналах.

5.5 Трудности при отборе слов и их характеристике

С работой над словарями новых слов, выражений и значений часто связано много затруднений как с точки зрения теории, так и практики, что обусловлено недостаточным исследованием в языкознании процессов образования новых слов и значений, разными описаниями терминов из области неологии, временными границами возникновения и закрепления данных слов, выражений и значений в языке.

5.6 Структура русско-украинско-чешского словаря новых слов Словарь РУЧЖЖ

При составлении нашего словаря мы руководствовались, методикой, разработанной Н. З. Котеловой. Как и в ее словарях, во-первых, слова в нашем словаре приводятся в алфавитном порядке; во-вторых, сложные слова также находятся на своем месте в алфавитном порядке; в-третьих, в случае включения нового сочетания слов в заголовок словарной статьи дается одно из слов данного

сочетания; в-четвертых, отсылки приводятся в случае наличия фонетических, орфографических и других вариантов.

Словарная статья в словаре РУЧЖЖ выглядит следующим образом: в заглавном (русском) слове ставится ударение, после заглавного слова даются формы изменения слова и грамматические пометы, далее идет ссылка на источник определенного журнала, потом приводится данное слово или словосочетание на украинском (далее УКРЯ) и чешском (далее ЧЯ) языках. Как уже отмечалось раньше, к источникам, которые подвергались нашему исследованию, относятся именно современные русские, украинские и чешские женские журналы.

Образцы словарных статей из Словаря РУЧЖЖ:

стайлер, -а; м. (Женские секреты 3/2015: 13); УКРЯ: стайлер, ЧЯ: styler.

гель-кондиционер, -а; м. (Женские секреты 3/2015: 14);
УКРЯ: гель-кондиціонер, ЧЯ: gel-kondicionér/gel kondicionér.

антивозрастной, -ая, -ое, -ые. (Женские секреты 3/2015: 14);
УКРЯ: антивіковий, ЧЯ: anti-aging/anti-větkový/anti věkový.

Работа над Словарем РУЧЖЖ будет и далее продолжаться, поскольку нашей целью является фиксирование новых слов, выражений и значений не только с намерением создать переводческий трёхязычный словарь в качестве приложения к данной работе, но и с намерением дать толкование данных слов, а также проиллюстрировать упомянутые слова в контексте определенных современных женских журналов.

Ныне приведем несколько примеров словарных статей из будущего Словаря РУЧЖЖ:

стайлер, -а; м. Устройство или прибор, с помощью которого можно делать разные прически. Может выглядеть как плойка или «утюжок» с разными насадками для выпрямления волос или образования больших локонов или маленьких кудряшек.

Фен, стайлер и «утюжок» портят волосы – это факт. Но без их участия невозможна идеальная укладка. (Женские секреты 3/2015: 13); УКРЯ: стайлер, ЧЯ: styler.

гель-кондиционер, -а; м. Продукт с уникальной гелеобразной формулой для увлажнения и восстановления тонких волос, бровей или ресниц. *В линейке три продукта: шампунь, придающий волосам невероятный блеск без утяжеления, гель-кондиционер с уникальной гелеобразной формулой, позволяющей максимально увлажнить волосы, и легкий спрей-масло в уникальном формате аэрозоля.* (Женские секреты 3/2015: 14); УКРЯ: гель-кондиціонер, ЧЯ: gel-kondicionér/gel kondicionér.

антивозрастной, -ая, -ое, -ые. Косметические препараты для коррекции возрастных изменений кожи. Препараты стимулируют работу клеток, повышают уровень выработки коллагена и эластина, чтобы кожа не старела. *Сверхмощный экстракт Растения жизни – мезембриатеум кристаллиnum – лежит в основе всех формул инновационной гаммы антивозрастного ухода Serum Vegetal от Yves Rocher.* (Женские секреты 3/2015: 14); УКРЯ: антивіковий, ЧЯ: anti-aging/anti-větkový/anti věkový.

Словарные статьи с их толкованием и употреблением слова в контексте еще не вошли в переводческий трехязычный словарь, помещенный в качестве приложения к данной работе, так как над семантизацией неологизмов и иллюстративными контекстами работа будет продолжена в будущем. Кроме того, переводческий трехязычный словарь в приложении к данной работе уже сейчас занимает около 70 страниц, при добавлении значений и контекстов его объем бы превысил объем работы.

6 НОВАЯ ЛЕКСИКА В СОВРЕМЕННЫХ РУССКИХ, УКРАИНСКИХ И ЧЕШСКИХ ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛАХ

В данном разделе мы уделим внимание новой лексике в современных русских, украинских и чешских женских журналах. В основном речь будет идти о иноязычных заимствованиях, так как в современных женских журналах упомянутых языков они преобладают.

Мы осознаем, что невозможно описать все новые явления, происходящие в современном русском, украинском и чешском языках, поэтому остановимся на количественно самых заметных явлениях, нашедших отражение на страницах женских журналов. Анализу будут подвергнуты новые слова и выражения в следующих областях: наименования лиц, наименования блюд и продуктов, наименования видов спорта, аббревиатуры и т. д.

6.1 Новые наименования лиц

Новые наименования лиц в современных русских, украинских и чешских женских журналах занимают значительное место в словарном составе приведенных журналов. Бурное образование новых наименований лиц связано, главным образом, с постоянным возникновением новых профессий, видов спорта, модных направлений, музыкальных стилей, разных организаций, политических партий, видов услуг и товаров, которые вызывают необходимость называния новых профессий и т.п., образования новых наименований лиц, как мужского, так и женского рода, хотя наименования лиц мужского рода преобладают.

Среди новых наименований лиц можно выделить слова и словосочетания разного типа. Продемонстрируем несколько примеров образования новых наименований лиц, например: заимствования (ср. *воркоголик, шоумен, snowboarder*); кальки (ср. *darker – stmívač*); имена существительные, образованные с помощью суффиксов (ср. *стилистка, менеджерка, мовознавка, старостка, moderátor, brouzdač, snowbordař, bavič, snowboardista*); имена существительные, образованные префиксально-суффиксальным способом (ср. *супермениша, багатоборка*,

ultrasportovec); а также семантические неологизмы (ср. *pařan* – игрок компьютерных игр) и др. (Oravská 2005: 19).

Ныне постараемся дать описание наиболее частых способов, посредством которых могут возникать новые наименования лиц в современном русском языке. По словам Л. Е. Кругликовой, новые наименования лиц чаще всего формируются при помощи словообразовательных средств, а именно, посредством префиксальных, суффиксальных и префиксально-суффиксальных способов, употребляющих в качестве средства словообразования словообразующие морфемы. По ее словам, наиболее употребляемыми являются наименования лиц, возникшие посредством суффиксального способа образования (суффиксации), например: *сексапилька* (девушка или женщина, имеющая большую сексуальную привлекательность), *харизматик* (человек, обладающий харизмой, духовной силой), *стилистка*, *менеджерка* (женщина, имеющая какие-либо превосходные качества) от слова *супермен* (мужчина, имеющий какие-либо превосходные качества) и др. (цит. по: Буцева, Карева 2006: 95 – 96). Ср. также следующие примеры данного типа, фигурирующие в электронных женских журналах или на форумах сайтов, ориентированных главным образом на женщин, например: *фотоэдиторка* от слова *фотоэдитор* (мужчина, занимающийся графической работой, напр., в журналах), *редакторка* от *редактор* и др. Следует обратить внимание на то, что приведенные слова могут иметь и суффикс *-ш(а)* (разговорно-просторечный), например, *менеджерша*, *редакторша* и т. д. Необходимо подчеркнуть, что слово *менеджерша* на русских сайтах употребляется на форумах менее часто, чем вариант данного слова с суффиксом *-к(а)*, слово *редакторка* также употребляется чаще, чем слово *редакторша*. Однако для русского языка наиболее распространено образование женского наименования лица посредством слова *женщина*, например: *женщина-редактор*, *женщина-менеджер* и многие другие. Кроме вышеуказанных средств, имеется несколько сложных слов, сформированных с помощью присоединения (сложения) нового компонента к уже существующему слову с частичным или полным преобразованием семантического ядра, например: *мегазвезда* (очень известный человек из области искусства, моды, спорта) от слова *звезда* (известный человек в области искусства, моды, спорта), *секс-машина* (неутомимый сексуальный партнер) от слова *машина* (человек, работающий без устали, по данному шаблону),

теледива (красивая и известная телеведущая) от слова *дива* (известная артистка) и другие (Там же: 95). Далее мы проиллюстрируем избранные нами примеры новых наименований лиц из современных русских женских журналов.

Заметим, что в печатной форме журналов нам не повстречались наименования лиц женского пола с суффиксом *-к(а)*, а с суффиксом *-ш(а)* встретилось только одно слово, а именно, слово *стриптизёрша* (Караван историй 4/2017: 107). Ср.: «*Про таких, как Келли, говорят: огонь, а не девчонка. Ее отец, музыкант Aerosmith Рик Дьюфэй, исчез вскоре после ее рождения, и воспитанием занималась мама: не то танцовщица, не то стриптизерша*» (Там же).

Это свидетельствует о том, что данные суффиксы характерны для наименований лиц женского рода скорее в электронных женских журналах, где допускаются более разговорные формы. Для современных русских женских журналов в печатной форме характерно традиционное образование женского наименования лица посредством слова *женщина*, например: *женщина-комик* (Лиза. Добрые советы 3/2015: 77), *женщина-руководитель* (Там же: 79), *женщина-друг* (Там же: 79), *женщина-трансформер* (Похудей 5/2018: 7) и т. п. Ср.: «*Главное, чтобы у нас с любимой было одинаковое чувство юмора и мозга. Моя мечта – умная женщина-комик, наполовину таитянка, наполовину цыганка*» (Лиза. Добрые советы 3/2015: 77), «*Женщина-трансформер...К 17 годам, скопив немного денег от выступлений и съемок, Меган Фокс сбежала от издевательств отчима в Мекку кинопроизводства – Лос-Анджелес*» (Похудей 5/2018: 7-8) и др.

В исследованных журналах можно также найти сложные слова, образованные с помощью присоединения нового компонента к уже существующему слову с частичной или полной модификацией семантического ядра, чаще всего это возникает посредством префиксоидов, например: *фоторедактор* (Лиза. Добрые советы 3/2015: 6), *кинодива* (Планета женщины 12/2010: 10), *супервумен* (Планета женщины 12/2010: 62), *бильдредактор* (Женские секреты 2-3/2020: 1) и др.

В качестве наименований лиц, сформировавшихся с помощью суффиксоидов, приведем следующий, часто употребляемый пример, эксцерпированный нами из современных русских женских журналов: *шопоголик* (человек, увлекающийся покупками) (Женские советы. Самая 11/2014: 1) – от *шоп* и *голик*, часть слова *голик* стала своеобразным суффиксоидом. Слова *шопоголик*, *воркоголик*, *алкоголик*

отличаются одинаковым семантическим ядром – они обозначают лица, которые не могут обойтись без какой-то конкретной вещи или деятельности, у них развилась зависимость от чего-либо. Ср.: «*Опытный шопоголик? Получите моментальную выгоду в 500 рублей и бесплатную доставку первого заказа из коллекции осень-зима 2014*» (Женские советы. Самая 11/2014: 1).

Особо следует выделить наименования лиц, возникшие при помощи дефисных субстантивно-субстантивных конструкций, так как их количество в русских женских журналах довольно значительно. П. Бортновска отмечает, что одной из черт в развитии русского языка является стремление к аналитизму. Вследствие аналитических процессов, возникающих в области лексики, русский язык может пополняться аналитическими конструкциями разного вида, но именно, дефисные образования субстантивно-субстантивного характера занимают особо значительное место, например: *смартфон-раскладушка, врач-гигиенист, куртка-бомбер* и др. (Bortnowska 2016: 7). По словам П. Бортновской, дефисные субстантивно-субстантивные конструкции – «это объекты, функционирующие на границе между словом и словосочетанием, между зонами лексики и синтаксиса» (Там же). В русских женских журналах мы обнаружили слова: *врач-косметолог* (Похудей 3/2015: 28), *фитнес-инструктор* (Там же: 38), *легкоатлет-марафонец* (Лиза 40/2015: 26), *философ-моралист* (Лиза. Добрые советы 3/2015: 76), *бизнес-тренер* (Работница 3/2018: 13), *коуч-консультант* (Там же), *акушер-гинеколог* (Планета женщины 12/2010: 53), *стилист-парикмахер* (Женские советы. Самая 3/2013: 142), *врач-сексолог* (специалист по сексологии) (Там же: 143), *диетолог-гастроэнтеролог* (Женские советы. Самая 11/2014: 1), *садовод-огородник* (Женские советы. Самая 2/2019: 23), *врач-офтальмолог* (Домашний очаг 12/2018: 127) и многие другие. Наиболее часто используемой первой частью данных конструкций является слово *врач*. Ср.: «*Некоторые фитнес-инструкторы считают самым подходящим временем для упражнений интервал с 16:00 до 20:00: в этот период наша сила и выносливость достигают своего пика, и тренировка может оказаться примерно на 5% эффективнее, чем в утренние часы*» (Похудей 3/2015: 38), «*Поэтому космецевтику приобретают строго по рекомендации врача-косметолога и применяют так, как указано в инструкции*» (Там же: 28), «*Тем не менее следует знать, что, бегая с пятки, ты потратишь больше калорий и*

проработает в о время тренировки мышцы задней поверхности бедра. А бег с мыска позволяет тренироваться дольше: так часто бегают легкоатлеты-марафонцы» (Лиза 40/2015: 26) и др.

Итак, в современном русском языке возникает значительное количество новых наименований лиц, главным образом они образуются с помощью дефисных субстантивно-субстантивных конструкторов, затем идут слова, образованные при помощи префиксоидов, а также наименования лиц женского пола, образованные от уже существующих наименований мужских, например, с помощью слова *женщина* или суффиксов *-ш(a)* и *-к(a)*, хотя суффикс *-к(a)* не используется в такой мере, как в чешском языке, что будет показано дальше. Однако данная тенденция, по нашему мнению, может далее прогрессировать и в будущем женские наименования, вероятно, будут более регулярными образованиями от большинства мужских наименований, как это происходит в современном чешском языке. После характеристики новых наименований лиц в современных русских женских журналах перейдем к описанию новых наименований лиц в современных украинских женских журналах.

В современном украинском языке новые наименования лиц могут возникать также при помощи словообразовательных средств, а именно посредством префиксального, суффиксального и префиксально-суффиксального способов. О. Александров отмечает, что наименования лиц, которые широко представлены на страницах современных печатных СМИ, активно пополняют новообразования с такими префиксами, как *анти-*, *супер-*, *не-*, *нео-*, например: префиксами: *антигерой*, *антипатріот*, *суператлет*, *супердівка*, *супермен*, *недемократ*, *нерезидент*, *неоортодокс*, *неокомуніст* и др. Кроме того, появляются новые наименования лиц, образованные посредством следующих суффиксов: *балерун* – *балетяр*, *піарівець* – *піарник* – *піарщик*, *рекламник* – *рекламщик*, *ендепівець* – *ендепіст*, *коаліціоніст* – *коаліціант* и др. Особое внимание необходимо уделить также новым наименованиям лиц, представляющим собой существительные женского рода, образованные от существительных мужского рода с помощью суффикса *-ка*: *телеоглядачка*, *бізнесменка*, *візажистка*, *дизайнерка*, *партократка*, *тележурналістка* и другие (Александров 2011).

В украинских печатных журналах нам повстречались следующие сложные слова, образованные посредством префиксов: *гипнотерапевт* (Натали 2/2020: 76), *биофармаколог* (Жінка 2/2018: 9), *биоетик* (Там же), *фронтмен* (Натали 2/2020: 35) и т. п. Далее приведем новые наименования лиц, созданные посредством суффиксов, например: *фізіогноміст* (Натали 2/2020: 76), *кінестетик* (Там же: 77) и т. п. Новые наименования лиц с другими суффиксами, даже с суффиксом *-к(а)*, характерным для образования новых наименований лиц женского пола, в нашем материале не встречаются. В данных текстах имеются слова, обозначающие новые женские наименования женщин типа: *жінка-юрист* (Артіорі 18/2019: 11), *жінка-муза* (Натали 2/2020: 18) и т. п. Наименования лиц со словом *жінка* относятся к дефисным субстантивно-субстантивным конструкциям. Ср.: «*Чи сприймають жінку-юриста як рівню колеги, партнери, клієнти?*» (Артіорі 18/2019: 11), «*Ароматна композиція Aura Pink Magnolia огортає і полонить своїм звучанням. Багатошарова формула, 20-відсоткова концентрація натуральних олій створюють яскравий, чарівний ореол світла навколо тебе – ауру, яка огортає жінку-музу*» (Натали 2/2020: 18). Следующие примеры данных конструкций приведем ниже.

Вопрос создания феминативов (термин А. М. Архангельской) в современном украинском языке относится к темам, активно обсуждаемым в украинском обществе. А. Архангельская указывает на чрезвычайно активизировавшийся в последние десятилетия и, по замечанию автора, практически неуправляемый процесс образования парных существительных женского рода, в частности и статусных (*філологиня, адвокатка (адвокатеса), професорка (професориня), докторка філологічних наук, гастроентерологиня, членкиня-кореспондентка, генерал-майорка* и под.), и их употребление в современном украинском публицистическом, официально-деловом и научном дискурсе: «Тектонічні зрушення в українському соціумі на межі тисячоліть не могли не позначитися на динаміці мови. Бурхливі та суперечливі процеси оновлення українського лексикону, зокрема й сучасна українська неофемінінна словотворчість, зумовлені загальними тенденціями демократизації та лібералізації суспільних і мовних норм та покликані забезпечити розвиток мови відповідно до її нового соціально-політичного статусу» (Архангельська 2013: 27). А. М. Архангельская приходит к выводу, что такое искусственное и оправдываемое любыми причинами словотворчество – насилие над

языком. Но и с благими намерениями оно не перестает быть насилием. А отсутствие весомого голоса академической науки в таком случае недопустимо. К сожалению, дискуссии по этому вопросу происходят главным образом в пространстве Интернета, в блогах, на форумах, отличаясь не только в украинском, но и в русском языковом сообществе высокой степенью непрофессионализма и повышенной эмоциональностью (Архангельска 2019). Наш материал подтверждает заключение А. М. Архангельской о том, что регулярными являются не новые разговорные образования, а классические наименования типа *жінка-юрист*.

Итак, анализ современных украинских женских журналов позволяет сделать вывод, что в этих текстах в целях создания новых наименований лиц используются в основном дефисные субстантивно-субстантивные конструкции (как и в русских журналах) такие, как *бізнес-тренер* (Натали 12-1/2019/20: 69), *психолог-консультант* (Там же: 85), *герой-авіатор* (Там же: 105), *режисер-постановник* (Там же: 106), *візажист-гример* (Apriori 18/2019: 4), *викладач-технолог* (Там же: 12), *візажист-стиліст* (Там же: 22), *фітнес-тренер* (Там же: 62), *чоловік-геній* (Таємниці долі 1/2020: 35), *кондитер-аматор* (Жінка 5/2018: 7), *лікар-дерматовенеролог* (Там же: 3), *невропатолог-практик* (Жінка 2/2018: 10), *віце-міс* (Жінка 2/2015: 32), *модельєр-перукар* (Жінка 12/2015: 9) и многие другие. Ср.: «Сертифікований арт-терапевт, практикуючий психолог, **бізнес-тренер**, коуч Олена Тараріна поділилася мистецтвом бути жінкою в період материнства, а Леся Матвеева, психолог і психоаналітик, довела важливість турботи про себе майбутніх мам» (Натали 12-1/2019/20: 69), «До речі, нова пісня «Колі Нема Тебе» дуже лірична і відрізняється від усіх попередніх. І в кліні ви такий гарний **герой-авіатор**. Чим ця історія стала для вас особливою?» (Там же: 105) и др.

Далее мы рассмотрим новые чешские наименования лиц, образованные посредством суффиксов, так как данный способ образования новых наименований лиц является самым частым в изученном нами материале. В данной группе употребляются следующие суффиксы: **-ář**, например, *daňář*, *bazénář*, *softwarář* / *softwerář*, *marketingář* / *marketinkář*; **-ák**, например, *rikšák*, *marketák*; **-ista**, например, *designerista*, *galerista*; **-ér**, например, *saunér*; **-ík**, например, *čajovník* и др. (Opavská 2005: 40). В словарном составе современных женских журналов находятся следующие примеры новых наименований мужских лиц со следующими

суффиксами: **-ér**, например, *promotér* (Květy 33/2019: 33), *sommeliér* (Там же), *trendsetter* (человек, указывающий на новые тренды в моде) (OK! 11/2015: 132), *retušér* (Glanc 4/2015: 104); **-ista**, например, *kolorista* (OK! Speciál 11/2015: 67), *mistr-kolorista* (Там же); **-ák**, например, *twisták* (Tina 37/2015: 5), *akčňák* (Glanc 1/2013: 34); **-ář**, например, *dovolenkář* (Katka 41/2011: 5). Ср.: «*Nečekání trendsetteři neokupují nejlepší adresy v centrech měst, přitom získat zde rezervaci stojí velké úsilí. V Paříži, stejně jako v České Lípě nebo Soběsukách způsobily kromobyčejně dobré restaurace úplnou revoluci*» (OK! 11/2015: 132), «*Twistáci mají volánky, od teď volají neomezeně*» (Tina 37/2015: 5) и др.

Кроме новых наименований мужских лиц, в современном чешском языке появляется также большое количество новых наименований лиц женского пола. Они могут, как и наименования мужских лиц, иметь форму однословных и составных лексем. Так как самым частым способом создания новых наименований женских лиц является образование существительных женского рода от существительных мужского рода, то мы уделим внимание именно данному способу (Opavská 2005: 40). Здесь самым частым суффиксом является с у ф ф и к с **-k(a)** например, *pohodář* – *pohodářka*; за ним следуют следующие, менее частотные с у ф ф и к с ы : **-ice**, например, *technotanečník* – *technotanečnice*; **-ovna**, например, *pornokrál* – *pornokrálovna* (Там же). Приведем примеры данных наименований с суффиксом **-k(a)**, встретившиеся в современных чешских женских журналах: *artdirectorka* (Glanc 3/2012: 4) (заведующая художественной частью), *editorka* (Kondice 11/2011: 7), *fotoeditorka* (Žena a život 22/2011: 96), *galeristka* (Žena a život 23/2011: 40), *ortorektička* (LOOK magazine 2011/2012: 127) (женщина, зависимая от здорового образа питания), *junior publisherka* (Glanc 3/2012: 6), *koučka* (Žena a život 23/2011: 39), *megalomanka* (BLESK pro ženy 4/2011: 58), *tanorektička* (LOOK magazine 2011/2012: 126) (женщина, зависимая от загора, загара), *foodbloggerka* (Glanc 6/2019: 8), *rapperka* (Там же: 16), *youtuberka* (Там же), *šefredaktorka* (Svět ženy 9/2015: 3), *publisherka* (Там же: 4), *gastroenteroložka* (Zdraví 1/2013: 21), *dietoložka* (Там же: 31), *designérka* (Moje psychologie 10/2016: 40) и др. К сожалению, другие суффиксы нам в чешских женских журналах не повстречались. Ср.: «*Tanorektičkám je jedno jestli se škvaří na přírodním slunci či se nechávají dvakrát denně ožehnout umělým zářením v soláriu – klíčový je kýžený výsledek. S nedostatečným opálením si připadají*

neatraktivní, žijí v strachu z vyblednutí, a pokud se objeví bronzovější slečna, pocítují úzkost» (LOOK magazine 2011/2012: 126), «*Se známou **foodbloggerkou** Janinou Černou, která se už několik let stravuje bez cukru, se sešla redaktorka Monika. Povidaly si o tom, jak těžké je přestat sladit, co k tomu Janinu přivedlo a proč se nakonec nestala právníčkou»* (Glanc 6/2019: 8) и др.

Из дефисных субстантивно-субстантивных конструкций в женских журналах нам повстречались лишь два наименования лиц женского пола, а именно слово *sex-expertka* (Claudia 6/2012: 38), *sex-koučka* (BLESK pro ženy 4/2011: 27). Ср.: «*Všechna čest, náleží vám titul **sex-expertka!** Jste dobrou rádkyní všem kamarádkám, když to u nich v ložnici neklape. Ale nepřezěňte to!*» (Claudia 6/2012: 38), «*Ale rady **sex-koučky** pomůžou na světlo i vašim netušeným (nebo tušeným, ale ukrytým) erotickým možnostem»* (BLESK pro ženy 4/2011: 27).

Все сказанное свидетельствует о том, что эксцерпированные нами примеры новых наименований женских лиц возникают в русском и украинском языках главным образом посредством дефисных субстантивно-субстантивных конструкций, в то время как в чешском языке данные наименования создаются при помощи образования существительных женского рода от существительных мужского рода посредством суффикса *-k(a)*, как уже отмечалось раньше. Следовательно, все вышеупомянутые примеры наименований женских лиц имеют эквиваленты и среди новых наименований мужских лиц. Следует также подчеркнуть то, что новых наименований женских лиц в современном чешском языке намного больше, чем в современном русском и украинском языках, поскольку так называемое «*přechylování*» – общеупотребительное и частое явление для чешского языка. Однако в последние годы данные формы слов начинают динамично употребляться также в современном русском и украинском языках, хотя все-таки чаще новые наименования женских лиц образуются в русском и украинском языках посредством словосложения.

6.2 Новые наименования видов спорта

Спорт занимает значительное место в современной жизни многих людей, что отражается на страницах современных русских, украинских и чешских женских

журналах. Тексты данных журналов наглядно показывают, что в последние годы появляется много новых видов спорта, которые становятся очень популярными у женщин. Большинство новых названий видов спорта заимствуется, главным образом из английского языка.

Далее мы продемонстрируем избранные примеры новых наименований видов спорта, встречающихся в современных русских женских журналах. В указанных журналах находятся такие слова и словосочетания из сложнокоординационных видов спорта, как, например, *акройога* (Отдохни! 10/2015: 10), *степ-аэробика* (вид аэробики со снарядами, а именно, со степ-платформой) (Лиза 40/2015: 30), *фитнес* (укрепление мышц тела посредством разных упражнений со снарядами) (Женские секреты 11/2014: 85), *кросс-фит* (Там же: 104), *бодифлекс* (Женские советы. Самая 3/2015: 59); далее наименования разных видов танцев: *кумбия* (колумбийский танец) (Похудей 5/2013: 86); затем слова из водных видов спорта: *аквафитнес* (укрепляющие упражнения в воде) (Похудей 5/2013: 6), *аквааэробика* (аэробика в воде, упражнения без снарядов или с легкими снарядами) (Там же: 6); *кайтсёрфинг* (катание на серфе по водной глади за кайтом (воздушным змеем)) (Женские советы. Самая 11/2014: 133), а также наименования видов спорта на фоне природы: *финская ходьба* (Всё для женщины 3/2014: 24), *велотренировка* (Лиза 40/2015: 30) и т. п. Кроме наименований видов спорта, в указанных журналах нам повстречались также наименования следующих спортивных снарядов: *фитнес-гаджет* (Похудей 3/2015: 20), *фитнес-браслет* (Там же: 21), *фитнес-трекер* (Там же: 21), *джамперы* (обувь для фитнеса) (Женские секреты 11/2014: 104), *чудо-скакалка* (Лиза 10/2015: 28), *кардиотренажёр* (Там же), *гироскутер* (двухколёсный, самобалансируемый скутер) (Похудей 5/2018: 26) и др. Ср.: «А сегодня мы с мужем практикуем **акройогу** – упражнения для двоих. Они очень гармонизируют семейные отношения!» (Отдохни! 10/2015: 10), «Для новичков в фитнесе – тех, для кого важно, чтобы «всевидящее око» следило за ними круглосуточно (и чтобы приобретение гаджета при этом не сильно било по карману), – созданы **фитнес-браслеты**. Их основная задача – выступать мотиватором, заставлять хозяина больше двигаться, стремиться к поставленной цели – снизить вес и поскорее влиться в большую группу сторонников здорового образа жизни» (Похудей 3/2015: 21), «*Kangoos Jumps*, или иначе «**джамперы**», – это обувь для фитнеса очень необычной конструкции: ботинок,

который жестко фиксирует ногу, и система пружинистых платин» (Женские секреты 11/2014: 104).

Далее мы приведем несколько примеров новых наименований видов спорта, находящихся в украинских журналах. Интересно, что в современных украинских женских журналах нам повстречалось довольно мало (по сравнению с русским языком) наименований новых видов спорта, например: *пейнтбол* (Натали 12-1/2019/20: 44), *картинг* (гонки на простейших гоночных автомобилях без кузова) (Там же: 44), *бодибілдинг* (Жінка 3/2018: 41), а также название спортивного пространства, напр.: *скеледром* (стена для скалолазания) (Натали 12-1/2019/20: 44). Ср.: «А ще є пейнтбол, **картинг**, батути, смуга перешкод, **скеледром**, ковзанка, снігоходи... Або просто боулінг» (Там же: 44).

Заемствования из английского языка активно используются не только в современном русском и украинском языках, но и в чешском языке, однако их количественное соотношение неодинаково: в русском языке их больше. Вероятно, это можно объяснить известной толерантностью русского языка к заимствованиям. Однако украинский и чешский языки от некоторых заимствований отказываются и используют эквиваленты на родном языке.

Тем не менее, количество англицизмов в современных чешских женских журналах тоже значительно – главным образом в области наименований видов спорта. К. Кучера отмечает, что после 1989 года чешский язык широко «открыл ворота» англицизмам, и что люди, хорошо говорящие на английском языке, окажут сильное влияние как на количество англицизмов в современном чешском языке, так и на изменение отношения к ним. Слова из английского языка заимствуются быстрее, чаще и легче, чем слова из других языков, их можно найти в разных областях, например: в сфере электроники (*reporting*), компьютеров (*chat, chatovat*), техники (*handsfree/hands-free*), рекламы (*labelling, promotion*), спорта (*freestyle*), публицистики (*eurosummit*), музыки (*world music*), торговли (*shopping, multipack*), бухгалтерии и банковского дела (*e-banking*), туризма (*all-inclusive/all inclusive, last minute*) и т. д. (Цит. по: Mravinacová 2005: 188).

Далее в качестве иллюстрации приведем примеры наименований новых видов спорта в современных чешских женских журналах. Это существительные и словосочетания из сложнокоординационных видов спорта, например, *bikram jóga*

(упражнения из йоги, осуществляющие по специальной методике в воздухе, нагретом до 37-42 градусов по Цельсию) (BLESK zdraví 1/2012: 22), *bodybalance/body balance/body-balance* (упражнения для стройной и сбалансированной фигуры) (Žena a život 23/2011: 54), *bodytec* (интенсивная электростимуляция мышц, во время которой выполняются только простые движения) (Vlasta 24/2015: 57), *flowin* (фитнес-упражнение, а именно разные движения по гладкой поверхности со скользящей поверхностью и использование скольжения) (Moje zdraví 4/2015: 61), *TRX* (Там же), *street workout* (Svět ženy 3/2016: 37), *home workout* (Там же: 39), *kalistenika* (упражнения с весом собственного тела) (Там же: 37) и др. Ср.: «K zapojení příčného břišního svalu a šikmých břišních svalů vede již zaujetí nestabilní pozice například při cvičení na gymnastickém míči nebo balanční plošině (bosu), při cvičení **flowin**, v závěsu na popruzích (**TRX**) nebo při posilování vlastní vahou s využitím malých míčků (overballů)» (Moje zdraví 4/2015: 61).

Кроме вышеупомянутых видов спорта нам также повстречалось большое количество слов из области наименований летних видов спорта, напр.: *jogging* (медленная пробежка, которая длится 20-30 минут, идеальная для снижения веса; в другом значении существует и джоггинг мозга, т. е. тренировка мозга) (Svět ženy 1/2012: 95), *landkiting* (вид спорта похожий на кайтсерфинг, однако, в данном случае катание происходит на суше с помощью маунтинборда, который чаще всего напоминает скейтборд) (Žena a život 24/2011: 28), *nordic walking* (ходьба со специальными палками, эффективное занятие, но не напрягающее, можно делать перерывы для отдыха) (Žena a život 23/2011: 104), *skydive* (парашютный вид спорта, который представляет собой свободное падение – ныряние в небесах, в отличие от парашютинга, парашют открывается позже, т.е. падение происходит дольше) (Žena a život 22/2011: 114), *nordic running* (бег со специальными палками) (Moje zdraví 4/2015: 66). Ср.: «Dobrodruzi budou nadšeni z dvoudenního kurzu **snowkitigu** nebo **landkitingu**, při kterém se naučí brázdit horské svahy nejen na snowboardu či lyžích, ale i s padákem (tzv. kitem)» (ŽENA A ŽIVOT 24/2011: 28), «Imitace skluzu při běhu na lyžích klasickou, tedy střídavou technikou a odpich holemi vedle těla (místo za ním jako u nordic walking) dělá z běhu s holemi (**nordic running**) zcela originální novou tréninkovou metodu. Nepřišla k nám – na rozdíl od mnoha jiných novinek – ze zámoří, „narodila“ se u

nás, v hlavách dvou běžeckých nadšenců Milana Kůtka a Aleše Tvrzníka» (Moje zdraví 4/2015: 66).

Далее приведем несколько примеров слов из зимних видов спорта, напр.: *snowboardcrossing/snowboard crossing* (преодоление разных барьеров на сноуборде) (*Žena a život* 19/2011: 33), *snowkiting* (катание на лыжах или сноуборде с помощью буксировочного кайта (змея) на снежном покрытии или льду) (*Žena a život* 24/2011: 28), *ice yachting* (вид парусного спорта, где парусные лодки называются ледовыми яхтами со специальной конструкцией) (*Zdraví* 1/2013: 76), *mushering* (катание на собачьих упряжках) (Там же: 78); а также укажем слова из видов танца, напр.: *zumba* (танцевальная фитнес-программа для снижения веса под латиноамериканскую музыку) (*Glanc* 3/2012: 76), *street jazz* (*Svět ženy* 11/2012: 47), *indance styl* (Там же) и т. д. Ср.: «*Ohromná rozloha lipenského jezera nabízí také výborné podmínky pro tzv. ice yachting, kdy je k plachtě místo loďky připevněna speciální konstrukce se třemi dlouhými noži» (Zdraví 1/2013: 76), «Někomu je bližší klasický styl, jiný dává přednost ohnivým latinsko-americkým rytům, další volí moderní hip hop, street jazz nebo indance styl» (Svět ženy 11/2012: 47).*

Заемствованные слова и словосочетания из области наименований видов спорта в современных русских и украинских женских журналах передаются посредством разных трансформаций, а именно посредством транскрипции (передача на основе произношения), например: *kitesurfing* – рус. *кайтсёрфинг*, *aqua aerobic* – рус. *аквааэробика* и др.; *paintball* – укр. *пейнтбол*, *bodybuilding* – укр. *бодибілдинг*; а также с помощью транслитерации (передача на основе написания, побуквенный перевод), например: *fitness* – рус. *фитнесс*, *cumbia* – рус. *кумбия*; *karting* – укр. *картинг* и др.

В чешских женских журналах слова и выражения из области наименований видов спорта обычно сохраняют исходную форму написания, т. е. иноязычные выражения не меняют свою графическую форму, например: *bodybalance jogging*, *spinning*, *skydive* и т. д. Однако существует и несколько исключений, когда заимствования приспосабливаются и чешскому языку, например: *stepaerobic* – *stepaerobik*, *coaching* – *koučink*, *coach* – *kouč* и др., данные слова могут употребляться в обеих формах. Большей адаптации подвергаются слова и выражения, связанные с конкретным видом спорта (напр., наименования спортивных снарядов, названия

упражнений, наименования тренеров, разные другие элементы), т. е. конкретный вид спорта в чешском языке сохраняет свою исходную форму написания, а связанные с ним элементы приспосабливаются к чешскому языку.

Говоря о заимствованиях из английского языка вообще, можно отметить, что они находятся во всех сопоставляемых языках, однако в русском языке их количество обычно несколько больше. Среди наименований видов спорта в русских и чешских женских журналах количество англицизмов и американизмов почти одинаково. В украинском же языке количество англоязычных наименований видов спорта (и вообще количество наименований новых видов спорта) невелико.

В группе наименований видов спорта преобладают заимствованные (англоязычные) термины, в русском и украинском языке они употребляются в транскрибированном виде, в чешский язык они заимствуются в оригинальном виде, но и здесь происходит их постепенное приспособление к системе чешского языка.

6.3 Новые слова и словосочетания из области моды

В настоящее время мода и стиль оказывают сильное влияние не только на нашу внешность (одежда, прически, макияж и т. п.), но также на наш словарный запас. В нашу речь проникает множество новых слов и выражений, главным образом посредством телепередач (не только направленных на моду), радио, рекламных каталогов и брошюр, журналов (модных и других). Это естественно обусловлено тем, что молодые люди (прежде всего девушки и женщины) стараются выглядеть в глазах других современно или, как они сами часто говорят, «cool». Проникновение новых слов из области моды происходит и подсознательно – при чтении женских журналов или непосредственно модных журналов, читатель/читательница запоминают новое слово или выражение, тем более, что часто новое слово или выражение выделяется, оно написано латиницей в кириллическом тексте. Цитирование слова в оригинальном виде в русском и украинском текстах называется трансплантацией (в русских текстах, например: *color-blocking* (ОК! 10/2015: 57); *smokey eyes* (Там же: 48); *total look* (Лиза 10/2015: 19); (джинсы) *straight leg* (Женские советы. Самая 3/2013: 46); *skinny* (Там же: 46); *it-girl* (Женские советы. Самая 3/2015: 36); *casual* (стиль одежды) (Планета женщины 12/2010: 9); *nude* (стиль макияжа,

одежды, т. е. естественный взгляд) (Лиза. Добрые советы 3/2015: 32) и другие; в укр. текстах, например: *look* (Натали 12-1/2019/20: 49), *fashion* (мода) (Там же: 61), *must-have* (необходимо купить/имеет данную вещь) (Там же: 61), *comeback* (Натали 2/2020: 61), *little black dress* (стиль вечернего платья черного цвета длиной до колен) (Жінка 12/2020: 22), *baby doll* (стиль платья) (Жінка 5/2018: 23), *casual* (Apriori 18/2019: 17) и др.). В русском и украинском языках встречаются также гибридные слова (одна часть написана латиницей, другая кириллицей, напр., русс., *wow-эффект* (ОК! 10/2015: 54); *wish-лист* (Там же: 57); *fashion-история* (Женские советы. Самая 11/2014: 45); *fashion-редактор* (ОК! 10/2015: 8) ; укр., *beauty-ритуал* (Жінка 10/2020: 21), *wow-ефект* (Жінка 5/2018: 21), *hair-тренд* (Натали 2/2020: 62), *beauty-секрети* (Натали 12-1/2019/20: 61), *call-центр* (Жінка 2/2018: 9) и многие другие. Ср.: «По-прежнему актуален **total look** в синей гамме. Палитра оттенков от нежного бирюзового до глубокого ультрамарина поможет создать весеннее настроение» (Лиза 10/2015: 19), «Морозна й засніжена зима – не привід забувати про жіночність, стильний **look** та **beauty-секрети**. **Fashion** не вірить в непогоду!» (Натали 12-1/2019/20: 61).

В современных чешских журналах также выделяются новые слова, однако они «не бросаются» в глаза так явно, как в русских и украинских женских журналах, так как чешские журналы написаны латиницей. Однако некоторые слова и выражения сохраняют свое первоначальное иноязычное написание, привлекающее внимание читателя/читательницы (напр., *anti-age* (efekt) (Svět ženy 6/2015: 29), *hand made* (Bazar 4/2014: 184), *glamour* (Bazar 2/2013: 37), *baker boots* (Glanc 4/2015: 67), *showroom* (Там же: 88), *oversize* (Там же: 68), *preppy look* (Fashion 9/2015: 40), *hobo bags* (Там же: 45), *stilettos* (туфли на длинном, высоком и тонком каблуке) (Там же: 15), *chelseaboots* (Svět ženy 11/2012: 11), *colottes* (шорты длиной ниже колен) (Glanc 6/2019: 128), *shopping bag* (Там же: 139), *fashion news* (Svět ženy 9/2015: 28), *creative black tie* (необходимо следовать дресс-код, но можно играть с цветами, материалами и аксессуарами) (Žena a život 18/2015: 79), *smart casual* (одежда, которая более формальна, чем спортивные штаны и футболка, и одновременно менее формальна, чем смокинг или костюм) (Там же: 83) и многие другие). Как видно уже из приведенных примеров слов и выражений из области моды, большое место в современных русских, украинских и чешских женских журналах занимают

англицизмы (американизмы). Сильное влияние английского языка на современный русский, украинский и чешский языки заметно не только в статьях из области моды или в современных женских журналах, но и в области политики, техники, экономики, культуры, туризма, наименований продуктов, блюд, напитков и других. Ср.: «*Jak se říká, v jednoduchosti je krása. Zapomeňte na složité designové a pestrobarevné kabelky, které vám často neladí s outfitem. Vsaďte na **hobo bags**, hit letošního roku!*» (Fashion 9/2015: 45). Ср.: «*V tomto případě je pohodlí vždy na prvním místě, proto volte tenisky a dobře padnoucí džíny. Výrazná **oversize** taška pojme všechny vaše úlovky*» (Glanc 4/2015: 68).

В последующей части мы воспользуемся классификацией Е. В. Мариновой, которая выделяет следующие виды неологизмов: гибриды, аналит-конструкции и псевдозаимствования (Маринова 2006: 105-109) в публикации Русская академическая неография (к 40-летию научного направления): Материалы Международной конференции.

Значительное место в современном русском, украинском и чешском языках занимают полиморфемные, членимые слова, имеющие иноязычный корень – *гибриды* – это слова, возникающие из морфем разного происхождения (заимствованного и исконного), напр.: *барсеточник, рейтинговый, брокерство, SMS-ка, флешка* и др. (Там же: 106). В современных русских женских журналах нам повстречались следующие примеры данного типа, напр.: *бейсболка* (Женские советы. Самая 3/2013: 47), *беретки* (ОК! 10/2015: 57), *оксфордская* (рубашка) (Женские секреты 3/2015: 48), *оксфорды* (Там же: 48), *лоферы* (Там же: 48); *ботильоны* (Дарья 5/2015: 7); *стильный* (клатч) (Женские советы. Самая 3/2015: 26), *стайлинговые* (средства) (ОК! 10/2015: 47), *модница-экстремалка* (Женские советы. Самая 11/2014: 41), *бьютиголик* (ОК! 10/2015: 48); в современных украинских женских журналах присутствуют такие слова, как *авіатори* (вид оправ для очков) (Apriori 18/2019: 15), *еспадрили* (вид обуви) (Жінка 5/2017: 22), *сліпери* (вид обуви) (Там же: 22), *принти* (Жінка 9/2017: 23), *оксфорди* (вид обуви) (Жінка 5/2017: 23); а современных чешских женских журналах находятся такие слова, как *outletový* (Svět ženy 9/2015: 12), *multibrandový* (Glanc 6/2019: 132), *unisexový* (kousek) (Fashion 9/2015: 8), *streetový* (Там же: 10), *conversky* (Там же: 32), *shoppovat* (Glanc 4/2015: 65), *swapovat* (Květy 33/2019: 27), *swapování* (обмен вещами между людьми) (Там же),

espadrilky (боты) (Chvilka pro tebe 18/2015:13), *manolky* (Glanc 4/2015: 86), *boyfriendky* (Fashion 9/2015: 57), *slimky* (Там же: 69), *šéfredaktorka* (Там же: 3) и многие другие. Указанные примеры содержат иностранные корни и исконные суффиксы (из русского, украинского и чешского языков). Ср.: «И еще: уже второй сезон на пике накладные стрелки. На наш взгляд, для настоящих **бьютиголиков**» (ОК! 10/2015: 48), «Людям з овальним типом обличчя можна експериментувати, вибираючи великі окуляри, овальні, **авіатори**, котячі оправки» (Apriori 18/2019: 15), «*Inspirujte se Divokým západem. Navlékněte si roztrhané **boyfriendky**, zastrčte do nich červenou kostkovanou košili a máte vyhráno!*» (Fashion 9/2015: 57).

В современном русском языке значительное место занимают так называемые *аналит-конструкции*, т. е. это сложносоставные наименования с начальным неизменяемым компонентом, напр.: *бизнес-класс, боди-арт, ток-шоу, велошорты, бизнес-образование, шоп-тур, арт-бизнес* и другие (Маринова 2006: 108). В русских женских журналах имеются следующие примеры: *ретро-трусики* (Женские советы. Самая 3/2013: 43); *бьюти-поиск* (ОК! 10/2015: 52); *бьюти-заведения* (Там же); *бьюти-калейдоскоп* (Лиза. Добрые советы 3/2015: 50); *дизайн-бюро* (ОК! 10/2015: 54); *бизнес-леди* (Дарья 5/2015: 7); *шартрез-электрик* (Там же: 7), *кантри-стиль* (Лиза 40/2015: 15), *ретро-стиль* (Планета женщины 12/2010: 3), *оверсайз-пальто* (Дарья 20/2015: 3), *онлайн-магазин* (Женские советы. Самая 11/2014: 44), *глэм-рок* (Домашний очаг 12/2018: 80), *сет-дизайн* (Там же: 92) и многие другие. Ср.: «Дополните комплект с **ретро-трусиками** пеньюаром с меховой опушкой – и вы предстанете перед ним роковой красавицей, против которой невозможно устоять» (Женские советы. Самая 3/2013: 43), «И несмотря на то, что эту страну она знает почти как родную, все равно каждый раз находит там что-то новенькое. На этот раз к списку привычных достопримечательностей добавились еще и различные **бьюти-заведения**» (ОК!10/2015: 52).

Данные конструкции встречаются также в современных украинских женских журналах, например: *дизайн-студія* (Натали 12-1/2019/20 : 69), *фешн-листівка* (Там же), *фешн-заход* (Apriori 18/2019: 19), *еко-сумка* (Жінка 1/2018: 22), *фешн-ідея* (Жінка 3/2018: 22), *фешн-лук* (Жінка 4/2018: 23), *смайт-кежуал* (Там же), *кроп-топ* (Жінка 10/2020: 22), *слінг-бег* (вид сумки через плечо и спину) (Жінка 8/2015: 13), *фешн-обстановка* (Там же), *кежуал-ситуація* (Там же) и др. а в современных

чешских женских журналах данный тип неологизма нам не повстречался. Ср.: «Для створення незабутньої атмосфери новорічних свят ілюстратор MONAMOON розробив індивідуальні **фейшн-листівки** із зображенням гостей, натхненних вечірнім вбранням бренду» (Натали 12-1/2019/20 : 69), «Ви берете участь у показах на конкурсах краси, інших **фейшн-заходах**. Без чього дизайнеру ніяк?» (Apriori 18/2019: 19).

В сфере моды можно найти также некоторое количество новых фразеологизмов. Вначале определим термин *фразеологический неологизм* и затем приведем избранные примеры из области моды. В. М. Мокиенко отмечает, что *фразеологические неологизмы* — «это не зарегистрированные толковыми словарями современных литературных языков устойчивые экспрессивные обороты, которые либо созданы заново, либо актуализированы в новых социальных условиях, либо образованы трансформацией известных прежде паремий, крылатых слов и фразем, а также сочетания, заимствованные из других языков» (Мокиенко 2006: 117). Приведем примеры некоторых новых фразеологизмов из области моды в русском языке, напр.: *подбитый ветром* (о верхней одежде, холодной, не греющей) (Бессонова 2014: 68), *полный рок-н-ролл* (очень хорошая вещь, предмет) (Там же: 69), *фейсом не вышел* (о некрасивом человеке) (Там же: 69), *кто-либо в прикиде* (о красиво одетом человеке), *быть IN*, *быть COOL* и другие; в украинском языке используются такие выражения, как *крик моди*, *одягнений за останньою модою*, *одягнений з голки*; а в чешском языке имеются такие примеры как *být IN*, *být OUT*, *být šik*, *být cool*, *být trendy* и другие.

В рассматриваемых нами журналах находится также несколько словосочетаний, которые отличаются устойчивостью, занимают место на границе фразеологии и претендуют на позицию фразеологических неологизмов. Из русских журналов можно привести следующие примеры: *соболиные брови* (ОК! 10/2015: 48), *брови ниточки* (Там же), *стрелки полусмоки* (Там же), *накладные стрелки* (Там же), *жилет бабушкиной вязки* (Там же: 57), *мешковатые объемы* (Там же), *куриная лапка* (Там же: 58), *петушиная нога* (Там же), *собачий зуб* (Там же), *потертые джинсы* (Дарья 5/2015: 7), *писк моды* (Там же: 2), *модная постель* (Женские советы. Самая 3/2013: 12), *гламурный эффект* (Там же: 8), *эффект небрежности* (Женские секреты 3/2015: 49), *оксфордская рубашка* (Там же: 48) и многие другие. Ср.: «Мы

уже давно усвоили, что **соболиные брови** — *must have* каждого сезона. Даже те, кто носил «ниточки» а-ля Дитрих, перешли на более широкую форму. На сей раз акцент сделан не просто на заметных бровях, а на по-настоящему кустистых» (ОК! 10/2015: 48), «Яркий аромат и гламурный эффект — устоять невозможно!» (Женские советы. Самая 3/2013: 8).

В современных украинских женских журналах мы отметили небольшое количество устойчивых словосочетаний из области моды, например: *сумка на пояс* (Жінка 4/2018: 23), *сукня з драпіруванням* (Жінка 12/2020: 23), *котячий каблук* (Жінка 9/2015: 13), *окуляри лисички* (Жінка 6/2018: 22). Ср.: «**Окуляри лисички** — не єдине нагадування про 80-ті у нашому переліку, яке знову на піку популярності» (Там же).

Из чешских женских журналов нам удалось извлечь следующие примеры: *skater střih* (Fashion 9/2015: 27), *boyfriend džíny* (Там же: 9), *být cool* (Там же: 30), *preppy styl* (Там же: 41), *preppy look* (Там же: 40), *hobo bags* (Там же: 45), *skinny džíny* (Там же: 67), *trendy girl* (Там же: 111), *vodopádový límec* (Там же: 78), *prošisované ombré* (Bazar 4/2014: 117), *svěží look* (Glanc 4/2015: 68), *oversize taška* (Там же), *ležérní styl* (Там же : 70), *retro styl* (Там же), *kalhoty trubky* (Там же: 82) и др. Ср.: «**Denim a pruhy k sobě neodmyslitelně patří! Jejich vzájemná kombinace umí vykouzlit svěží look**» (Там же : 68), «**Vracejí se vaši potomci do lavic? Pak je nejvyšší čas inspirovat se elegantní módou školních uniforem. S námi lece vykouzlíte preppy look na jedničku!**» (Fashion 9/2015: 40).

Итак, в современных русских, украинских и чешских женских журналах можно найти значительное количество неологизмов из области моды. В современных русских женских журналах большинство неологизмов из сферы моды представляют собой аналит-конструкции (напр., *бьюти-поиск*; *бьюти-заведения*, *бьюти-калейдоскоп*, *дизайн-бюро*, *бизнес-леди*, *шартрез-электрик* и др.), данное явление характерно также для украинских женских журналов (напр., *дизайн-студія*, *феешн-листівка*, *феешн-ідея*, *феешн-лук*, *смайт-кежуал*, *кроп-топ*, *слінг-бег*, *феешн-обстановка*, *кежуал-ситуація* и др.), в то время как в современных чешских женских журналах данные конструкции отсутствуют. В русских, украинских и чешских женских журналах находится множество неологизмов-гибридов (напр., РЯ: *бейсболка*, *принтованное* (платье), *стайлинговые* (средства), *шопоголик*; УЯ:

aviatopu, esnadřili, sliněri, printi, dudocki; ЧЯ: unisexovú (kousek), streetovú, conversky, artistka, shoppovat, espadřilky (обувь) и др.), их количество в данных языках почти одинаково. Количество фразеологических неологизмов невелико, хотя, по нашему мнению, в данных текстах находится большое количество устойчивых словосочетаний, которые со временем могут приобрести устойчивость и стать фразеологическими неологизмами.

6.4 Новые слова и словосочетания из области косметологии и здорового стиля жизни

Настоящая часть работы посвящена теме, связанной с новой лексикой в области косметологии и здорового образа жизни, поскольку женские журналы во всех трех сопоставляемых языках уделяют данным темам значительное внимание. Наша основная цель заключается в том, чтобы показать множество и разновидность слов и словосочетаний, употребляемых в области косметологии и здорового стиля жизни, так как именно в данной сфере постоянно и очень бурно появляются новые средства, продукты, процедуры, услуги и т. п., что способствует образованию новой лексики в указанной области.

Е. П. Снегова, составитель словарей новых слов и значений из Института лингвистических исследований РАН, отмечает, что кто-то «глянцевые» журналы читает постоянно, кто-то отказывается их читать, так как они «издаются для неумных людей», а кто-то их анализирует с когнитивным намерением. К таким журналам можно отнести издания, сосредоточенные, во-первых, на косметику, жизнь звезд, моду; во-вторых, на кино-, теле- и театральные премьеры, музыкальные и книжные новинки; в-третьих, на вопросы здорового стиля жизни. Тема здорового стиля жизни очень обширна, в ней можно найти разные сведения о новом в косметологии, косметике, о новых медицинских и косметических средствах, о новых видах тренировок, о способах устранения разных недостатков фигуры или лица и т. п. Е. П. Снегова также отмечает, что эти журналы имеют рекламно-информационный характер и оперируют новыми терминами такими, как *коэнзим, миостимуляция, солнечный фильтр, фитнес-скамья, пилинг-крем, йоготерапия, тонус-клуб* и др. (Цит. по: Буцева, Карева 2006: 148).

Е. П. Снегова выделяет в новом словарном запасе, посвященном новой лексике в области косметологии и здорового стиля жизни, следующие разделы: во-первых, средства по уходу за лицом (напр., *гель-флюид, вита-крем, лосьон-спрей, маска-лифтинг, капиллярная косметика, липолитический крем, пилинговая маска, регенерирующий крем, экстразащитающая маска*); во-вторых, процедуры по уходу за лицом и телом (напр., *аппаратный массаж, вакуумно-роликовый массаж, флакон-массаж, криопилинг, энзимный пилинг, скан-эпиляция, электрофотонэпиляция*); в-третьих, дефекты лица и фигуры (напр., *гипергидроз, купероз, микстинфекция, леллюлит, гиперкератоз*); в-четвертых, способы устранения дефектов лица и фигуры (напр., *фейс-лифтинг, липолифтинг, хирургический лифтинг, гиалуронопластика, контурно-инъекционная пластика, бандажирование желудка, пипосакция, термодермальная стимуляция, электролиполиз*); в-пятых, направления в фитнесе (напр., *аквааэробика, аквабокс, гидрошейпинг, йога-фитнес, фитбол, йога-аэробика, кардиотренинг*); в-шестых, составляющие косметических средств (напр., *коэнзимы, пептидогликаны, нутрифлавоны*); в-седьмых, разделы косметологии (напр., *врачебная косметология, косметология-лицо, фотокосметология, аппаратная косметология, мануальная косметология* и др.) (Там же: 148-150).

В словарном запасе анализируемых тематических групп находятся также слова с иноязычной составляющей, что отражает явление последних лет, а именно стремление к образованию слов-сложений с первой иностранной частью (такие части, как *art-, IT-, USB-, PR-, -IP, web-, VIP-, WAP-* и др.). В качестве примеров таких слов-гибридов Е. П. Снегова приводит, во-первых, сложные слова (напр., *nail-дизайн, UV-фильтр, SPA-процедура, SPA-отель, SPA-бассейн, UVB-лучи*); во-вторых, словосочетания (напр., *зона beauty, anti-age медицина, foam-form склеротерапия*); в-третьих, аббревиатуры (напр., *SPA, SPF*) (Там же: 150).

В данной части работы в процессе распределения собранного нами материала из современных русских, украинских, и чешских женских журналов мы будем частично опираться на приведенную классификацию Е. П. Снеговой. Ныне продемонстрируем избранные нами примеры новых слов и словосочетаний из области косметологии и здорового стиля жизни из проанализированных журналов.

В рамках раздела «средства по уходу за лицом и телом» нам повстречались слова-сложения (напр., (РЯ) *экспресс-крем* (Похудей 3/2015: 30), *крем-уход* (Там же), *гель-лак* (Там же: 34), *лосьон-тоник* (Лиза 40/2015: 18), *крем-маска* (Караван историй 6/2016: 5), *помада-блеск* (Там же: 55), *помада-бальзам* (Там же), *крем-мыло* (Караван историй 4/2017: 45), *крем-шампунь* (Лиза. Добрые советы 3/2015: 59), *гель-сыворотка* (Планета женщины 12/2010: 25), *крем-бальзам* (Женские советы. Самая 3/2013: 30), *гель-лосьон* (Женские секреты 11/2014: 43), *маска-питание* (Там же: 49); (УЯ) *дезодорант-стик* (Жінка 9/2015: 30), *дезодорант-пудра* (Там же), *дезодорант-крем* (Там же), *дезодорант-гель* (Там же), *дезодорант-спрей* (Там же), *маска-экспрес* (Женский журнал 8/2012: 29), *экспрес-жизвления* (Жінка 10/2017: 21); (ЧЯ) *elasto-krém* (OK! Speciál 11/2015: 13), *styling-pudr* (Glanc 6/2019: 27), *gel-krém* (Žena a život 9/2020: 17)) и словосочетания с общим основным компонентом, например, с компонентом *крем* (ср. (РЯ) *оксигенирующий крем* (Женские секреты 2-3/2020: 22), *мультирегенерирующий крем* (Домашний очаг 12/2018: 56), *клеточный крем* (Женские секреты 11/2014: 32), *мультиактивный крем* (Женские советы. Самая 3/2013: 24), *мультикорректирующий крем* (Лиза. Добрые советы 3/2015: 43), *биовосстанавливающий крем* (Там же: 54), *суперпитательный крем* (Планета женщины 12/2010: 25); (ЧЯ) *trio-aktivní krém* (Glanc 6/2019: 99), *liftingový krém* (Glanc 1/2013: 46), *termoaktivní krém* (Zdraví 1/2013: 55), *bioaktivní krém* (Fashion 9/2015: 109), *multiregenerační krém* (Svět ženy 9/2015: 5), *bio-regenerační krém* (Kondice 11/2015: 21) и др.); с компонентом *маска* (ср. (РЯ) *седорегулирующая маска* (Похудей 3/2015: 30), *биоармирующая маска* (Домашний очаг 12/2018: 63), *липолическая маска* (Там же), *липосомальная маска* (Там же), *инфузионная маска* (Женские секреты 2-3/2020: 15) и т. п.); (ЧЯ) *bio čokoládová maska* (Glanc 6/2019: 27), *revitalizační maska* (Svět ženy 11/2012: 14), *tonizující maska* (Там же: 16), *liftingová maska* (Žena a život 9/2020: 17); с компонентом *средство* (ср. *космецевтическое средство* (Похудей 3/2015: 28), *антицеллюлитное средство* (Там же: 30), *хроноактивное средство* (Домашний очаг 12/2018: 35) и др.); с компонентом *гель* (ср. *иллюминирующий гель* (Женские советы. Самая 3/2013: 26), *контурный гель* (Женские секреты 11/2014: 32); (УЯ) *гідрогелеві патчі* (Натали 2/2020: 7) и т. п.). Ср.: «Какой праздник без красивого маникюра! Если вы сумели записаться в салон красоты лишь за пять-семь дней до часа X, выбирайте **гель-лак**» (Похудей 3/2015:

34), «**Дезодорант-пудра** — сучасний варіант, що підходить насамперед людям із жирною шкірою. Якщо наносити пудру на чисту суху шкіру, її ефект перевищує роликівий дезодорант» (Жінка 9/2015: 30), «**Objetový styling-pudr zajistí více objemu i kořínků, plnost a strukturu v délkách vlasů**» (Glanc 6/2019: 27).

В рамках розділа «процедури по уходу за лицом и телом» нами були извлечены следующие наименования процедур: (РЯ) *лимфодренажный массаж* (Похудей 3/2015: 33), *гемолимфодренажный массаж* (Там же), *контурный массаж* (Лиза. Добрые советы 3/2015: 65), *аппаратный массаж* (Домашний очаг 12/2018: 63), *миофасциальный массаж* (Там же), *нейроседативный массаж* (Там же), *лосьон-микропилинг* (Там же: 211), *бальзам-пилинг* (Женские секреты 2-3/2020: 17); (УЯ) *біозавивка* (Життя і жінка 2/2020: 3), *біовипрямлення волосся* (Там же), *пілінг* (Жінка 10/2020: 21), *тонізування* (Там же); (ЧЯ) *peeling* (Vlasta 24/2015: 20), *enzymatický peeling* (Dieta 2/2013: 15) и другие. Ср.: «Эффективен **гемолимфодренажный массаж**, который оказывает влияние не только на лимфатическую, но и на венозную систему и межклеточную жидкость. Он уменьшает отеки, служит профилактикой варикоза, помогает вывести из организма шлаки» (Похудей 3/2015: 33), «*Na pigmentové skvrny zabírají mikrojekličku a pak speciální enzymatický peeling, který se absolvuje 3-5krát po týdnu za sebou. Pleť je po něm vyrovnaná, bez póru a sníží se i náchylnost pigmentů ještě více ztmavnout*» (Dieta 2/2013: 15).

В разделе «способы устранения дефектов лица и фигуры» были найдены следующие наименования: (РЯ) *ультра-лифтинг* (Планета женщины 12/2010: 54), *лифтинг-эффект* (Женские секреты 11/2014: 3), *термолифтинг* (Домашний очаг 12/2018: 149), *мезолифтинг* (Лиза. Добрые советы 3/2015: 93), *денервация* (Лиза 40/2015: 21), *электростимуляция* (Там же), *липосакция* (Женские секреты 11/2014: 9), *биорепарация* (Лиза. Добрые советы 3/2015: 93), *биоревитализация* (Дарья 20/2015: 6); (УЯ) *ліпофілінг* (Apriori 18/2019: 63), *вітамінізування* (Натали 12-1/2019/20: 61), *татуаж* (Життя і жінка 2/2020: 3), *отопластика* (Apriori 18/2019: 63), *телеангіектазія* (Жінка 5/2018: 41); (ЧЯ) *tumescentní liposukce* (Žena a život 19/2011: 18), *photodepilace* (Там же: 147), *fotoomlazení* (Там же: 147), *kavitace* (Там же: 147), *presoterapie* (Там же: 147), *facelift* (Kondice 11/2015: 30), *miniabdominoplastika* (Moje zdraví 4/2015: 65) и другие. Ср.: «Радиочастотная **денервация** фасеточных суставов. Метод эффективен при боли в спине, если ее источник находится в

межпозвоноковых (фасеточных) суставах» (Лиза 40/2015: 21), «Які послуги пропонуються? Збільшення грудей, зменшення грудей, підтяжка грудей, корекція ареоли і соска, лікування гінекомастії, пластика повік, **отопластика**, видалення комків Біша, підтяжка рук, підтяжка живота, пластика сідниць, підтяжка стегон, ліпосакція та **лінофілінг тіла**» (Apriori 18/2019: 63), «**Miniabdominoplastika: Jedná se o menší verzi klasické abdominoplastiky. Je vhodná pro pacienty, jejichž tukové zásoby jsou uloženy v podkoží buď jen v dolní, nebo jen v horní části břicha**» (Моје здорові 4/2015: 65).

В разделе «составляющие косметических средств» имеются такие наименования как: (РЯ) *ретиноид* (Похудей 3/2015: 28), *аргирелин* (Там же), *фитоэстроген* (Там же), *флюид* (Там же: 29), *теобромин* (Там же: 30), *керамид* (Караван историй 4/2017: 27), *аденозин* (Лиза. Добрые советы 3/2015: 52), *парабен* (Дарья 20/2015: 17), *фитогормоны* (Женские секреты 11/2014: 53), *гидрохинон* (Женские советы. Самая 3/2015: 18); (УЯ) *суперконцентрат* (Жінка 10/2020: 21), *парабени* (Натали 12-1/2019/20: 61), *тетрапептид* (Женский журнал 8/2012: 41); (ЧЯ) *dexpantenol* (Svět ženy 11/2012: 33), *antioxidant* (Там же: 43), *коэнзим Q10* (Там же) и др. Ср.: «Мультифункциональный коктейль компонентов, включая **аденозин**, гарантирует глубокое омолаживающее действие, мгновенно разглаживает мелкие, а со временем и глубокие морщины» (Лиза. Добрые советы 3/2015: 52), «*Маска Sweet Coconut + Macadamia для сухого й тонкого волосся без SLS, PEG, **парабенів**, силіконів та мінеральних олій*» (Натали 12-1/2019/20: 61), «*Nové NIVEA regenerační tělové mléko Repair & Care s **dexpantenolem** intenzivně hydratuje suchou a napjatou pokožku a zajistí ji dlouhotrvající, 48hodinovou úlevu*» (Svět ženy 11/2012: 33).

В разделе «направления в фитнесе» находятся следующие наименования фитнес-тренировок: (РЯ) *фитнес-программа* (Похудей 3/2015: 22), *фитнес-бикини* (Там же: 52), *вумбилдинг* (Дарья 20/2015: 35), *степаэробика* (Лиза 40/2015: 30), *кросс-фит* (Женские секреты 11/2014: 104), *бодифлекс* (Женские советы. Самая 3/2015: 59), *акройога* (Отдохни! 10/2015: 10), *йога-терапия* (Похудей 5/2018: 18); (УЯ) *бодибилдинг* (Жінка 3/2018: 41); (ЧЯ) *street workout* (Svět ženy 3/2016: 37), *kalistenika* (Там же), *home workout* (Там же: 39), *bodytec* (Vlasta 24/2015: 57) и др. Ср.: «В некоторых приложениях предлагаются целые **фитнес-программы**, которые строятся на основе индивидуальных показателей, и гаджет будет давать советы

относительно регулярности, длительности и интенсивности тренировок» (Похудей 3/2015: 22), «Не захоплюватись видами спорту, при яких виникає велике статичне навантаження на нижні кінцівки (важна атлетика, теніс, бодібілдинг)» (Жінка 3/2018: 41), «**Home workout: zapracovat na vyřysovaných pažích můžete třeba ve svém obýváku. Místo činek použijte láhev s vodou**» (Svět ženy 3/2016: 39).

Далее проиллюстрируем несколько наименований-слов с иноязычной составляющей. Можно назвать следующие примеры гибридных слов: (РЯ) *RF-лифтинг* (Домашний очаг 12/2018: 149), *3D-объем* (Похудей 3/2015: 33), *3D-эффект* (Женские секреты 11/2014: 21), *BB-крем* (Всё для женщины 7/2017: 6), *CC-крем* (Караван историй 6/2016: 59), *V-маска* (Домашний очаг 12/2018: 63), *SOS-маска* (Женские секреты 2-3/2020: 17), *BB-гель* (Там же), *PP-крем* (Там же: 25), *SPF-фактор* (Лиза. Добрые советы 3/2015:17), *АНА-кислота* (Лиза 10/2015: 22), *L-карнозин* (Домашний очаг 12/2018: 137); (УЯ) *СПА-процедуры* (Жінка 5/2018: 20), *UV-фільтр* (Натали 2/2020: 74); (ЧЯ) *UV záření* (Vlasta 24/2015: 43), *BB krém* (Vlasta 37/2015: 22), *anti-age krém* (Glanc 1/2013: 45) и другие. Ср.: «**3D-эффе́кт: легкий спрей TONI&GUY GLAMOUR 3D Volumiser обещает придать волосам настоящий объем, а не создать его иллюзию**» (Женские секреты 11/2014: 21), «Для очищення використовуйте ніжне мило, крем-гелі й ефектом ліфтингу. У якості **СПА-процедури** виконуйте легкий масаж з олійками» (Жінка 5/2018: 20), «**Lehký BB krém pro péči o pleť a její zkrášlení. Po nanesení na tvář se změní v jemný pudr**» (Glanc 1/2013: 45).

Среди аббревиатур можно назвать следующие примеры: (РЯ) *сна* (Женские секреты 2-3/2020: 12); (УЯ) *УФ-А* (Жінка 5/2018: 41), *УФ-В* (Там же), *SLS* (Натали 12-1/2019/20: 61), *PEG* (Там же), *SPF* (Жінка 5/2018: 40); (ЧЯ) *SPA* (Svět ženy 11/2012: 66) и т. п.

Итак, из проанализированных нами примеров в области косметологии наибольшее количество составляют слова и словосочетания из раздела «средства по уходу за лицом и телом», причем во всех трех языках. В разделе «процедуры по уходу за лицом и телом» преобладают примеры слов из русского языка, за ними следуют примеры слов из украинского языка, а наименьшее количество слов нам повстречалось в чешском языке. Далее в разделе «способы устранения дефектов лица и фигуры» вновь преобладают примеры слов из русского языка, затем идут

примеры слов из чешского языка и наконец слова из украинского языка. Затем в разделе «составляющие космических средств» также количество примеров слов превышает из русского языка, а количество примеров слов из украинского и чешского языков одинаково. А в разделе «направления в фитнесе» вновь преобладают примеры слов из русского языка, далее следуют примеры слов из чешского языка, а наименьшее количество примеров слов нам повстречалось из украинского языка. В рамках наименований-слов с иноязычной составляющей наибольшее количество слов занимают примеры из русского языка, далее идут примеры слов из чешского языка, а за ними следуют примеры слов из украинского языка. В то время как, среди аббревиатур в значительной мере превышает количество примеров слов из украинского языка, а количество примеров слов из русского и чешского языков равноценное.

6.5 Новые наименования блюд и продуктов

Заметной чертой современного русского, украинского и чешского языков является обилие неологизмов, которые пополняют словарный запас данных языков. Современная русская речь представляет собой сложное единство разных элементов, в которое входит как общелитературная лексика, так и многочисленные субстандартные выражения.

В течение нескольких последних десятилетий количество иноязычных заимствований (прежде всего американизмов) постоянно увеличивается, они активно вливаются в разговорный язык и публицистику. Таким образом, словарный запас русского языка увеличивается за счет внешних заимствований (интернационализация современного языка). Новым элементом в русском языке являются также внутренние заимствования – слова и выражения из социальных жаргонов.

В подвергаемых анализу специальных текстах, а именно текстах женских журналов, большое место занимают слова и выражения из области моды, кулинарии, косметологии, музыки, спорта, компьютерной и мобильной техники, фильмографии и др. Ныне мы остановимся на лексике одной области, а именно – на словах и

словосочетаниях из области кулинарии, мы опишем новые наименования блюд, напитков и продуктов, заимствованные из других языков.

В настоящее время в русском языке можно найти заимствования из разных иностранных языков, однако ведущую позицию занимают слова или словосочетания из английского языка (прежде всего американизмы).

Далее внимание будет уделено новым наименованиям блюд и продуктам, которые мы почерпнули из русских, украинских и чешских женских журналов. В русской лексике, связанной с кулинарией, выделяется много заимствований прежде всего из итальянского и французского языков. Францию и Италию можно считать родиной кулинарии, так как данные страны издавна пользуются заслуженной славой центров кулинарного искусства.

Вначале приведем некоторые примеры наименований блюд, заимствованные из итальянского языка, так как количество данных заимствований немного превышает заимствования из французского языка. Итальянская кухня очень популярна во всей Европе, наименования блюд из итальянского языка занимают большое место в проанализированных нами журналах. Речь идет о следующих примерах: в качестве закусок это *брускетта* (итальянская закуска из хрустящего хлеба с оливковым маслом, чесноком, помидором и моцареллой или другими ингредиентами) (Домашний очаг 12/2018: 126), *карпаччо* (итальянская закуска: тонко нарезанные кусочки сырой говяжьей вырезки с соусом на основе лимона и оливкового масла) (Лиза 10/2015: 31), *капрезе* (легкая закуска, приготовленная из моцареллы, помидоров, базилика и оливкового масла) (Приготовь 2/2013: 27), *панзанелла* (тосканский салат) (Планета женщины 12/2010: 96), в области мучных изделий это *паста* (макароны (напр.: лингвини, ригатони, пенне, фузилли, фарфалле и др.) с соусом) (Лиза. Добрые советы 3/2015: 108), *лазанья* (традиционная итальянская запеканка, приготовленная из листов пасты с красным соусом и фарша) (Лиза 40/2015: 33), *бискотти* (рождественские печенья) (Домашний очаг 12/2012: 266), *панфорте* (рождественская выпечка из смеси орехов, пряностей, меда) (Там же: 265), *пандоро* (рождественский кекс в Италии) (Домашний очаг 12/2018: 165), а также такие блюда, как *фриттата* (итальянский омлет с начинкой, напр. из сыра, колбаски, мяса, овощей и др.) (Женские советы. Самая 11/2014: 114) или популярный десерт *панакота* (итальянский десерт, приготовленный из сливок,

ванили, желатина и сахара) (Караван историй 4/2017: 96). Кроме вышеуказанных блюд, следует отметить также такие продукты итальянской кухни, как: *моцарелла* (итальянский мягкий молодой сыр белого цвета) (Лиза 40/2015: 33), *руккола* (горчичная трава, которую часто добавляют в пасту, ризотто, на пиццу и т. п.) (Лиза. Добрые советы 3/2015: 112), *романо* (римский салат) (Лиза. Добрые советы 3/2015: 118) и др. Ср.: «Итальянскую **фриттату** можно жарить на сковороде или запекать в духовом шкафу» (Женские советы. Самая 11/2014: 114), «Вымытые листья салата **романо** разрежьте поперек на тонкие ленточки» (Лиза. Добрые советы 3/2015: 118).

Из французского языка были заимствованы следующие наименования блюд: напр. из области мясных изделий: *кордон блю* (панированный шницель из телятины с начинкой из сыра и ветчины) (Лиза. Добрые советы 10/2012: 64), *террин* (блюдо из мяса или рыбы с сыром и овощами) (Домашний очаг 12/2012: 262), *фуа-гра* (печень из гуся или утки, напр., с семенами горчицы) (Лиза. Добрые советы 3/2015: 124). Далее это были заимствования из области десертов: *киш* (пирог из песочного теста, который подают с зеленым салатом и вином) (Домашний очаг 12/2012: 255), *маффины* (маленькая круглая выпечка с разными начинками, напр., шоколад, миндаль, изюм...) (Приготовь 2/2013: 42), *парфе* (холодный десерт с сахарным сиропом) (Там же: 15), *тарталетки* (хрупкая корзиночка из теста для разных начинок) (Домашний очаг 12/2012: 239), *круассан* (булочка в форме полумесяца, приготовленная из слоёного теста, с начинкой или без начинки) (Женские советы. Самая 11/2014: 113), в третьих, *омлет-суфле* (французский пышный омет с сыром или другими ингредиентами) (Там же: 119), *гратен* (французская запеканка из картофеля и сыра) (Домашний очаг 12/2018: 164), а также слово *конкассе* (вид томатного соуса или способ нарезки очищенных помидоров) (ОК! 10/2015: 60) и другие. Ср.: «Однако, если вы любитель **омлета-суфле**, то советуем взбить отдельно белки и только после этого добавить желтки и молоко» (Женские советы. Самая 11/2014: 119), «О таких продуктах, как корень сельдерея и репа, часто забывают, а в этом **гратене** они станут частью праздничного стола» (Домашний очаг 12/2018: 164).

Из английского языка пришли такие наименования блюд, как: *наггетсы* (хрустящие ломтики из филе куриной грудки, обжаренные в масле) (Женские

советы. Самая 2/2019: 15), *панкейки* (американские небольшие пышные блинчики) (Женские советы. Самая 11/2014: 115), далее перекус: *гранола* (американский снэк в виде смеси зерен, орехов, сухофруктов, овсяных хлопьев) (Домашний очаг 12/2018: 152), также такие десерты, как *трайфл* (творожный десерт в стаканчиках) (Лиза. Добрые советы 3/2015: 108), *крамбл* (английский десерт – рассыпчатый пирог) (Домашний очаг 12/2018: 173), далее напиток *смужи* (густой напиток, приготовленный из взбитых овощей или фруктов с молоком, йогуртом, творогом или со льдом) (Караван историй 1/2011: 123), затем наименования продуктов: *лемонграсс* (лимонная трава) (1000 секретов и миллион советов 4/2015: 2), *черри* (маленькие помидоры) (Лиза 40/2015: 35), *тостерный хлеб* (напр., со сливочным маслом и икрой, ...) (Диетика 1/2013: 85), *кидни* (бобы – темно красная фасоль) (Лиза. Добрые советы 3/2015: 118), *драгонфрут* (экзотический фрукт – плод кактуса) (Женские секреты 2-3/2020: 13) и др. Ср.: «Готовые **панкейки** с корицей сложить стопкой на тарелку и смазать сливочным маслом» (Женские советы. Самая 11/2014: 115), «В мюсли/**граноле** не должно быть сахара и пальмового масла; желательно, чтобы фрукты и ягоды были не цукатами, а сублимационной сушки (в процессе сублимации продукт замораживают под очень низкими температурами, затем под вакуумом удаляют влагу, что позволяет сохранить максимум витаминов и минералов» (Домашний очаг 12/2018: 152).

Наши подсчеты показали, что, хотя в целом англицизмы занимают самое большое место среди заимствований, в области кулинарии количество новых слов и выражений итальянского и французского происхождения в русском языке несколько превышает число заимствований из английского языка.

В последние годы возросло количество заимствований из испанского языка, например: *паэлья* (блюдо из риса с шафраном, оливковым маслом, овощами, морепродуктами или курицей и др.) (Женские советы. Самая 3/2013: 31), *чили кон карне* (чили с мясом и овощами в остром красном соусе) (Планета женщины 12/2010: 92), *гаспачо* (холодный суп с размолотыми помидорами, огурцами и хлебом) (Домашний очаг 12/2012: 251); далее из мучных изделий это *буритто* (мексиканское блюдо в виде пшеничной лепешки (тортильи), в которую заворачивают начинку – обычно из мяса и овощей) (Приготовь 2/2013: 52), *чипсы тортильяс* (мексиканские лепешки в виде треугольника) (Домашний очаг 12/2012: 239), *тортилья* (пшеничная

лепешка, в которую можно завернуть разные ингредиенты) (Женские советы. Самая 11/2014: 118), *чуррос* (испанский сладкий десерт из заварного теста) (Женские секреты 2-3/2020: 69), а также соус *сальса* (острый соус) (Домашний очаг 12/2012: 244) и т. д. Ср.: «*Чуррос — национальное испанское лакомство из заварного теста на вашем столе*» Женские секреты 2-3/2020: 69).

Далее следует небольшое количество слов греческого происхождения: *бугаца* (греческий слоеный пирог, приготовленный с начинкой из сыра или заварного крема, иногда мяса) (Женские советы. Самая 11/2014: 115), *пита* (бездрожжевые лепешки на воде, приготовленные на сковороде, с кармашком для начинки) (Женские секреты 11/2014: 109), *фета* (сыр из овечьего и козьего молока) (Лиза. Добрые советы 3/2015: 118); затем следуют наименования из немецкого языка: *кашнудль* (изделие из нежного теста в форме большого вареника с картофелем и творогом) (Женские советы. Самая 3/2013: 134), *штрудель* (блюдо из листового теста с начинкой из фруктов) (Лиза 10/2015: 35); а также слово из вьетнамского языка: *фо* (вьетнамский суп с лапшой, в который можно добавить мясо (говядину, курицу или кусочки жареной рыбы)) (Женские советы. Самая 11/2014: 133). Можно отметить и заимствование из японского языка: *роллы* (мясо из индейки, свернутое в трубочку вместе с копченым салом) (Отдохни! 10/2015: 29), а также существительное из венгерского языка: *паприкаш* (венгерское блюдо с овощами и мясом (обычно курица, телятина, иногда рыба) в соусе) (Лиза 40/2015:34) и др. Ср.: «Готовность *краснудлей* определяют по краю вареника — он делается прозрачным» (Женские советы. Самая 3/2013: 134), «Оставшийся соус вылейте на тарелки, выложите сверху *роллы* и подайте на стол, украсив по желанию» (Отдохни! 10/2015: 29).

Подводя итог, можно сделать вывод, что новые слова и словосочетания, которые являются наименованиями блюд и продуктов, употребляемые в современных русских женских журналах, попали в русский язык чаще всего из итальянского и французского языков, далее из английского языка, затем из испанского и наконец из греческого, немецкого, вьетнамского, японского и венгерского языков. Напомним, что русский язык довольно либерально относится к наплыву иноязычных слов, они активно используются журналистами, писателями, телеведущими и т.п., это отразилось и в текстах женских журналов. Далее

рассмотрим найденные нами примеры наименований блюд и продуктов в украинских женских журналах.

В современных украинских женских журналах нам также повстречалось большое количество наименований блюд и продуктов, заимствованных из разных языков. Как уже отмечалось раньше, англицизмы (американизмы) оказывают сильное влияние на разные языки, а заимствованные слова из английского языка можно найти в разной сфере употребления, в том числе и в кулинарии. В современных украинских женских журналах наибольшее количество в области наименования блюд и продуктов составили именно заимствования из английского языка. Приведем некоторые примеры: *лаунж-кафе* (кафе для отдыха, расслабления с оригинальным дизайном) (Жінка 2/2018: 10), *фастфуд* (Артіорі 18/2019: 37), *кенді бар* (бар с множеством разных видов сладостей) (Там же: 68), *крамбл* (пирог в крошках с фруктами, обычно карамелизированными яблоками) (Жінка 5/2018: 49), *брауні* (американская шоколадная выпечка) (Там же), *томати-чері* (маленькие помидоры в виде вишен) (Там же: 48), *фреш* (свежевыжатый сок) (Життя і жінка 2/2020: 14) и др. Затем в упомянутых журналах представлены заимствования из французского языка, например: *парфе* (холодный десерт, приготовленный со взбитых сливок с сахаром и ванилью) (Жінка 8/2015: 25), *мафін* (сладкая круглая выпечка с разной начинкой) (Артіорі 18/2019: 69), *крем-суп* (густой суп из протертого мяса и овощей) (Жінка 1/2018: 47), *кіш* (вид соленого пирога) (Жінка 10/2020: 48), *бриз* (вид теста) (Там же) и т. д. Далее в анализируемых журналах нам повстречалось несколько слов, заимствованных из испанского языка, например: *гаспачо* (холодный овощной суп) (Жінка 9/2015: 24), *такос* (лепешки из кукурузной муки с овощной и мясной начинкой) (Жінка 5/2018: 49), *кіноа* (крупа андских индейцев) (Жінка 3/2018: 48) и другие. Помимо этого, в данных журналах повстречались также слова из немецкого языка, например: *штрейзель* (кондитерское украшение выпечки в виде крошки) (Артіорі 18/2019: 69), *айсберг* (популярный кочанный салат) (Жінка 5/2018: 49). Кроме того, в них содержалось наименование из греческого языка: *філо* (вид теста) (Жінка 3/2018: 49), а также слово из китайского языка: *бок-чой* (китайская листовая капуста) (Там же: 3) и т. п. Ср.: «Готуємо десерти для *кенді бару* вдома» (Артіорі 18/2019: 68), «На деко, застелене пекарським папером, викладаємо *штрейзель* і запікати в розігрітій до 160 градусів духовці до рум'яного кольору,

близько 7-12 хв. Коли **штрейзель** охолоне, покрийте його на дрібні шматочки» (Там же: 69), «Половину столової ложки картопляного крохмалю розвести лимонним **фрешем** до густої консистенції» (Життя і жінка 2/2020: 14).

Проведя статистическую обработку данных, мы пришли к выводу, что чаще всего в области наименований блюд и продуктов в современных украинских женских журналах употребляются заимствования из английского языка, затем идут заимствования из французского языка, далее из испанского языка и несколько слов из немецкого, греческого и китайского языков, причем некоторые из них появились в украинском языке благодаря их использованию в английском языке.

Чешский язык также активно пополняет свой словарный запас в области кулинарии с помощью внешних заимствований, которым мы уделим внимание ниже.

Самое большое количество новых наименований блюд и напитков заимствуется из итальянского языка, так как итальянские блюда в последние годы становятся самыми популярными и любимыми. Приведем несколько примеров: из мучных изделий это – *cannelloni* (итальянские макароны в форме трубочек с начинкой) (Katka 41/2011: 37), *fusilli* (длинные макароны в виде спирали) (Svět ženy 9/2015: 61), *linguine* (макароны, которые похожи на чуть более широкие плоские спагетти) (Žena a život 18/2015: 106), *gnocchi* (изделие из теста в виде шишки) (Tina 37/2015: 26), *tortellini* (макароны с начинкой кольцеобразной формы) (Katka 16/2015: 28), *tagliatelle* (длинные плоские макароны) (Žena a život 22/2011: 128), *frittata carbonara* (омлет с ветчиной и спагетти) (Katka 41/2011: 39), далее, как и в РЯ, закуска *caprese* (салат с помидорами, моцареллой и базиликом) (Claudia 5/2012: 19), *buratta* (особый сорт моцареллы) (Glanc 6/2019: 169), *ricotta* (сыр из овечьей, коровьей или козьей сыворотки) (Katka 35/2016: 35), затем суп *minestrone* (густой суп с фасолью и пармезаном) (Svět ženy 2/2012: 46) и соус *pesto* (соус из мяты, пармезана и орешков пинии) (Kondice 7-8/2012: 91), соус *aioli* (соленый соус из чеснока, оливкового масла, который подают или в качестве закуски с хлебом и оливками, или с рыбой, мясом и овощами) (Katka 11/2016: 34), далее мясное блюдо *saltimbocca* (говядина с прошутто и овощами) (Katka 41/2011: 19) и т. д. Ср.: «*Z máty otrhajte lístky a dejte je do mixéru. Pridajte piniové oříšky, nastrouhany pármazán a začnete mixovat. Postupně přilévejte olej a mixujte, až vznikne husté pesto*» (KONDICE 7-8/2012: 91), «*Cannelloni zalijeme omáčkou, posypeme parmezánem, zbytkem ovčieho syra*

a olivami» (Katka 41/2011: 37), «*Saltimbocca po románku – tenký hovězí plátek s parmskou šunkou se připravuje na šalvěži a podává se s poctivou porcí zeleniny»* (Там же: 19).

После Второй мировой войны и потом вновь после Бархатной революции 1989 года более сильное влияние на чешский язык начал оказывать английский язык (ср. *image, leasing, billboard*) (Daneš 1997: 97–98). Лексика английского происхождения также играет значительную роль в упомянутых журналах, ср., например: слова из области десертов: *brownies* (десерт из шоколадного теста) (Katka 11/2016: 30), *cookies* (печенье с кусочками шоколада) (Žena a život 24/2011: 131), *cupcake* (маленький круглый торт с разными начинками, запеченный в силиконовых формочках в виде чашечки) (Žena a život 18/2012: 96), *cheesecake* (десерт из творожного сыра, что-то между творожной запеканкой и суфле) (Там же) и наименования напитка *smoothie* (густой напиток из смешанных фруктов или овощей в блендере, можно добавить или воду, или молочные продукты) (Glanc 6/2019: 202), далее соус *relish* (острый соус) (Katka 41/2011: 46), затем такие наименования, как *snack* (второй завтрак, полдник) (Kondice 11/2015: 87), *brunch* (поздний завтрак, т. е. еда, сочетающая в себе блюда на завтрак и обед) (Svět ženy 9/2015: 68), *brinner* (ужин, состоящий из традиционных блюд для завтрака) (Там же), *raw food* (сырая пища, т. е. способ питания, при котором пищу едят в естественном виде) (Blesk pro ženu 37/2015: 28-29) и многие другие. Ср.: «*Víte, co se skrývá pod anglickým názvem **cupcakes**? Jsou to malé roztomilé dortičky, hýřící všemi barvami, ozdobami a chutěmi»* (Žena a život 18/2012: 96), «*Mým favoritem je příchuť borůvkový **cheesecake** nebo karamel s pekanovými ořechy»* (Там же), «***Relish** – tato kořeněná omáčka pochází z Ameriky. Je trochu tekutější než čatní a obsahuje většinou pouze jemně nakrájenou zeleninu»* (Katka 41/2011: 46).

Слова и словосочетания из французского языка также занимают значительное место в женских журналах, напр.: десерты *crêpes suzette* (блины по-французски, т. е. с апельсиновым сиропом) (Glanc 3/2012: 91), *tartaletky* (хрупкая корзиночка из теста для разных начинок) (Dáša 41/2011: 29), *mousse* (шоколадный мусс) (Glanc 4/2015: 149), наименование супа *bujabéza* (кремовый рыбный суп) (Katka 41/2011: 19), и такие слова, как *gratin* (соленая запеканка, в основном с сыром) (Žena a život 18/2015: 106), *rillettes* (паштет из жирного мяса, нарезанного на более мелкие

кусочки) (Kondice 11/2015: 64) и др. Ср.: «*Když Francouzky potřebují nějaké to kilo shodit, mají na to jednoduchý recept – lehkou večeři, nejlépe **bujabézu**, což je tradiční rybí polévka*» (Katka 41/2011: 19), «*Tartaletky vyndáme z formiček a polijeme červeným žele připraveným podle návodu (můžeme do něj vmíchat trochu brusinkového džemu)*» (Dáša 41/2011: 29).

Кроме вышеуказанных заимствований, словарный состав женских журналов пополняют также слова и словосочетания из менее распространенных языков, например, из испанского языка: *gazpaccho* (холодный суп с размолотыми помидорами, огурцами и хлебом) (Katka 41/011: 19), *tapas* (небольшая закуска, канапе, дегустационная тарелка и т. п.) (Katka 35/2016: 34), *chilli con carne* (тушеное острое блюдо с фаршем) (Ona dnes 2/2014: 17), *burrito* (мексиканская лепешка с начинкой, в основном с острым соусом) (Tina 37/2015: 37), *sofrit pagés* (смесь тушеного мяса и овощей, приправленная чесноком, шафраном и корицей) (Там же: 51), далее из японского языка: *miso* (соевая паста) (Žena a život 19/2011: 98), *sushi maki* (рисовый рулет в водорослях с начинкой) (Zdraví 1/2013: 68), затем из греческого языка: *briámi* (запеченные овощи с сыром) (Katka 41/2011: 19), также из языка хинди: *chapati* (индийский традиционный хлеб, т. е. лепешка из простого теста из муки и воды) (Katka 35/2016: 34), *čatní* (холодный остро-сладкий соус) (Katka 41/2011: 46) и слово из немецкого языка: *germknödel* (пышные фруктовые кнедлики, фаршированные джемом, подаются со сливочным маслом, посыпанные маком и сахаром) (Paní domu 9/2012: 44) и др. Ср.: «*Gazpaccho je jedním z dalších trumfů tamní kuchyně, studená zeleninová polévka zažene pocit hladu, obsahuje vitamíny a minerály a jen minimum kalorií (asi 300 kcal na porci)*» (Katka 41/011: 19), «*Řekové milují pokrm **briámi**, není to nic jiného než zeleninový Eintopf, jehož základem jsou rajčata, papriky a lilek*» (Там же), «*Čatní – jedná se o studenou sladkou i ostrou omáčku pocházející z Indie. Většinou obsahuje rozmělněné ovoce, ale také zeleninu, například červenou řepu nebo papriku, trochu cukru, octa a koření*» (Там же: 46).

Проанализировав приведенные выше примеры слов и словосочетаний, можно отметить, что в современных чешских женских журналах употребляется больше всего заимствованных наименований блюд из итальянского, далее из английского и французского языков, затем из испанского, японского, греческого языков, языка хинди и немецкого языка.

Новые наименования блюд осваиваются русским, украинским и чешским языками неодинаково. Некоторые слова можно найти во всех этих языках (ср. *капрезе/капрезе/caprese, тарталетки/тарталетки/tartaletky* и др.). Причем иногда в русском и украинском языках заимствованные наименования пишутся одинаково (напр., *капрезе/капрезе, фета/фета* и др.), хотя можно найти и различия (напр., *маффин/мафін, киш/кіш* и др.). Однако в русском языке чаще заимствуются слова из итальянского (напр., *брускетта, карпаччо, панзанела* и др.) и французского языков (напр., *маффины, террин, парфе* и др.), а в украинском языке в данных журналах преобладают заимствования из английского языка (напр., *фреш, крамбл, брауні* и др.). В чешском же языке больше заимствований из итальянского языка (напр., *frittata carbonara, cannelloni, minestrone* и др.).

Активное заимствование слов из области кулинарии связано прежде всего с туризмом, так как именно туристы, путешествующие по разным странам мира, знакомятся с новыми видами разных напитков или блюд, новой культурой, а одновременно осваивают и новые слова и словосочетания. Это также, разумеется связано с «интернационализацией» сферы питания в наших странах.

Слова из иностранных языков постепенно приспосабливаются к системам русского, украинского и чешского языкам. Главным образом это касается произношения, словообразования и словоизменения иноязычных слов.

Слова и выражения из области кулинарии в современных русских женских журналах адаптируются посредством лексических трансформаций, а именно посредством транскрипции (перевод на основе произношения), например: *cordon bleu* – *кордон блю*, *foie gras* – *фуа-гра*, *parfait* – *парфе* и многие другие.

В современных украинских женских журналах слова из области кулинарии адаптируются также главным образом с помощью транскрипции, напр., *fresh* – *фреш*, *fastfood* – *фастфуд*, *gazpacho* – *гаспачо* и другие.

В чешских женских журналах слова и выражения из области кулинарии обычно сохраняют исходную форму написания, т. е. иноязычные выражения не меняют свою графическую форму, напр.: *cupcake, minestrone, crème brûlée, lasagne* и т. д. Исключением может быть слово *шейк* (молочный коктейль), употребляемое в чешских журналах иногда в виде *šejk*, однако чаще в виде *shake*.

Более подробно рассмотрим слово *тарталетки* – *tartaletky*. Данное существительное происходит от французского слова *tartelette* (маленькая корзиночка из пресного сладкого теста). Слово *тарталетка/tartaletka*, по-видимому, возникло таким образом, что к слову *тарталет/tartalet* был присоединен суффикс *-к/-k*, а затем окончание *-а/-a* (в множественном числе *-и/-y*) для слияния указанного слова с лексико-грамматической системой русского и чешского языков.

Итак, анализ новых наименований блюд в русских, украинских и чешских женских журналах показал, что в отличие от общей тенденции в данных текстах используются не только заимствования из английского языка, но и из многих других языков: французского, итальянского, японского, испанского, греческого языков, немецкого и языка хинди, причем в русском языке больше заимствований из итальянского и французского, в украинском из английского и французского языков, а в чешском языке – из итальянского языка. Данное явление можно объяснить тем, что французская и итальянская кухни оказывают сильное влияние на кулинарию в большинстве стран мира. Французская кухня развивалась несколько столетий и на русскую кухню начала влиять уже во времена правления Петра I, так как Петр I ввел моду на иностранных поваров. Вообще французскую кухню можно считать одной из самых популярных и распространенных по всему миру, так как французов часто называют гурманами. Кроме того, французская трапеза была включена в список культурного наследия человечества ЮНЕСКО. Итальянская кухня также пользуется популярностью по всему миру, особенно благодаря таким любимым блюдам как пицца и спагетти, приготовленные разным способом. Большинство чехов любит итальянские блюда и довольно часто их готовит. Конечно, с распространением американских сетей ресторанов быстрого обслуживания во многих странах мира стала популярна американская кухня.

6.6 Новый словарный запас в журнале «Cosmopolitan», издаваемом на русском, украинском и чешском языках

Цель данного раздела состоит в сопоставительном анализе новых слов и словосочетаний в журнале «Cosmopolitan», издаваемом на русском, украинском и чешском языках. Данный журнал был избран потому, что это популярное среди

женщин издание выходит в более чем ста странах мира на 34 языках и дает таким образом ценный материал для сопоставительных исследований. Вначале дадим более подробную характеристику журнала.

Журнал «Cosmopolitan» является международным женским журналом. «Название журнала происходит от слова «космополит», что в переводе с греческого означает «гражданин мира». Полный смысл космополитизма – это осознание единства человеческого рода, благодаря чему интересы отдельных государств и народов подчиняются всеобщему благу человечества как единого целого» (Цит. по: <http://www.pinform.spb.ru>). Впервые журнал был выпущен в США в 1886 году, в России и Чешской Республике он издается с 1994 года, а в Украине с 1999 года. Первоначально данный журнал был не исключительно женским, а был предназначен для всей семьи. Журнал скоро стал весьма популярным. В 1889 г. новый редактор начал помещать в нем цветные иллюстрации и рецензии на новые литературные произведения таких авторов, как, напр. *Теодор Драйзер, Редьярд Киплинг, Эрнест Хемингуэй, Джек Лондон* и др. С 1905 г. журнал стал не только литературным, но и общественно-политическим. С начала XX в. на обложке журнала появился женский портрет, что связано с именем легендарного иллюстратора *Харрисона Фишера*, который прославился как художник «американской красоты». В 1965 г. главным редактором журнала стала *Хелен Герли Браун*, автор книги «*Секс и одинокая женщина*», решившая превратить издание в журнал для молодых и целеустремленных женщин. При ней журнал проник на международный рынок и стал таким, каким читатели его знают в настоящее время (Там же). Итак, в журнале печатаются статьи о знаменитостях, человеческих взаимоотношениях и сексе, карьере, здоровье, самосовершенствовании, красоте и моде. Таким образом, журнал прошел большой путь от семейного издания до литературного сборника, затем от общественно-политического журнала до всемирно известного женского журнала. В настоящее время журнал «Cosmopolitan» можно читать также в электронной форме, т. е. на сайте данного журнала.

В текстах журнала «Cosmopolitan» можно найти большое количество неологизмов, которые занимают значительное место и в лексике русского, украинского и чешского языков, они активно пополняют словарный состав указанных языков. Среди неологизмов большое место занимает заимствованная

лексика (в основном из английского языка, прежде всего его американского варианта), что обусловлено большой ролью английского языка как языка международного общения.

Ныне мы приведем извлеченные нами примеры новых слов и словосочетаний из журнала «Cosmopolitan», издаваемом на русском языке (CosmPЯ). Самое большое количество англицизмов происходит из:

- области компьютерной и мобильной техники, например, *Zoom-встречи* (CosmPЯ 6/2020: 10), *iPAD-версия* (журнал можно скачать в iPad и читать его в электронной форме) (CosmPЯ 9/2013: 19), *смайл/смайл* (символ, изображающий эмоцию пользователя ноутбука, мобильного...) (Там же: 26), *хэштег* (слово или словосочетание с решеткой # для выделения тем в Twitter, например: #длямилыхдам и др.) (CosmPЯ 10/2018: 38), *гаджет* (напр., внешние GPS на смартфонах) (CosmPЯ 8/2013: 16), далее *онлайн* (CosmPЯ 9/2013: 119), *флешка* (CosmPЯ 8/2013: 36), *лайк* (Там же: 16), *селфи* (CosmPЯ 10/2018: 271), *смартфон* (Там же: 271), *скайп* (CosmPЯ 6/2013: 149) и другие;

- области моды, напр.: *флип-флопы* (очень удобная летняя обувь, по-русски они известны под названием вьетнамки) (CosmPЯ 7/2013: 56), *лоферы* (туфли без шнурков, украшены полукруглым швом) (CosmУЯ 10/2018: 128), *слипоны* (легкая обувь без шнурков) (Там же: 164), *тренч* (двубортный плащ с погонами и отложным воротником) (CosmPЯ 9/2013: 66), *клатч* (маленькая сумочка-конверт) (CosmУЯ 10/2018: 71), *сумка-шоппер* (Там же: 40), далее *лук* (внешность, вид) (CosmPЯ 5/2013: 24), *дресс-код* (CosmPЯ 9/2013: 36), *фешн-отдел* (Там же: 28), *дизайн-проект* (CosmPЯ 7/2013: 74), *тримминг* (CosmPЯ 6/2020: 19), *колор-блокинг* (CosmУЯ 10/2018: 60);

- области наименований лиц, напр., *бойфренд-технар* (бойфренд, слушающий музыку техно и одевающийся в стиле техно) (CosmPЯ 7/2013: 18), *бойфренд-регбист* (бойфренд, играющий регби) (CosmPЯ 6/2013: 36), *коуч* (это тренер успеха человека; помогает людям стать успешными в карьере и в личной жизни) (CosmPЯ 9/2013: 36), *поп-дива* (популярная певица, которая поет в стиле поп) (CosmPЯ 7/2013: 28), *cosmo-девушка* (девушка, читающая журнал «Cosmopolitan») (CosmPЯ 8/2013: 16), *бренд-шеф* (CosmУЯ 10/2018: 274), *блогер* (Там же: 271),

эксперт-методист (Там же: 232), *бизнес-инсайдер* (Там же: 106), *бьюти-блогер* (Там же: 83), *маркет-редактор* (CosmУЯ 6/2020: 28) и так далее;

- области косметологии, напр., *хайлайтер* (высветление и выделение отдельных частей лица, получение свежего взгляда) (CosmРЯ 7/2013: 16), *крем-бестселлер* (самый популярный крем для лица) (CosmРЯ 8/2013: 15), *лифтинг-эффект* (эффект подтянутой кожи/лица) (Там же: 19), *бьюти-совет* (CosmРЯ 9/2013: 68), *бьюти-секреты* (Там же: 74), *бьюти-хиты* (CosmУЯ 6/2020: 30), *бьюти-хайлайтер* (CosmУЯ 10/2018: 115), *face-гимнастика* (CosmРЯ 7/2013: 46), *антиэйдж-метод* (CosmУЯ 10/2018: 212), *роллер* (для массажа лица) (Там же: 270), *спа-салон* (Там же: 285), *спа-центр* (Там же: 285), *маст-хэв* (надо иметь данную вещь) (Там же: 289), и т. д.;

- области фильмографии, напр.: *спин-офф* (художественные произведения: фильм, книга, компьютерная игра и др.) (CosmРЯ 8/2013: 32) и т. п.;

- области спорта, напр., *аквааэробика* (аэробика в воде, упражнения без снарядов или с легкими снарядами) (CosmРЯ 6/2013: 36), *кроссфит* (CosmРЯ 10/2018: 234), *стрит-дэнс* (Там же: 235), *стретчинг-тренировка* (Там же: 239), *фитнес-трекер* (Там же: 271), *фитнес-фестиваль* (Там же: 42); разных областей, напр.: *опен-спейс* (открытый офис, в котором работает большое количество сотрудников) (CosmРЯ 7/2013: 18), *уик-энд* (CosmРЯ 9/2013: 36), *онлайн-концерт* (CosmРЯ 6/2020: 20), *бизнес-книга* (CosmРЯ 10/2018: 110) и др. Ср.: «И работа, и досуг для меня сосредоточились на экранах Apple: днем разрываюсь между MacBook Air и двумя телефонами, вечером — **Zoom-встречи** на iPad Pro и фильмы с Apple TV» (CosmРЯ 6/2020: 10), «Хочешь попасть в рубрику? Ставь в *instagram хештег...*» (CosmРЯ 10/2018: 38), «Нужно лишь подровнять волосы, например в зоне бикини? Бери гребень для **тримминга** и регулируй их длину, не боясь раздражения» (CosmРЯ 6/2020: 19), «Спортшик и **колор-блокинг** — лучшие друзья в мире трендов» (CosmРЯ 10/2018: 64), «Основной продукт — **хайлайтер**. Нанеси его на скулы и веки, чуть-чуть на губы и спинку носа» (Там же: 131), «Первое: во время занятий задействованы все мелкие каркасные мышцы, которые сложно проработать, например, при помощи **кроссфита** или тренажеров» (Там же: 234), «Осознанное потребление — то, к чему мы все сейчас стремимся, в том числе и в моде: тенденция **sustainable fashion** набирает обороты» (CosmРЯ 6/2020: 10).

В текстах проанализированных журналов активно используются слова и выражения в оригинальном написании, латиницей, напр.: *iPhone* (соединение функциональности плеера iPod, коммуникатора и интернета) (CosmPЯ 7/2013: 48), *iPAD* (интернет-планшет, издаваемый компанией Apple) (CosmPЯ 6/2020: 10), *honeymoon* (медовый месяц) (CosmPЯ 7/2013: 28), *apartmoon* (празднование покупки квартиры) (Там же), *jobmoon* (празднование получения новой отличной работы) (Там же), *babyboom* (рождение большого количества детей) (Там же), *Wi-fi* (CosmPЯ 8/2013: 16), *shopping* (CosmPЯ 9/2013: 84), *sustainable fashion* (CosmPЯ 6/2020: 10), *must have* (CosmPЯ 10/2018: 34), *smoky eyes* (Там же: 76) и многие другие.

В журнале были отмечены также заимствования из французского языка, напр., такие слова, как *ботильоны* (женские туфли на каблучке, напоминающие короткие сапожки немного выше лодыжки) (CosmPЯ 9/2013: 68), *мюли* (вид обуви с открытой пяткой и закрытой передней частью обуви) (CosmУЯ 6/2020: 26), *эффект-деграде* (у одежды переливание одних цветов ткани в другие) (CosmPЯ 7/2013: 28), *омбре* (у волос переливание одних цветов волос в другие) (Там же: 55) и др. Помимо названных примеров, нам здесь повстречалось также слово греческого происхождения: *аэрофобия* (устойчивый страх полетов) (CosmPЯ 6/2013: 96) и т. д.

Ныне мы уделим внимание новым словам и словосочетаниям, отмеченным в журналах «Cosmopolitan», издаваемых на украинском языке (CosmУЯ). Больше всего данных слов и выражений присутствовало в текстах из области косметологии, например: *кушн* (тональная основа для лица) (CosmУЯ 4/2016: 34), *СС крем* (color correcting, т. е. крем, объединяющий цвет кожи) (CosmУЯ 9/2014: 53), *эпирулин* (средство, успокаивающее кожу) (CosmУЯ 4/2016: 41), *лифтинг-фактор* (CosmУЯ 2/2020: 31), *гель-шампунь* (CosmУЯ 1/2020: 111), *пілінг-нетч* (отшелушивающий пластырь для очищения кожи) (CosmУЯ 2/2020: 31) и другие. Ср.: «*Необхідний рівень гігієни від голови до п'ят забезпечить гель-шампунь «ТЕРБІНАКОД» — засіб щоденного догляду та профілактики мікозів, лишайів, лупи та себорейного дерматиту»* (CosmУЯ 1/2020: 111).

В области компьютерной и мобильной техники нам также встретилось немало таких слов, напр. *повербанк* (мощный накопитель и хранитель энергии, т. е. портативное зарядное устройство) (CosmУЯ 1/2020: 3), *лайфхак* («это набор методик и приёмов «взлома» окружающей жизни для упрощения процесса достижения

поставленных целей при помощи разных полезных советов и хитрых трюков», цит. по русской википедии) (CosmУЯ 2/2020: 7), *інстаграм-спроба* (Там же: 58), *онлайн-флірт* (Там же), *QR-код* (Quick Response Code, т. е. код быстрого реагирования) (Там же: 85) и т. п. В украинских журналах используются также следующие заимствования из английского языка: *експрес-сервіс* (CosmУЯ 5/2012: 29), *смарт-валіза* (умный чемодан, т. е. обладает такими функциями, как GPS-трекинг, умный замок, повербанк с USB-выходом и др.) (CosmУЯ 1/2020: 2), а также часто появляются слова, написанные латиницей, например: *short-list* (CosmУЯ 2/2020: 58), *perfect-match* (Там же), *шопінг* (CosmУЯ 4/2016: 28) и др. Ср.: «Якщо говорити про потенційних бойфрендів, то алгоритми інстаграму й фейсбуку вже склали **short-list**» (CosmУЯ 2/2020: 58), «У мене з першої ж інстаграм-спроби був **perfect-match**» (Там же).

Кроме этих примеров новых заимствований из английского языка, в упомянутом журнале используются также слова из французского языка, например: *фіто-ендорфін* (средство в сивородке для обновление кожи) (CosmУЯ 4/2016: 155), *поліфеноли* (мощные антиоксиданты, находящиеся в овощах) (CosmУЯ 9/2014: 51), *купероз* (сосудистое заболевание кожи, т. е. покраснение кожи на разных местах) (CosmУЯ 1/2020: 111), а также французско-латинское слово *крем-мультикорректор* (омолаживающий крем на основе легкой маслянистой текстуры) (CosmУЯ 2/2020: 31) и т. д.

Далее мы приведем примеры новых слов и словосочетаний, находящихся в журналах «Cosmopolitan», издаваемых на чешском языке (CosmЧЯ). Большинство слов и выражений в чешском издании данного журнала заимствуется из:

- области моды, напр., *board šortky* (модные пляжные шорты из быстросохнущего материала) (CosmЧЯ 7/2012: 29), *outfit* (сочетание одежды с аксессуарами, украшениями и обувью) (CosmЧЯ 12/2019: 32), *trenčkot* (CosmЧЯ 2/2012: 25), *top* (CosmЧЯ 7/2013: 80), *grunge styl* (CosmЧЯ 10/2013: 38), *look* (Там же: 143), *styling* (CosmЧЯ 12/2019: 44), *trendy* (Там же: 36), *být IN* (быть в курсе, напр., модно одеваться и т. п.) (CosmЧЯ 9/2011: 14), *chelsea boots* (CosmЧЯ 12/2019: 75), *wish list* (Там же), *hygge* (Там же);

- области компьютерной и мобильной техники, напр.: *iPod* (плеер торговой марки Apple) (CosmЧЯ 7/2013: 111), *googlovat* (искать информацию в поисковой

системе Google) (Там же: 72), *HD displej* (дисплей с высокой четкостью) (CosmЧЯ 7/2012: 35), *showroom* (комната для показа и демонстрации своего товара) (CosmЧЯ 2/2012: 9), *multitasking* (способность компьютера выполнять одновременно несколько задач; в переносном значении так говорят о человеке, способном одновременно выполнять много задач) (CosmЧЯ 9/2011: 35), *on-line* (CosmЧЯ 4/2011: 61) и др.;

- области наименований лиц, напр., *koučka* (CosmЧЯ 7/2013: 72), *fotoeditorka* (Там же: 47), *PR manažerka* (Там же: 60), *showman* (Там же: 15), *traffic manager* (CosmЧЯ 12/2019: 6), *brand manager* (Там же), *blogerka* (Там же: 75) и т. п.;

- области спорта, напр.: *paddleboarding* (серфинг с веслом) (CosmЧЯ 9/2011: 104), *jogging* (медленная пробежка, которая длится 20-30 минут, идеальная для снижения веса) (CosmЧЯ 4/2011: 103), *nordic walking* (вид ходьбы с использованием специальных палок для эффективной аэробной тренировки) (CosmЧЯ 7/2013: 139), *yachting* (Там же: 41) и т. д.;

- области работы, напр.: *pay gap* (разница в зарплате: мужчины X женщины) (Там же: 106), *teambuilding* (активный отдых, направленный на сплочение коллектива фирмы) (Там же: 64), *workshop* (CosmЧЯ 9/2011: 41) и многие другие;

- области косметологии, напр., *roll-on* (дезодорант с шариком) (CosmЧЯ 4/2011: 100), *bronzer* (минеральная пудра, с помощью которой можно стать загорелой) (CosmЧЯ 7/2013: 46), *peeling* (CosmЧЯ 7/2012: 34), *beauty kapsle* (CosmЧЯ 12/2019: 38), *anti-age* (Там же: 54) и др. Ср.: «*Boty značky ECCO jsou proslulé svým stylem a bezkonkurenčním pohodlím. Jejich kouzlu podlehly i populární blogerky. Jaké je jejich doporučení pro váš wish list z ECCO kolekce podzimních a zimních bot?*» (Там же: 75), «*Poslední zbytky karamelu z pozdní dovolené jsou pryč? Stačí dotek bronzeru a zdravá barva bude zase doma*» (Там же: 42), «*Googlovala jsem slova jako „sexy“, „vzrušující“ a najednou na mě vyskočil odkaz na erotický kurz s názvem Jak potěšit muže*» (CosmЧЯ 7/2013: 72), «*Platovou propast mezi pohlavím, takzvaný pay gap, způsobuje skutečnost, že samy ženy upřednostňují pozice, které jsou obecně míň placené*» (Там же: 106), «*Paddleboarding...Prkno, na kterém se elegantně stojí a jedním pádlem pádluje, vynalezli v Polynésii a na Havaji*» (CosmЧЯ 9/2011: 104).

В журнале «Cosmopolitan» имеются, кроме заимствований из английского языка, также слова из французского языка, напр., *balejáž* (balayage – эффект выгоревших волос) (Там же: 32), японского языка, напр., *Kawaii* (забавные японские

картинки или стиль одежды) (CosmЧЯ 2/2012: 12), испанского языка, напр., *chimichurri* (зеленый соус, который подается в Аргентине к жареному мясу) (CosmЧЯ 9/2011: 68) и других языков.

Анализ текстов журнала «Cosmopolitan», показал, что в журналах, издаваемых на русском языке, большинство заимствованных слов и словосочетаний происходит из английского языка, далее здесь есть слова из французского и японского языков и одно выражение греческого происхождения, которое, впрочем, уже стало интернациональным термином. Наибольшее количество заимствований в русском издании данного журнала относится к области косметологии, далее к области моды, затем к области наименований лиц, компьютерной и мобильной техники, спорта и др. В украинском издании также наибольшее количество занимают новые слова и выражения из английского языка, но можно найти также немало слов французского происхождения. В качестве областей заимствования преобладает сфера косметологии, затем следует сфера компьютерной и мобильной техники. В журналах «Cosmopolitan», издаваемых на чешском языке, большинство также составляют слова и словосочетания, заимствованные из английского языка, далее слова из французского, японского, испанского и других языков. Самое большое количество иноязычных заимствований относится к области моды, далее к области компьютерной и мобильной техники, спорта, наименований лиц и др. Можно также отметить интересное явление: в наше время в русский, украинский и чешский языки посредством английского языка попадают слова и выражения, которые были английским языком заимствованы из других языков и укоренились в нем, напр., выражения из французского языка: *ваучер/voucher*, *барбекю/barbecue*, *barbeque*, *ау паир/aupair*, *au-pair*, *au pair* и др. Следует отметить, что новые заимствования (слова и выражения) как в русском, украинском, так и в чешском изданиях указанного журнала выделяются сходными характеристиками, а именно: наибольшее количество слов относится к англицизмам и американизмам, области их происхождения совпадают.

6.7 Новые аббревиатуры в женских журналах

В данной части работы мы рассмотрим аббревиатуры в системе неологизмов в современных русских, украинских и чешских женских журналах. Вначале дадим характеристику, существующих аббревиатур, а затем уделим внимание одной из групп, а именно – инициальным аббревиатурам.

Следует заметить, что в современном русском языке используется большое количество аббревиатур, их количество постоянно возрастает в результате стремления к экономии места и времени. Но, с другой стороны, в большинстве случаев аббревиатуры делают язык канцелярским, нередко затрудняют восприятие текста. Здесь на помощь читателю (слушателю) приходят словари сокращений или Интернет, в пространстве которого можно найти почти все нужные сведения.

Ныне приведем более подробную характеристику двух основных терминов *аббревиация* и *аббревиатуры*. Л. Ю. Касьянова дает следующую характеристику термина *а б б р е в и а ц и я* – она «представляет собой способ, тип неологизации, в основе которого лежит не стихия, а сознательный, целенаправленный процесс, регулируемый разумом и волей человека, всеобщая сущность чего служит основной задаче коммуникации: при минимальной затрате усилий, связанных с общением и языковой действительностью, передать и принять максимум информации» (Буцева, Карева 2006: 72–73). *А б б р е в и а т у р ы* «обладают наибольшей степенью имплицитности в языке, т. к. они отражают стремление говорящих предельно сократить тексты сообщаемого, используя минимальное число языковых средств» (Там же: 73).

Как мы уже отметили выше, аббревиатуры в современном русском языке широко распространены. Сначала мы сосредоточим внимание на инициальных аббревиатурах в русском языке, а затем в украинском и чешском языках. Говоря о инициальных аббревиатурах, необходимо отметить, что здесь можно встретиться с инициальными сокращениями буквенного и звукового характера. В рамках инициально-буквенных сокращений буквы читаются самостоятельно (ср. *БД* (беде)), в то время, как в рамках инициально-звуковых сокращений буквы произносятся, как одно слово (ср. *ПИФ* (пиф), *ЕГЭ* (егэ)), т. е. данные сокращения не произносятся побуквенно: (пе-и-эф) или (е-ге-э)). Говоря о инициально-буквенных сокращениях, мы имеем в виду следующие примеры: *БД*

(база данных), *КПК* (карманный персональный компьютер), *ТП* (тарифный план), *ОМС* (обязательное медицинское страхование) и др. В качестве инициально-звуковых сокращений приведем следующие примеры: *ИССА* (Интернет-система сервиса абонентов), *ПИФ* (паевой инвестиционный фонд), *ЕГЭ* (единственный государственный экзамен) и др. (Там же: 73).

В современных русских женских журналах тоже используются инициально-буквенные сокращения, например: *СМС* (эсмэс) (сокр.: служба мобильных сообщений) (Похудей 3/2015: 22), *ГМО* (гэмэо) (сокр.: генно-модифицированный организм, объект) (Лиза. Добрые советы 3/2015: 145), *МДФ* (эмдэф) (сокр.: древесностружечная плита средней плотности) (Женские советы. Самая 11/2014: 123), *ПВХ* (пэвэха) (сокр.: поливинилхлорид, поливинилхлоридный) (Там же: 128), *ВПЧ* (вэпэче) (сокр.: вирус папилломы человека) (Женские советы. Самая 14/2015: 8), а также инициально-звуковые сокращения, напр.: *БАД* (сокр.: биологически активная добавка) (Лиза. Добрые советы 3/2015: 146), *ЗОЖ* (сокр.: здоровый образ жизни) (Женские советы. Самая 11/2014: 66), *ПАВ* (сокр.: поверхностно-активное вещество/поверхностная акустическая волна) (Женские секреты 11/2014: 38), *спа* (курорт с минеральными водами; водные процедуры) (Женские секреты 2-3/2020: 12) и другие. Ср.: «Технология производства **МДФ** не допускает использования вредных для здоровья человека эпоксидных смол и фенола» (Женские советы. Самая 11/2014: 123), «Каждая из нас отлично знает, что такое **ЗОЖ**; здоровый образ жизни» (Там же: 66).

Л. В. Рацибурская обращает внимание на то, что, кроме перечисленных сокращений, в последние годы в русском языке возникают сложные слова с первой частью-аббревиатурой заимствованного характера, в которых совершается нарушение в сочетаемости морфем, напр.: «...**SMS-аферы**: как не стать жертвой мобильных мошенников»; «...нынешнее чекистское пришествие во власть позитивно отразилось на стиле жизни **VIP-детей**»; «...является **PR-ходом** в ответ на требование принять на баланс муниципалитета наше жилье» и другие (Буцева, Карева 2006: 135). По словам Е. П. Снеговой, к аббревиатурам, образованным вышеуказанным способом, принадлежат часто следующие иностранные компоненты: *IT-*, *USB-*, *art-*, *IP-*, *WAP-*, *web-* и др. Можно привести такие примеры, как *UVB-защита*, *SPA-курорт*, *UVA-лучи* и др. (Там же: 150).

В исследованных нами текстах женских журналов имеются следующие примеры: *GPS-навигатор* (Похудей 3/2015: 20), *3D-объём* (Там же: 33), *3D-сканер* (Между нами женщинами 8/2015: 2), *SPF-фактор* (Лиза. Добрые советы 3/2015: 17), *SOS-средство* (Женские советы. Самая 3/2013: 32), *SOS-маска* (Женские секреты 2-3/2020: 17), *L-карнитин* (Женские советы. Самая 3/2013: 147), *HR-менеджер* (Женские советы. Самая 11/2014: 105), *PR-директор* (Женские секреты 2-3/2020: 1), *BB-крем* (Всё для женщины 7/2017: 6), *4D-кружева* (Женские секреты 2-3/2020: 40) и многие другие. Ср.: «С помощью **3D-сканера** исследователи изучили параметры добровольцев, например их стройность, отношение талии к груди у мужчин и талии к бедрам у женщин» (Между нами женщинами 8/2015: 2), «Тональный крем снимает покраснения и раздражения, предотвращает воспаления, прекрасно работает как **SOS-средство**» (Женские советы. Самая 3/2013: 32), «Некорректно с первых дней работы качать права или постоянно задавать вопросы, когда вы можете пойти в отпуск. Для этого есть собеседование с **HR-менеджером**, постарайтесь выяснить все интересующие вопросы у него» (Женские советы. Самая 11/2014: 105).

В современных украинских женских журналах также находятся инициально-буквенные сокращения, например: *КВР* (аэропорт в Украине) (Натали 2/2020: 11), *СТБ* (расшифровывается как Світ телебачення с укр. – «Мир телевидения» – украинский общенациональный телеканал) (Там же: 34), но украинских инициально-буквенных сокращений довольно мало. Кроме того, можно заметить, что в текстах женских журналов можно найти также инициально-буквенные сокращения, написанные латиницей, например: *SLS* (sodium lauryl sulfate – пенообразователь) (Натали 12-1/2019/20: 61), *SPF* (Sun Protection Factor - солнцезащитный фактор в средстве) (Жінка 5/2018: 40). В рамках инициально-звуковых сокращений в данных журналах нам повстречалось также мало примеров: сокращение на украинском языке *УПА* (Украинская повстанческая армия) (Натали 12-1/2019/20: 34), а также сокращения в оригинальной форме, напр.: *QLED* (Quantum Dot Light Emitting Diode – усовершенствованный жидкокристаллический дисплей у телевизора) (Там же: 35), *PEG* (полиэтиленгликоли – синтетическое сырье) (Там же: 61). Ср.: «Здається, у компанії Samsung підслухали мої думки і створили *The Frame* – телевізор, який не просто має високу якість зображення і звук (технологія **QLED** і підтримка

стандарту HDR10+ роблять свою справу), а ще й має режим «Картина.»» (Натали 12-1/2019/20: 35), «Маска Sweet Coconut + Macadamia для сухого й тонкого волосся без **SLS, PEG, парабенів, силіконів та мінеральних олій**» (Там же: 61).

Хотя количество инициально-буквенных и инициально-звуковых сокращений в текстах современных украинских женских журналов небольшое, но количество сложных слов с первой частью-аббревиатурой заимствованного характера, в которых совершается нарушение в сочетаемости морфем, довольно велико, ср., например: *ТВ-шоу* (Натали 12-1/2019/20: 32), *ТВ-експерт* (Там же: 78), *СПА-процедури* (Жінка 5/2018: 20), *VIP-проект* (Argiогі 18/2019: 47), *UV-фільтр* (Натали 2/2020: 74), *HDR-проектор* (PINK/ПИНК! 184/2019: 62), *3D-дизайнер* (Жінка 2/2018: 8), *3D-друк* (Там же), *3D-ручка* (Жінка 3/2018: 39), *IT-медик* (Жінка 2/2018: 8), *IT-фахівець* (Там же: 9) и другие. Ср.: «*Не блищить, забезпечує невидимий ефект укладки, обсяг та щільність волосся. Містить UV-фільтри*» (Натали 2/2020: 74), «*Для очищення використовуйте ніжне мило, крем-гелі з ефектом ліфтингу. У якості СПА-процедури виконуйте легкий масаж з олійками*» (Жінка 5/2018: 20), «*...одна з найбільш рейтингових ТВ-шоу каналу «Україна»...*» (Натали 12-1/2019/20: 32); «*Мобільний зв'язок та Інтернет, віртуальний світ і доповнена реальність, 3D-друк, робототехніка, штучний інтелекту вже породили велику кількість дотичних до них професій.*» (Жінка 2/2018: 8); «*Лідерами за кількістю і будуть надалі IT-фахівці*» (Там же: 9) и другие.

Далее рассмотрим аббревиатуры в современных чешских женских журналах. Необходимо подчеркнуть, что среди аббревиатур в современном чешском языке самыми продуктивными являются особенно инициальные сокращения (Kochová 2005: 242), которые будут описываться ниже.

Вначале дадим чешскую дефиницию упомянутых сокращений: инициальные сокращения – это «*zkratky z počátečních písmen víceslovných pojmenování psané velkými písmeny; někdy se též nazývají akronyma*» (Там же: 242). Этот вид сокращений также в чешском языке употребляется часто. В чешском языке инициальные сокращения возникают нижеследующим образом: во-первых, с помощью сокращения названий новых политических партий (после ноября 1989 года), например: *US* (Unie svobody), *ODS* (Občanská demokratická strana); а также с помощью сокращения

других названий, показывающих изменения в общественной ситуации, напр.: *ZUŠ* (základní umělecká škola), *IČO* (identifikační číslo); во-вторых, главным образом, при помощи заимствований из других языков, в основном, из английского языка (Там же: 242). Следует подчеркнуть, что произношение некоторых инициальных сокращений (помимо классического произношения по отдельным буквам) может осуществляться и по модели произношения в английском языке, т. е. имеется несколько разновидностей произношения таких инициальных сокращений, как *DVD* (dé-vé-dé и dý-ví-dý), *CD* (cé-dé иногда sí-dý) и др. Однако необходимо учесть, что у некоторых инициальных сокращений используется только одно произношение, чаще всего, английское произношение, напр.: *VIP* (ví-aj-pí), *DJ* (dýdžej) и др. (Там же: 242, 247).

Далее укажем избранные нами примеры из современных чешских женских журналов. Низжеследующие примеры можно также разделить на инициально-буквенные сокращения, напр.: *MP3* (Tina 41/2011: 28), *UV* (Blesk zdraví 1/2012: 18), *USB* (Tina 41/2011: 28), *DVD* (BLESK pro ženy 40/2011: 16), *GSM* (Svět ženy 2/2012: 71), *GPS* (Claudia 5/2012: 31), *TRX* (вид упражнения) (Moje zdraví 4/2015: 61), *UVC* (вид излучения) (Там же: 39), *SBS* (Sick Building Syndrom, т. е. синдром нездоровых зданий), *HDMI* (Claudia 5/2012: 30) («интерфейс для мультимедиа высокой четкости, позволяющий передавать цифровые видеоданные высокого разрешения и многоканальные цифровые аудиосигналы с защитой от копирования» (Цит. по <http://ru.wikipedia.org/wiki/>), и на инициально-звуковые сокращения, напр.: *RAM* (Žena a život 19/2011: 134) («один из видов памяти компьютера, позволяющий одновременно получить доступ к любой ячейке по ее адресу на чтение или запись» (Цит. по <http://ru.wikipedia.org/wiki/>), и др. Данные примеры могут использоваться как самостоятельные аббревиатуры, но также в качестве определения.

Ныне мы процитируем некоторые аббревиатуры, действующие в качестве определения, и представим их место в контексте: «...*flexibilní keramické desky, unikátní technologie Satin Ion pro zachování přirozené vlhkosti vlasů, LED displej s inteligentním procesorem, vždy 3 teplotní stupně pro 3 typy vlasů...*» (Svět ženy 1/2012: 78), «*Chytrý telefon Nokia s operačním systémem Symbian Anna nabízí rychlý procesor, GPS navigaci s bezplatnými mapovými podklady, fotoaparát s videem*» (Claudia 5/2012: 31), «*Pro MP3 přehrávače a telefony je přiložen příslušný kabel*» (Tina 41/2011: 28),

«*Je to jednoduchý přístroj, který vypadá a používá se jako hodinky. Je vybaven pokročilou GPS a GSM technologií a je určen pro přímou komunikaci mezi uživateli a operátorkou*» (Svět ženy 2/2012: 71), «*Make-up, nejlépe s UV filtrem, vytvoří ochranný štít před nebezpečným UV zářením, ale i před větrem a mrazem*» (Blesk zdraví 1/2012: 18) и другие. Сущность вышеизложенного сводится к тому, что аббревиатуры, главным образом, инициальные сокращения, в современном чешском языке употребляются довольно часто.

Инициальные сокращения активно используются при образовании новых слов, подвергающихся анализу в данной работе. Указанные сокращения могут образоваться, во-первых, посредством деривации, во-вторых, посредством композиции, в-третьих, посредством позиции определения (имена прилагательного несклоняемого) (Kochová 2005: 243).

Сначала уделим внимание первому способу образования упомянутых сокращений, т. е. деривации (словопроизводству). С помощью данного способа образуется обилие неологизмов (часто разговорного типа), например, от инициального сокращения SMS было образовано существительное *esemeska*, а от данного слова возникли следующие слова: *esemeskář* (человек, пишущий и посылающий короткие сообщения), *esemeskový*, *esemeskovat* (посылать короткие сообщения); или от инициального сокращения PC (компьютер) были образованы слова такие, как *pécečko / písíčko* (компьютер), а от этих существительных возникли следующие слова: *pécečkový / písíčkový*, *pécečkářský / písíčkářský* (компьютерный), *pécečkář / písíčkář* (пользователь компьютера) и многие другие (Там же: 243). Следует подчеркнуть, что в исследованных нами современных русских, украинских и чешских женских журналах примеры аббревиатур, образованных посредством деривации не были найдены.

При втором способе, а именно, композиции (комбинация разных компонентов) в современном чешском языке самыми продуктивными словообразовательными средствами можно считать следующие: *mini-* (очень маленький), *-man* (прибор; любитель), *-téma* (сборник) и др. Автор П. Кохова для сопоставления дает следующие примеры: *mini-PC* (карманный компьютер), *MP3-man*, *DVD-téma* и т. д. (Там же: 244–245). Необходимо заметить, что в

проанализированных нами текстах примеры аббревиатур, образованные посредством композиции, также не были найдены.

Иследуя третий способ, а именно, аббревиатуры в качестве позиции определения (имени прилагательного несклоняемого), П. Кохова отмечает, что инициальные сокращения, используемые первоначально как имена существительные, начинают использоваться в качестве несклоняемых имен прилагательных, напр.: *PC (PC stolek)*, *CD (CD přehávač)*; *VIP (VIP hosté)*, *DVD (DVD film)* и др. Далее следует сделать акцент на то, что в современном чешском языке существуют также неологизмы, не имеющие однозначного морфологического статуса, т. е. некоторые образования не имеют единой, устойчивой формы написания, например: *SMS zpráva* и *SMS-zpráva*, *CD disk* и *CD-disk*; *DVD přehrávač* и *DVD-přehrávač* и др. (Там же: 243 – 247). В рамках третьего способа образования инициальных сокращений в текстах указанных женских журналов находится большое количество примеров, а именно, в русских журналах (напр., *GPS-навигатор* (Похудей 3/2015: 20), *спа-программа* (Там же: 35), *СС крем* (Караван историй 6/2016: 59), *УФ-лампа* (Женские советы. Самая 3/2013: 131), *ЛОП-специалист* (Женские советы. Самая 2/2019: 7) и многие другие), в украинских женских журналах (напр., *СПА-процедури* (Жінка 5/2018: 20), *ТВ-експерт* (Натали 12-1/2019/20: 78), *UV-фільтр* (Натали 2/2020: 74), *LED-гірлянда* (Жінка 5/2018: 33), *3D-дизайнер* (Жінка 2/2018: 8) и др.), а в чешских женских журналах (напр., *LED displej* (Svět ženy 1/2012: 78), *GSM technologie* (Svět ženy 2/2012: 71), *efekt 3D* (Katka 41/2011: 22), *HD rozlišení* (Claudia 5/2012: 30), *HDMI konektory* (Там же), *GPS navigace* (Там же: 31), *VIP kámoši* (Glanc 6/2019: 22), *HD make-up* (Svět ženy 9/2015: 75), *BB krém* (Vlasta 37/2015: 22), *GPS hodinky* (Moje zdraví 4/2015: 39) и т. п.). Ср.: «Если есть возможность, отправляйтесь на **спа-программу** в салон красоты» (Похудей 3/2015: 35), «В ряде экземпляров даже встроен **GPS-навигатор**: с ним профессионалы могут следить за тем, не сошли ли они с трассы и сколько километров по пересеченной местности преодолели» (Там же: 20), «Ідеальний, щоб відзначити справді особливу подію, варіант - оповиті **LED-гірляндами** дерева й куші, які додадуть саду декоративності й атмосферності» (Жінка 5/2018: 33), «На арену виходять такі професії як **IT-медик**, **віотехнолог**, **3D-дизайнер**» (Жінка 2/2018: 8), «Tenká televize s úhlopříčkou 80 cm disponuje 4 **HDMI konektory**, dvojicí

integrovaných tunerů pro digitální pozemní a kabelový příjem programů v HD rozlišení a USB vstupem» (Claudia 5/2012: 30), «*Efekt 3D...Díky harmonické kombinaci 3 odstínů vykouzlila Monika Novotná velmi plastický účes»* (Katka 41/2011: 22).

Обобщая изученные русские, украинские и чешские примеры, можно сделать вывод, что большое количество аббревиатур используется во всех современных женских журналах (напр., *SPA, UV, VIP, DVD, MP3...*), однако, в русских журналах существуют и другие аббревиатуры, такие как *ГМО, БАД, ДМС; SOS-средство, hr-менеджер, смс-полотно* и т. п. В украинских журналах используются такие аббревиатуры, как *КВР, СТБ, УПА, PEG, HDR-проектор, IT-фахівець, UV-фільтр*, а в чешских журналах находятся следующие аббревиатуры: *RAM, GPS, HDMI; MP3 přehrávač, GSM technologie, LED displej* и т. п.

Таким образом, в современных русских, украинских и чешских женских журналах преобладают инициально-буквенные сокращения, а также используется обилие аббревиатур, заимствованных из английского языка, в основном из сферы компьютерной и мобильной техники, но также из сферы косметологии, так как здесь постоянно возникают новые технологии и их продукты. Кроме того, большинство инициальных сокращений часто появляется в текстах современных женских журналов в качестве определения.

7 ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью данной диссертации было выявить, описать и проанализировать новый словарный запас современных русского, украинского и чешского языков на материале избранных женских журналов, издаваемых в России, Украине и Чехии. Для выбора журналов для анализа мы провели краткий опрос, который показал, какие современные женские журналы пользуются среди русских, украинских и чешских читательниц наибольшей популярностью. Нас интересовали не только ответы носителей данных языков, но и ответы редакторов женских журналов. Всего было проанализировано **36** русских, **22** украинских и **49** чешских женских журналов 2011-2020 годов и частично 2010 года. Нашему анализу подлежали журналы, рассчитанные на массовую дистрибуцию, например, следующие женские журналы на русском языке: «Все для женщины», «Женские секреты», «Лиза. Добрые советы» и т. п.; затем женские журналы на украинском языке: «Життя і жінка», «Натали», «Жінка» и др.; а также женские журналы на чешском языке: *Katka*, *Vlasta*, *Žena a život* и многие другие.

После выбора источников для извлечения нового словарного запаса мы приступили к изучению теоретических вопросов, связанных с целью диссертации. Для определения стиля женских журналов мы изучили основные понятия русской, украинской и чешской стилистики, рассмотрели особенности текстов женских журналов, а также дали характеристику публицистического стиля, к которому статьи женских журналов относятся.

Затем мы кратко описали основные процессы, происходящие в данных языках, подчеркнув, что новая лексика стала самой заметной чертой развития современного русского, украинского и чешского языков. Далее мы уделили внимание характеристике русской, украинской и чешской *неологии* и *неографии*, описали понятие *неологизм*. Из множества определений мы выбрали дефиницию неологизма В. М. Мокиенко, который относит к «неологизмам не только новые слова и фразеологизмы, но и слова и словосочетания с новыми значениями, которые появились в языке в результате заимствования, калькирования, словосложения и т. п., переноса значения (метафора и метонимия), расширения или сужения значения»

(Мокиенко 2003: 11). К неологизмам обычно относят слова, не зафиксированные в словарях. Однако мы относим к неологизмам также выражения, которые могут быть зафиксированы в отдельных словарях, но только в словарях новых слов или в орфографических словарях, но они не зафиксированы в толковых или других словарях (напр., словарях синонимов, антонимов и др.), что свидетельствует о том, что данные слова и выражения еще не вошли в общепотребительный язык. Неологизмами мы считаем также слова, пережившие ревитализацию, т.е. слова, использовавшиеся в прошлом, затем забытые, а теперь снова употребляющиеся.

Далее мы описали принципы составления словарей новых слов и значений, разработанные Н. З. Котеловой и продолжаемые Институтом лингвистических исследований РАН (Санкт-Петербург). В соответствии с этими принципами лексикографической обработки новой лексики мы построили и наш Словарь новых слов и выражений по материалам современных женских журналов (РУЧЖЖ), который находится в Приложении к данной работе и включает в себя более 840 русских новых слов и их украинские и чешские эквиваленты, всего более чем 2500 единиц.

Для написания практической части мы изучили тексты русских, украинских и чешских женских журналов за 2011-2020 гг. и частично за 2010 год, выписали из них новые слова, выражения и фразеологизмы, далее проверили наличие или отсутствие этих единиц в толковых и орфографических словарях, в словарях новых слов, в словарях синонимов и т.д. В итоге мы извлекли около **840** новых слов и словосочетаний из русских женских журналов, около **340** новых лексем из украинских журналов и около **500** новых единиц из чешских журналов, а из журнала «Cosmopolitan», издаваемого на русском, украинском и чешском языках – **227** новых единиц. Таким образом, база данных для данного диссертационного исследования составила около **1900** новых лексем. Преимущественное количество новой лексики, выписанной из русских женских журналов, объясняется большим количеством страниц в русских журналах, поэтому общий текст прочитанного материала больше.

Весь собранный материал мы классифицировали, выделив ряд наиболее крупных тематических групп (напр., мода, спорт, наименование блюд и продуктов, косметология и здоровый стиль жизни, наименования лиц и т. п.), ср. таблицу:

Журналы	Слова и словосочетания из области								
	наименования лиц	спорт	мода	косметология	наименования блюд и продуктов	Cosmo	аббревиатуры	комп. и моб. тех.	др.
рус.	86	34	142	276	120	115	44	25	153
укр.	45	8	112	72	28	23	22	17	62
чеш.	61	50	115	110	89	60	25	10	78

Таблица показывает, что в современных русских женских журналах преобладают в значительной мере новые слова и словосочетания из области косметологии и здорового стиля жизни, затем идут слова и словосочетания из области моды, далее слова и словосочетания из области наименований блюд и продуктов, затем слова из области наименований лиц, далее следуют аббревиатуры, слова и словосочетания из области спорта, а также несколько слов из области компьютерной и мобильной техники и слова и словосочетания из других областей. Это свидетельствует о том, что наиболее активная неологизация касается прежде всего сферы косметологии и здорового стиля жизни, области моды, наименований блюд и продуктов, затем следует группа наименований лиц.

В современных украинских женских журналах нам повстречалось наибольшее количество новых лексем из области моды, далее слова и словосочетания из области косметологии и здорового стиля жизни, затем идут слова из области наименований лиц, далее слова и словосочетания из области наименований блюд и продуктов, затем следуют аббревиатуры, а также несколько слов и словосочетаний из области компьютерной и мобильной техники и лексемы из других областей.

В современных чешских женских журналах новые лексемы из области моды немного превышают количество новых лексем из области косметологии и здорового стиля жизни, затем находятся новые слова и словосочетания из области наименований блюд и продуктов, далее идут слова из области наименований лиц, затем следуют слова и словосочетания из области спорта, далее идут аббревиатуры, а потом слова из компьютерной и мобильной техники и лексемы из других областей.

Тексты женских журналов изобилуют новыми аббревиатурами, поэтому мы сочли целесообразным описать и эту группу. Отдельный раздел был также посвящен новому словарному запасу в журнале «Cosmopolitan», издаваемом на русском, украинском и чешском языках, поскольку данный журнал относится к наиболее читаемым журналам среди женщин всего мира.

Новые наименования относятся к следующим основным типам: прямые заимствования; кальки; новые слова, образованные суффиксальным и префиксально-суффиксальным способом, а также семантические неологизмы (*pařan* – игрок компьютерных игр). Анализ новой лексики в рамках каждой из выделенных тематических групп выявил некоторые особенности, которые заставили нас подходить к материалу отдельных групп иногда по-разному. Мы старались показать не только способы образования новых слов, но и прокомментировать некоторые проблемы, касающиеся функционирования данных лексем в языке. Например, в тематической группе новых наименований лиц женского рода мы отметили несостоятельность утверждений некоторых лингвистов о устаревании дефисных субстантивно-субстантивных конструкций типа *женщина-врач* или *жінка-юрист* (однословные наименования возможны лишь в разговорном стиле речи или просторечии: *директорша, врачиха*). Для чешского языка такие образования нехарактерны, благодаря традиционному «*řechylování*» там регулярно образуются новые однословные лексемы: *megalomanka, rapperka, youtuberka, designérka* и т. д.

В тематической группе новых наименований из области моды мы подчеркнули активность данных дефисных конструкций в русском и украинском языках, в которых может использоваться слово в оригинальном написании, ср. рус.: *wow-эффект, wish-лист, fashion-редактор*; укр.: *beauty-путуал, wow-ефект, hair-тренд* и др. В этой группе значительное место занимают также гибридные слова, имеющие иноязычный корень, напр.: *рейтинговый, SMS-ка, стайлинговые* (средства) и др. Такие лексемы характерны и для чешского языка, ср.: *unisexový* (*kousek*), *streetový, shoppovat, swapovat* и др. В данной группе были также выделены устойчивые словосочетания, напр. рус.: *подбитый ветром, быть в прикиде, быть IN, быть COOL* и др.

Особое место занимают новые наименования блюд и напитков. Эта группа изобилует иноязычными заимствованиями, среди которых преобладают лексемы

итальянского и французского происхождения, только после них следуют заимствования из английского языка. Нужно, однако, отметить, что итальянские и французские наименования были первоначально заимствованы в английский язык (его американский вариант), а только потом через посредство английского языка попали в славянские языки. Спектр языков заимствований довольно широк: кроме названных языков, это также испанский, греческий, немецкий, вьетнамский, японский, венгерский языки и язык хинди, причем в русском языке обнаружено больше заимствований из итальянского и французского, в украинском – из английского и французского языков, а в чешском языке – из итальянского языка.

Итак, наш анализ показал, что тексты современных русских, украинских и чешских женских журналов являются очень интересным и ярким материалом, отражающим новые процессы в современных языках и содержащим многие новые элементы, до сих пор не зафиксированные словарями, поэтому они были достойны особого исследования. Мы осознаем, что в рамках одной диссертации невозможно описать все новые явления в русском, украинском и чешском языках, но надеемся, что проанализированный нами словарный запас поможет освоить актуальную лексику не только студентам-филологам, преподавателям современного русского, украинского и чешского языков, ученым, переводчикам, но и туристам, предпринимателям и широкой общественности. Мы намерены продолжить работу над словарем новой лексики (на материале женских журналов данных языков) с целью создать трехязычный словарь, в который будет входить не только толкование нового слова на русском языке, но и иллюстрации к функционированию данного слова в контексте.

8 RESUMÉ

Jedním z dominantních rysů ve vývoji současného ruského, ukrajinského a českého jazyka je jejich aktivní neologizace. Během několika posledních desetiletí se nová slova a slovní spojení, zejména nové cizojazyčné přejímky, staly nedílnou součástí těchto jazyků. Je to dáno především rozšiřováním mezinárodních vztahů, globalizací, rozvojem ekonomiky a kultury, vznikem nových výrobků, služeb, sportů, jídel atd. Používání neologismů se stalo i jakousi módou, která se projevuje i v současných ženských časopisech, na jejichž slovní zásobu se v této práci zaměřujeme.

Pro výběr tématu Nová slovní zásoba v současných ruských, ukrajinských a českých ženských časopisech jsme se rozhodli proto, že podle našeho názoru toto téma ještě neprošlo podrobnějším srovnávacím výzkumem a vyžaduje hlubší analýzu, protože slovní zásoba textů současných ženských časopisů je důležitým materiálem pro zkoumání nové slovní zásoby a vývojových tendencí uvedených jazyků.

Cílem práce je přiblížit novou slovní zásobu v současných ruských, ukrajinských a českých ženských časopisech a analyzovat ji. V naší práci se zabýváme neologismy excerpovanými z textů ženských časopisů z let 2011-2020, částečně z roku 2010. Celkem bylo prostudováno kolem 107 výtisků časopisů: asi 36 ruských, 22 ukrajinských a 49 českých současných ženských časopisů (celkem asi 10 000 stran) a také několik výtisků časopisu *Cosmopolitan*, který je vydáván ve všech třech zkoumaných jazycích.

Časopisy jsme vybírali na základě preferencí čtenářů (podle průzkumu mezi čtenářkami v Rusku, na Ukrajině a v České republice) a také na základě preferencí vydavatelů těchto časopisů. Naše studie zahrnovala časopisy, které byly určeny pro masovou distribuci, například tyto ženské časopisy v ruštině: «Все для женщины», «Женские секреты», «Лиза. Добрые советы» atd.; pak časopisy pro ženy v ukrajinštině: «Натали», «Жінка», «Життя і жінка» atd.; a také ženské časopisy v češtině: *Vlasta*, *Žena a život*, *Katka* a další.

Po výběru zdrojů pro excerpci nové slovní zásoby jsme začali studovat teoretické otázky související s účelem disertační práce.

V práci jsou použity teoretické a empirické výzkumné metody: popisná metoda, metoda analýzy a syntézy, metoda srovnávací analýzy (slovní zásoba v současných

ruských, ukrajinských a českých ženských časopisech), kvantitativní a statistická metoda atd.

Práce se skládá z úvodu, pěti částí, závěru a přílohy, která obsahuje Slovníček nových slov (na materiálu ruských, ukrajinských a českých ženských časopisů za roky 2011-2020 a částečně za rok 2010).

V první části naší práce je popsána ruská, ukrajinská a česká stylistika jako věda a přístupy k ní ve všech třech zemích. Podrobněji byl rozebrán publicistický styl jako styl charakteristický pro texty ženských časopisů. Poté byly popsány jednotlivé funkce charakteristické pro daný styl. Jednalo se o takové funkce jako získávací, informativní, komunikativní, estetická, vzdělávací. Zvláště důležitá byla funkce získávací, jelikož prostřednictvím textů novináři nebo redaktori dokáží zapůsobit na čtenářky. Nejčastěji se jedná o nabídky různých druhů účesů, líčení, sportů, receptů, služeb (odborné poradenství v nejrůznějších oblastech života), zboží (kosmetika, oblečení, nábytek atd.). Všechny tyto nabídky jsou doplněny velkým množstvím fotografií, popisem vlastních, především kladných zkušeností redaktorek, novinářek či čtenářek a vyjádřením spokojenosti některých známých osobností.

V další části je pozornost věnována podrobné charakteristice ženských časopisů, jejich funkcím a jsou zde uvedeny i úryvky z textů současných ruských, ukrajinských a českých ženských časopisů. Jsou zde popsány typické rysy jazyka ženských časopisů a jsou uvedeny ilustrační texty z těchto časopisů. Nejtypičtějším rysem textů ženských časopisů je, že i když se redaktori nebo žurnalisté obracejí na imaginárního čtenáře, v našem případě většinou čtenářky, snaží se vyvolat dojem, že oslovují právě jednu konkrétní ženu, takže u mnoha žen vzniká pocit, že oslovují právě ji a že určitý článek je věnován přímo její osobě. Některé ženy si ani nemusí uvědomovat tento tlak ze strany novinářů a redaktorů, jelikož působí především na jejich podvědomí, a to prostřednictvím textů nebo ilustrací v uváděných časopisech. Nejčastější způsob sugestivního oslovení čtenářky probíhá použitím osobního zájmena v jednotném či množném čísle (*pro Tebe...*, *pro Vás* apod.), ale také pomocí rozkazovacího způsobu (*Vyber si...*, *Vyzkoušejte...*, *Kupte si...*, *Zhubněte...* apod.). Důležitou roli v textech těchto časopisů hraje také dialogičnost, tj. novináři nebo redaktori se snaží navázat se čtenářkami přímou i nepřímou komunikací. Texty ženských časopisů na první pohled vycházejí čtenářkám co nejvíce vstříc a jsou tady jen pro ně.

V další části naší práce jsme stručně popsali hlavní procesy probíhající v ruském, ukrajinském a českém jazyce, přičemž jsme zdůraznili, že nová slovní zásoba se stala nejvýraznějším rysem vývoje současné ruštiny, ukrajinštiny a češtiny. Dále jsme se věnovali charakteristice ruské, ukrajinské a české neologie a neografie, popsali jsme pojem *neologismus* z pohledu různých lingvistů. A také jsme zdůraznili, jak chápeme pojem neologismus my a která slova a slovní spojení lze mezi ně zařadit. Také jsme popsali, jaké druhy neologismů existují a uvedli k nim příklady.

Další část je věnována problematice tvoření rusko-ukrajinsko-českého slovníčku (Slovník RUČŽŽ), časovému vymezení materiálu, vlastnostem charakteristiky slov a významů, obtížnostem při výběru slov a jejich charakteristikám, charakteru novosti excerpovaných jednotek atp. V rámci této problematiky jsme popsali principy tvoření slovníků nových slov a významů, které započala N. Z. Kotelova a ve kterém pokračoval Ústav lingvistických studií Ruské akademie věd (Petrohrad). V souladu s těmito zásadami lexikografického zpracování nové slovní zásoby jsme vytvořili i náš Slovníček nových slov a výrazů ze současných ženských časopisů (Slovník RUČŽŽ), který se nachází v příloze této práce a obsahuje 840 nových ruských slov a jejich ukrajinských a českých ekvivalentů, celkem více než 2500 jednotek.

Pro napsání praktické části jsme prostudovali texty ruských, ukrajinských a českých ženských časopisů za roky 2011-2020 a částečně za rok 2010, z nich jsme excerpovali nová slova, slovní spojení a frazeologismy, dále jsme kontrolovali přítomnost či nepřítomnost těchto lexikálních jednotek ve výkladových a pravopisných slovnících, ve slovnících nových slov, ve slovnících synonym atd. Celkem jsme excerpovali asi 840 nových slov a slovních spojení z ruských ženských časopisů, asi 340 nových slov a slovních spojení z ukrajinských časopisů a asi 500 nových slov a slovních spojení z českých časopisů a 227 nových lexémů z časopisů *Cosmopolitan*, vycházejících v ruštině, ukrajinštině a češtině. Tudiž databázi pro tento disertační výzkum tvoří kolem 1900 nových lexémů. Převažující množství nové slovní zásoby excerpované z ruských ženských časopisů se vysvětluje velkým počtem stránek v ruských časopisech, takže celkový text přečteného materiálu je větší.

Veškerý shromážděný materiál jsme klasifikovali podle největších tematických skupin (například móda, kosmetologie a zdravý životní styl, názvy osob, sport, názvy jídel a potravin atd.). Naše analýza ukázala, že v těchto časopisech bylo nalezeno největší

množství nových slov a výrazů v textech z oblasti kosmetologie a zdravého životního stylu, dále z oblasti módy, dále z oblasti názvů jídel a potravin, významné místo zaujímají také nová pojmenování osob, pak následují nové názvy sportů. V textech ženských časopisů se objevuje množství nových zkratek, proto jsme považovali za vhodné popsat i tuto skupinu. Samostatná část byla věnována také nové slovní zásobě v časopise *Cosmopolitan*, vydávaném v ruštině, ukrajinštině a češtině, neboť tento časopis je jedním z nejčtenějších časopisů mezi ženami na celém světě.

Nové názvy patří k těmto základním typům: přímé přejímky; kalky; nová slova vzniklá prostřednictvím slovo tvorby (přípony, předpony a přípony) a také sémantické neologismy (*pařan* – hráč počítačových her). Analýza nové slovní zásoby v každé z vybraných tematických skupin odhalila některé rysy, které nás přiměly přistupovat ke zkoumanému materiálu občas odlišným způsobem. Snažili jsme se ukázat nejen způsoby tvoření nových slov, ale také komentovat některé problémy související s fungováním těchto lexémů v jazyce. Například v tematické skupině nových pojmenování ženských osob jsme zaznamenali nejednotnost výroků některých lingvistů o zastaralosti analytických konstrukcí, jako např. *женищина-врач* nebo *жінка-юрист* (jednoslovné názvy jsou možné pouze v hovorovém stylu řeči, např.: *директорша, врачиха*). Ale pro češtinu dvouslovné útvary nejsou typické, díky tradičnímu přechylování se zde pravidelně tvoří nové jednoslovné lexémy: *megalomanka, rapperka, youtuberka, designérka* aj.

V tematické skupině nových názvů z oblasti módy jsme zdůraznili hojnost těchto analytických konstrukcí v ruštině a ukrajinštině, ve kterých lze použít také slovo v původní podobě (latince), srov. ruština: *wow-эффект, wish-лист, fashion-редактор*; ukrajinština: *beauty-ритуал, wow-ефект, hair-тренд* aj. V této skupině zaujímají významné místo také hybridní slova, která mají cizí kořen, například: *рейтинговий, SMS-ка, стайлинговіе* (средства) aj. Takové lexémy jsou charakteristické i pro češtinu, srov.: *unisexový* (kousek), *streetový, shoppovat* aj. V této skupině byla zvýrazněna například i ustálená slovní spojení, např. ruština: *подбитый ветром, быть в прикиде, быть IN, быть COOL* aj.

Osobité místo zaujímají nové názvy jídel a nápojů. V této skupině je velmi mnoho cizojazyčných přejímek, mezi nimiž převažují lexémy italského a francouzského původu, teprve po nich přicházejí přejímky z anglického jazyka. Je však třeba poznamenat, že italské a francouzské názvy byly původně vypůjčeny do angličtiny (její americké verze) a

teprve poté se zřejmě prostřednictvím angličtiny dostaly do slovanských jazyků. Škála cizojazyčných přejímek je poměrně široká: kromě přejímek ze jmenovaných jazyků jsou to také přejímky ze španělštiny, řečtiny, němčiny, vietnamštiny, japonštiny, maďarštiny a hindštiny, přičemž bylo nalezeno více přejímek z italštiny a francouzštiny v ruštině, v ukrajinštině se vyskytuje více přejímek z angličtiny a francouzštiny, a v češtině – z italštiny.

Naše analýza tedy ukázala, že texty současných ruských, ukrajinských a českých ženských časopisů jsou velmi zajímavým a pestrým materiálem, který odráží nové procesy v současných jazycích a obsahuje mnoho nových prvků, které dosud nebyly zaznamenány ve slovnících, takže byly vhodné pro specifický výzkum. Jsme si vědomi toho, že v rámci jedné disertační práce nelze popsat všechny nové jevy v ruštině, ukrajinštině a češtině, ale doufáme, že námi analyzovaná slovní zásoba přiblíží současnou slovní zásobu nejen studentům filologie, učitelům současného ruského, ukrajinského a českého jazyka, vědcům, překladatelům, ale také turistům, podnikatelům a široké veřejnosti. Máme v úmyslu pokračovat v práci na slovníku nové slovní zásoby (vycházející z ženských časopisů v těchto jazycích), abychom vytvořili trojjazyčný slovník, který bude obsahovat nejen výklad nového slova nebo významu v ruštině, ale i ukázky fungování tohoto slova v úryvcích textů z uvedených časopisů.

9 SUMMARY

One of the dominant features in the development of contemporary Russian, Ukrainian and Czech is their active neologisation. Over the last few decades, new words and phrases, especially new foreign language adoptions, have become an integral part of these languages. This is mainly due to the expansion of international relations, globalisation, the development of economy and culture, the emergence of new products, services, sports, food, etc. The use of neologism has also become a kind of fashion, which is also evident in contemporary women's magazines, whose vocabulary is the focus of this thesis.

We have chosen the topic New Wordage in Contemporary Russian, Ukrainian and Czech Women's Magazines because, in our opinion, this topic has not yet undergone detailed comparative research and requires more in-depth analysis since the vocabulary of texts of contemporary women's magazines is an important material for the study of new vocabulary and development tendencies of these languages.

The aim of this thesis is to present and analyse the new vocabulary in contemporary Russian, Ukrainian and Czech women's magazines. In our work, we consider neologisms excerpted from the texts of women's magazines from 2011-2020, partly from 2010. In total, about 107 copies of the magazines were studied: about 36 Russian, 22 Ukrainian and 49 Czech contemporary women's magazines (about 10,000 pages in total), as well as several copies of Cosmopolitan magazine, which is published in all three languages studied.

The magazines were selected based on readers' preferences (according to a survey of female readers in Russia, Ukraine and the Czech Republic) and the preferences of the publishers of these magazines. Our study included magazines that were intended for mass distribution, such as the following women's magazines in Russian: «Все для женщины», «Женские секреты», «Лиза. Добрые советы», etc.; then women's magazines in Ukrainian: «Натали», «Жінка», «Життя і жінка», etc.; and women's magazines in Czech: *Vlasta*, *Žena a život*, *Katka* and others.

After selecting the sources for excerpting the new vocabulary, we began to study the theoretical issues related to the purpose of the dissertation thesis.

The theoretical and empirical research methods are used in the thesis: descriptive method, method of analysis and synthesis, method of comparative analysis (vocabulary in contemporary Russian, Ukrainian and Czech women's magazines), quantitative and statistical method, etc.

The thesis consists of an introduction, five parts, a conclusion and an appendix which includes a glossary of new words (on the material of Russian, Ukrainian and Czech women's magazines for 2011-2020 and partly for 2010).

The first part of our work describes Russian, Ukrainian and Czech stylistics as a science and approaches in all the countries. The journalistic style as a style characteristic for the texts of women's magazines was analysed in detail. Then the individual features characteristic of the style were described. These were such functions as retrieval, informative, communicative, aesthetic, and educational. Especially important was the retrieval function since it is through texts that journalists or editors are able to impress female readers. Most often, these are offers of various types of hairstyles, make-up, sports, recipes, services (expert advice in various areas of life), and goods (cosmetics, clothing, furniture, etc.). All of these offers are accompanied by a large number of photographs, descriptions of the editors', journalists' or readers' own, mainly positive experiences and expressions of satisfaction from some well-known personalities.

In the next section, attention is paid to the detailed characteristics of women's magazines, their functions and excerpts from the texts of contemporary Russian, Ukrainian and Czech women's magazines are included. Typical features of the language of women's magazines are described, and illustrative texts from these magazines are provided. The most typical feature of the texts of women's magazines is that even when editors or journalists address an imaginary reader, in this case mostly female readers, they try to give the impression that they are addressing one particular woman so that many women feel that they are addressing her and that a particular article is dedicated to her. Some women may not even be aware of this pressure from journalists and editors, as it is primarily acting on their subconscious through the texts or illustrations in the magazines featured. The most common way of suggestively addressing female readers is by using the singular or plural personal pronoun (*for you...*, etc.), but also by using the imperative form (*Choose...*, *Try...*, *Buy...*, *Lose weight...*, etc.). Dialogicity also plays an important role in the texts of these magazines, i.e. the journalists or editors try to establish direct and indirect

communication with the readers. At first glance, the texts of women's magazines are as reader-friendly as possible and are there for the readers.

In the next section of our thesis, we briefly describe the main processes in Russian, Ukrainian and Czech, emphasizing that the new vocabulary has become the most prominent feature of contemporary Russian, Ukrainian and Czech development. We also discussed the characteristics of Russian, Ukrainian and Czech neology and neography and described the concept of *neologism* from the point of view of different linguists. And we also emphasized how we understand the concept of neologism and which words and phrases can be included among them. We also described what kinds of neologisms exist and gave examples of them.

The next part deals with the problems of the formation of the Russian-Ukrainian-Czech dictionary (Dictionary RUČŽŽ), the time limitation of the material, the characteristics of the words and meanings, the difficulties in the selection of words and their characteristics, the nature of the novelty of the extracted units, etc. In the framework of this issue, we have described the principles of creating dictionaries of new words and meaning, which were started by N. Z. Kotelova and continued by the Institute of Linguistic Studies of the Russian Academy of Sciences (St. Petersburg). In accordance with these principles of lexicographic processing of new vocabulary, we have also created our Dictionary of New Words and Expressions from Contemporary Women's Magazines (Dictionary RUČŽŽ), which is included in the appendix to this thesis and contains 840 new Russian words and their Ukrainian and Czech equivalents, in total more than 2500 units.

To write the practical part, we studied the texts of Russian, Ukrainian and Czech women's magazines for the years 2011-2020 and partly for the year 2010; we excerpted new words, phrases and phraseologisms from them, and we also checked the presence or absence of these lexical units in explanatory and spelling dictionaries, in dictionaries of new words, in dictionaries of synonyms, etc. In total, we excerpted about 840 new words and phrases from Russian women's magazines, about 340 new words and phrases from Ukrainian magazines, and about 500 new words and phrases from Czech magazines, and 227 new lexemes from Cosmopolitan magazines published in Russian, Ukrainian and Czech. Thus, the database for this dissertation research consists of about 1900 new lexemes.

All the collected material was classified according to the largest thematic groups (e.g. fashion, cosmetology and healthy lifestyle, names of people, sports, names of food and foodstuffs, etc.). Our analysis showed that the largest number of new words and expressions found in these magazines were in cosmetology and healthy lifestyle, followed by fashion, then food and food names, with the new names of people also occupying a significant place, followed by new names of sports. A number of new abbreviations appear in women's magazine texts, so we found it appropriate to describe this group as well. A separate section was also devoted to new vocabulary in Cosmopolitan magazine, published in Russian, Ukrainian and Czech, as this magazine is one of the most widely read magazines among women worldwide.

The new names belong to the following basic types: direct adoptions; calques; new words created through word-formation (prefixes and suffixes), as well as semantic neologisms (*pařan* – computer game player). The analysis of the new vocabulary in each of the selected thematic groups revealed some features that made us approach the material under study in sometimes different ways. We tried to show not only the ways of forming new words, but also to comment on some problems related to the functioning of these lexemes in the language. For example, in the thematic group of new names of female persons, we noted the inconsistency of statements of some linguists about the obsolescence of analytical constructions, such as *женщина-врач* or *жінка-юрист* (one-word names are possible only in the colloquial style of speech, e.g., *директорша, врачиха*). However, two-word formations are not typical for Czech; thanks to traditional re-translations, new one-word lexemes are regularly formed here: *megalomanka, rapperka, youtuberka, designérka*, etc.

In the thematic group of new names in the field of fashion, we have emphasized the abundance of such analytical constructions in Russian and Ukrainian, in which the word in its original form (Latin alphabet) can also be used, cf. Russian: *wow-эффект, wish-лист, fashion-редактор*; Ukrainian: *beauty-путуал, wow-ефект, hair-тренд*, etc. In this group, hybrid words that have a foreign root also occupy a significant place, e.g., *рейтинговый, SMS-ка, стайлинговые* (средства), etc. Such lexemes are also characteristic of Czech, cf.: *unisexový* (kousek), *streetový, shoppovat*, etc. In this group, for example, established verbal phrases have also been highlighted, e.g. Russian: *подбитый ветром, быть в прикиде, быть IN, быть COOL*, etc.

The new names of food and drinks occupy a special place. In this group, there are numerous foreign language adoptions, among which lexemes of Italian and French origin predominated, followed by English adoptions. However, it should be noted that Italian and French names were originally borrowed into English (its American version) and only then, probably through English, did they reach the Slavic languages. The range of foreign-language adoptions is quite wide: in addition to adoptions from the languages mentioned above, there are also adoptions from Spanish, Greek, German, Vietnamese, Japanese, Hungarian and Hindi, while more adoptions from Italian and French have been found in Russian, more adoptions from English and French in Ukrainian, and from Italian in Czech.

Thus, our analysis showed that the texts of contemporary Russian, Ukrainian and Czech women's magazines are very interesting and varied material, reflecting new processes in contemporary languages and containing many new elements that have not been recorded in dictionaries so far, so they were suitable for specific research. We are aware that it is impossible to describe all the new phenomena in Russian, Ukrainian and Czech in one dissertation thesis, but we hope that the vocabulary we have analysed will bring the contemporary vocabulary closer to philology students, teachers of contemporary Russian, Ukrainian and Czech, scientists, translators, as well as tourists, people in business and the general public. We intend to continue our work on a dictionary of new vocabulary (based on women's magazines in these languages) in order to create a trilingual dictionary that will contain not only an explanation of a new word or meaning in Russian but also examples of the functioning of this word in excerpts of texts from these magazines.

10 ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. *Acta linguistica petropolitana. Труды Института лингвистических исследований.* Том II. Часть 3 / Отв. редактор Н. Н. Казанский. СПб: Наука. 2006.
2. *Acta linguistica petropolitana. Труды Института лингвистических исследований РАН.* Том VIII. Часть 3 / Отв. редактор Н. Н. Казанский. СПб: Наука. 2012. Т. VIII. Ч. 3 / Отв. ред. И. А. Малышева, Т. Н. Буцева, О. М. Карева. — 2012.
3. Александров, О.: *Номінації особи в українській мові початку ххі століття: структурно-семантичні особливості* [Электронный ресурс] / Донецький лінгвістичний портал. - 2011. — Режим доступа: <http://mova.dn.ua/studentskaskstorinka/321-----html> (дата обращения: 17.3.2021).
4. Алиаскарова, Г.Ф.: *Сравнительный анализ неологизмов в русском и немецком языках:* автореф. дисс. канд. филол. наук. - Чебоксары, 2006.
5. Антоненко-Давидович, Б.: *Як ми говоримо.* — К., 1991.
6. Архангельська, А. М.: *До проблеми словотвірної фемінізації в українській мові новітньої доби: традиція і сучасність. I* // Мовознавство.— 2013.— № 6.
7. Архангельська, А.: *Femina cognita. Українська жінка у слові й словнику* / А. Архангельська. – Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2019. (Серія «Студії з українського мовознавства»).
8. Ахманова, О. С.: *Словарь лингвистических терминов* / О.С. Ахманова. – 2-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1969.
9. Берков, В. П.: *Большой словарь крылатых слов русского языка. Около 4000 единиц* / В.П. Берков, В.М. Мокиенко, С.Г. Шулежкова. - М.: АСТ [и др.], 2000.
10. Бессонова, Л. А.: *Современные фразеологизмы как фрагмент языковой картины мира* [Электронный ресурс] / Карповские научные чтения: сб. науч. ст. Вып. 8: в 2 ч. Ч. 2 / редкол.: А. И. Головня (отв. ред.) [и др.] – Минск: «Белорусский Дом печати», 2014. – С.68-71. — Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/101146> (дата обращения 6. 9. 2015).

11. *Большой орфографический словарь русского языка : более 106 000 слов /* Под ред. С. Г. Бархударова, И. Ф. Протченко и Л. И. Скворцова. - 3-е изд., испр. и доп. - М. : Оникс [и др.], 2007.
12. *Большой толковый словарь русского языка: А-Я /* РАН. Ин-т лингв. исслед.; Сост., гл. ред. канд. филол. наук С. А. Кузнецов. — СПб.: Норинт, 1998.
13. Букчина, Б. З.: *Орфографический словарь русского языка: [свыше 100 000 слов, граммат. информация, трудные случаи] /* Б. З. Букчина, И. К. Сазонова, Л. К. Чельцова. - Изд. 6-е. - М. : АСТ-ПРЕСС, 2010.
14. Булыко, А. Н.: *Большой словарь иностранных слов : 35 тысяч слов /* А.Н. Булыко. - М. : Мартин, 2006.
15. Бусел, В. Т.: *Великий тлумачний словник сучасної української мови* (з дод., допов. та CD) / Уклад. і гол. ред. В. Т. Бусел. — К., 2007.
16. Буцева, Т. Н., Карева, О. М.: *Русская академическая неография (к 40-летию научного направления): Материалы Международной конференции.* СПб.: Изд-во «Лема», 2006.
17. Буцева, Т. Н.: *Неологическая служба русского языка //* Лексикология. лексикография и корпусная лингвистика, 2013.
18. Буцева, Т. Н.: *Иллюстрирование в словарях новых слов //* Научное наследие Б. Н. Головина в свете актуальных проблем современного языкознания (к 100-летию со дня рождения Б. Н. Головина): сборник статей по материалам Международной научной конференции. 2016.
19. Буцева, Т. Н.: *Неография и слово года /* Буцева Т. Н., Ридецкая Ю. С. // Русский язык в школе. 2018; 79(8).
20. Ваглина, Н. С., Розенталь, Д. Э, Фомина, М. И., Цапукевич, В. В.: *Современный русский язык.* Государственное издательство «Высшая школа». М., 1962.
21. Віняр, Г. М.: *Словник новотворів української мови кінця ХХ століття /* Г. М. Віняр, Л. Р. Шпачук. – Кривий Ріг, 2002. – Вип. 2.
22. Гак, В. Г.: *О современной французской неологии.* – В кн.: Новые слова и словари новых слов. Л., 1978,
23. Гладка, В. А.: *Поняття "неологізм" у світлі сучасних лінгвістичних парадигм [Електронний ресурс] /* В. А. Гладка // Наукові записки [Національного

- університету «Острозька академія»]. Сер. : Філологічна. - 2009. - Вип. 11. - С. 170-177. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nznuoaf_2009_11_30.pdf. (дата звернення: 07.12.2019).
24. Годована, М. П.: *Словник-довідник назв осіб за видом діяльності* / За ред. Л. В. Туровської. — К., 2009.
25. Голикова, К. В.: *Рекреативная функция женских глянцевого журналов* [Электронный ресурс] / Вестник Башкирск. ун-та. 2017. №4. — Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/rekreativnaya-funktsiya-zhenskih-glyantsevuyh-zhurnalov> (дата звернення: 07.12.2019).
26. Григорьева, О. Н.: *Стилистика русского языка: Учебное пособие для иностранцев*. М.: НВИ-тезаурус, 2000.
27. Грищенко, А. П., Мацько Л. І., Плющ М. Я., Тоцька Н. І., Уздиган І. М.: *Сучасна українська літературна мова*. Київ «Вища школа», 1997.
28. Дудик, П. С.: *Стилістика української мови*. - К.: Академія, 2005.
29. Єрмоленко, С. Я.: *Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів* / За ред. С. Я. Єрмоленко. — К., 2001.
30. Жуков, А. В.: *Современный фразеологический словарь русского языка: около 1600 фразеол. единиц* / А. В. Жуков, М. Е. Жукова. - М. : АСТ [и др.], 2009.
31. Ильяш, М. И., Мижевская, Г.М., Попова, В.А., Смольская, А.К., Шатух, М. Г.: *Практическая стилистика русского языка*. Киев: Издательское объединение «Вища школа», 1975.
32. Истрин, В. М.: *Работа над словарем современного русского языка академии наук* // Известия АН. Серия VI. Л., 1927.
33. *Как пользоваться словарем // Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 70-х годов*. – М.: Русский язык, 1984.
34. Карпіловська, Є. А.: *Словник афіксальних морфем української мови* / Є.А. Карпіловська. – К., 1998.
35. Карпіловська Є. А.: *Динаміка сучасної української мови в словниках нового покоління (проект серії словників нової української лексики)*. Українська мова. 2004;3:3-29.
36. Карпіловська, Є. А., Кислюк, Л. П. , Клименко, Н. Ф. , Критська, В. І. , Пуздирева, Т. К. , Романюк, Ю. В.: *Активні ресурси сучасної української*

- номінації: *Ідеографічний словник нової лексики* / Відп. ред. Є.А. Карпіловська. – К.: ТОВ «КММ», 2013.
37. Кица, М. О., Мудра, І. Н.: *Женская пресса в Украине: история, виды и перспективы* // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. 2018;2:69-77.
38. Клименко, Н. Ф., Карпіловська, Є. А., Кислюк, Л. П.: *Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі* Київ, 2008.
39. Колоїз, Ж. В.: *Тлумачно-словотвірний словник оказіоналізмів*. – Кривий Ріг, 2003.
40. Колоїз, Ж. В.: *Українська неологія: здобутки та перспективи* [Електронний ресурс] / Ж. В. Колоїз // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили]. Сер.: Філологія. Мовознавство. - 2009. - Т. 105, Вип. 92. - С. 57-62. — Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nrchdufm_2009_105_92_13.pdf. (дата обращения: 08.12.2019).
41. Коростенски, Й.: *Динамика развития русского и чешского словарного запаса*. Opera slavica III, č. 2, 1993.
42. Коростенски, И.: *Проблемы перевода некоторых русских неологизмов*. In: Rossica Ostraviensia: lingua rossica in sphaera mercaturae. Ostrava, 1993.
43. Коростенски, Й.: *Слова, которых в словаре нет*. In: Rossica Olomucensia XXXVIII (za rok 1999). Olomouc, 2000.
44. Коростенски, Й.: *Новые тенденции в развитии русского словарного запаса (сопоставление с чешским языком)*. In: Rossica Olomucensia XL (za rok 2001). Olomouc, 2002.
45. Коростенски, И.: *Русские неологизмы – тенденции их развития (сопоставление с чешским языком)*. Съпоставително езикознание, XXVIII, № 1, 2003.
46. Коростенски, И.: *Чешско-русский параллелизм в сфере иноязычных заимствований*. In: Теория и методика преподавания языков в вузе. Тезисы докладов. Международная научно-практическая конференция. Челябинск, 2003.

47. Коростенски, Й.: *К проблеме чешско-русской лексической эквивалентности (на материале иноязычных заимствований)*. (za rok 2003). Rossica Olomucensia XLII, Olomouc, 2004.
48. Коростенски, Й.: *Новое в лингвистике. Предпосылки «оборота»*. Opera slavica XVI, № 4, 2006.
49. *Корпус української мови*. [on-line]. Режим доступа: <http://www.mova.info/corpus.aspx?11=209>
50. Костомаров, В. Г.: *Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа*. М.: Педагогика-Пресс, 1994.
51. Котелова, Н. З.: *Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 60-х годов*. Под ред. Н. З. Котеловой и Ю.С.Сорокина. М.: Советская энциклопедия, 1971.
52. Котелова, Н. З.: *Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 60-х годов*. Под ред. Н. З. Котеловой. М.: Русский язык, 1978.
53. Котелова, Н. З.: *Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов. // Новые слова и словари новых слов*. Л., 1978.
54. Котелова, Н. З.: *Новое в русской лексике. Словарные материалы-77*. М.: Русский язык, 1980.
55. Котелова, Н. З.: *Проект Словарь новых слов русского языка*. Л.: Наука, 1982.
56. Котелова, Н. З.: *Теоретические аспекты лексикографического описания неологизмов. // Советская лексикография*. М., 1988.
57. Котелова, Н. З.: *Содержание и состав Словаря новых слов. // Словарь новых слов русского языка (середина 50-х – середина 80-х годов)*. Под ред. Н. З. Котеловой. СПб, 1995.
58. Котелова, Н.З.: *Избранные работы / Российская академия наук; Институт лингвистических исследований*. — СПб.: НесторИстория, 2015.
59. Крысин, Л. П.: *О некоторых изменениях в русском языке конца XX века // Исследования по славянским языкам*. — № 5. — Сеул, 2000.
60. Крысин, Л. П.: *Толковый словарь иноязычных слов*. — М., 2000.
61. Крысин, Л. П.: *О русском языке наших дней // Изменяющийся языковой мир*. — Пермь, 2002.

62. Крысин, Л. П.: *Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике.* — М.: Языки славянской культуры, 2004.
63. Крысин, Л. П.: *Языковая норма и речевая практика // Отечественные записки.* — М., 2005, № 2(23).
64. Крысин, Л. П. *Социально-лингвистические аспекты изучения современного русского языка [Текст] / Л.П. Крысин.* – М.: Наука, 2006.
65. Крысин, Л. П.: *Слово в современных текстах и словарях. Очерки о русской лексике и лексикографии.* — М.: Знак, 2008.
66. Крысин, Л. П.: *1000 новых иностранных слов / Л. П. Крысин.* - М. : АСТ-ПРЕСС, 2009.
67. Крысин, Л.П.: *Типы прагматической информации в толковом словаре // Известия РАН. Серия литературы и языка.* – 2015. – № 2.
68. Левикова, С. И.: *Большой словарь молодежного сленга: собрание более чем 10 000 слов и около 3 000 выражений, относящихся к современному молодежному сленгу / С. И. Левикова.* - М. : ФАИР-ПРЕСС, 2003.
69. Литовкина, А. А.: *Специфика неологизмов глянцевого журналов (на примере англоязычных журналов Elle, Cosmopolitan, Glamour) : Выпускная квалификационная работа / А. А. Литовкина, науч. рук. Т. М. Тимошилова.* - Белгород, 2016.
70. Лозова, Н.: *Словник нових та актуалізованих слів і значень (інструкція) // Лексикографічний бюлетень: Зб. наук. пр.* — К.: Ін-т української мови НАН України, 2009.
71. Лопатин, В. В.: *Рождение слова: Неологизмы и окказиональные образования.* – М.: Наука, 1973.
72. Мазурик, Д.: *Нове в українській лексиці. Словник-довідник.* – Львів: Світ, 2002.
73. Маринова, Е. В.: *Проблема системного описания неологической лексики современного русского языка.* In: Т. Н. Буцева – О. М. Карева (eds): *Русская академическая неогрфия (к 40-летию научного направления): Материалы Международной конференции.* СПб.: Изд-во «Лема», 2006.

74. Матвеева, Т. В.: *Полный словарь лингвистических терминов*. Ростов н/Д : Феникс, 2010.
75. Мацько, Л. У., *Стиль як основне поняття стилістики. // Українське мовознавство*.-К., 1990.
76. Мовчан, П. М., Німчук, В. В., Клічак, В. Н.: *Великий тлумачний словник сучасної української мови / Кер. вид. проекту П. М. Мовчан, В. В. Німчук, В. Н. Клічак; наук. ред. В. В. Жайворонок*. — К., 2009.
77. Мокиенко, В. М., Никитина, Т. Г.: *Большой словарь русского жаргона*. СПб., 2000.
78. Мокиенко, В. М.: *Новая русская фразеология*. Ополе: Uniwersytet Opolski – Instytut Filologii Polskiej, 2003.
79. Мокиенко, В. М.: *Лексические и фразеологические неологизмы: общее и различное*. In: Т. Н. Буцева – О. М. Карева (eds): *Русская академическая неография (к 40-летию научного направления): Материалы Международной конференции*. СПб.: Изд-во «Лема», 2006.
80. *Национальный корпус русского языка*. 2003—2022. Доступен по адресу: ruscorpora.ru
81. Нелюба, А.: *Лексико-словотвірні інновації (1983–2003)*. – Х., 2004.
82. *Неологизмы // Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В. Н. Ярцевой*. М.: Советская энциклопедия, 1990.
83. *Неология и неография: современное состояние и перспективы. (к 50-летию научного направления): Сборник научных статей / Отв. ред. Т. Н. Буцева*. Ин-т лингв. исслед. РАН. – СПб.: Нестор-История, 2016.
84. Никитченко, Н. С.: *Семантические неологизмы русского языка последних десятилетий (на материале словарей новых слов): автореф. дис.... канд. филолог. наук [Текст]*. – Л., 1985.
85. Новиков, Л. А.: *Современный русский язык. Теоретический курс. Лексикология*. М., 1987.
86. *Новое в русской лексике. Словарные материалы-1994 / Ю. Ф. Денисенко (ред.)*. СПб.: Дм. Буланин, 2006.
87. *Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 70-х годов*. – М.: Русский язык, 1984.

88. *Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века: в 3 т.* / Сост. Т. Н. Буцева, Е. А. Левашов, Ю. Ф. Денисенко, Н. Г. Стулова, Н. А. Козулина, С. Л. Гонобоблева; Отв. ред. Т. Н. Буцева. Ин-т лингвистических исследований РАН. – СПб.: ДМИТРИЙ БУЛАНИН, 2009.
89. *Новые слова и значения : словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века : в 3 т.* / [сост. Т. Н. Буцева, Е. Н. Геккина, Ю. Ф. Денисенко, О. М. Карева, А. Ю. Кожевников, Н. А. Козулина, Е. А. Левашов, С. Д. Левина, Ю. С. Ридецкая, Е. П. Снегова, Н. Г. Стулова, Е. Н. Шагалова] ; под ред. Т. Н. Буцевой (отв. ред.) и Е. А. Левашова ; Ин-т лингвистических исследований РАН. — Т. 2 : Клиент-банк – Паркетный. — СПб.: ДМИТРИЙ БУЛАНИН, 2014.
90. *Новые слова и значения : словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века : в 3 т.* / [Т. Н. Буцева, Е. Н. Геккина, Ю. Ф. Денисенко, О. М. Карева, А. Ю. Кожевников, Н. А. Козулина, Е. А. Левашов, С. Д. Левина, Ю. С. Ридецкая, Е. П. Снегова, Н. Г. Стулова, Е. Н. Шагалова] ; под ред. Т. Н. Буцевой (отв. ред.) и Е. А. Левашова ; Ин-т лингвистических исследований РАН. — Т. 3 : Паркомат – Я. — СПб. : ДМИТРИЙ БУЛАНИН, 2014.
91. *Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам).* / Авторы Э. Г. Азимов, А. Н. Щукин. / Электронная версия, «ГРАМОТА.РУ», 2010.
92. Огієнко, І. І.: Історія української літературної мови. – К.: Либідь, 1995.
93. Ожегов, С. И., Шведова, Н. Ю.: *Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений.* Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. 4-е изд., дополненное. М.: ООО «А ТЕМП», 2006.
94. Окунева, А. П.: *Словарь омонимов современного русского языка: Около 5000 слов и словосочетаний* / А. П. Окунева. - М. : Рус. яз., 2002.
95. Окунцева, Е. А., авт.-сост.: *Новейший словарь иностранных слов: около 5000 слов и словосочетаний* / [авт.-сост. Е. А. Окунцева]. - 2-е изд., испр. - М.: Айрис-пресс, 2009.

96. Олійник, Г.: *Жіноча преса в Україні: минуле і сучасність* [Електронний ресурс] / Незалежний культурологічний часопис. «И». 2003. № 27. С. 97-109. — Режим доступа: <http://www.ji.lviv.ua/n27texts/oliynyk.htm#up> (дата обращения: 07.12.2019).
97. Пилинський, М. М.: *Мовна норма і стиль*. - К.: Наукова думка, 1976.-288 с.
98. Пономарів, О. Д.: *Стилістика сучасної української мови : Підручник*. - 3-є вид., перероб. та доповн.- Тернопіль, 2000.
99. Попова, Т. В.: *Русская неология и неография: Учебное пособие*. - Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2005.
100. Поповцева, Т. Н.: *Относительные неологизмы [Текст] // Новые слова и словари новых слов*. – Л., 1990.
101. *Предисловие // Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 70-х годов*. – М.: Русский язык, 1984.
102. Радзієвська, Т. В.: *Текст як засіб комунікації*. - К.: Інс-т української мови, 1995.
103. Розенталь, Д. Э.: *Практическая стилистика русского языка*. Изд. 3-е, испр. и доп. Учеб. пособие для вузов. М., «Высш. школа», 1974.
104. Розенталь, Д. Э., Голуб, И. Б., Теленкова, М. А.: *Современный русский язык: Учеб. пособие для студентов-филологов заочного обучения*. М.: Высш. шк., 1991.
105. *Російсько-український словник* [Електронний ресурс] / За ред. акад. Кримського А.Ю., акад. Єфремова С.О. — К.: Вид-во «К.І.С.» 2007. — Режим доступа: <http://krum.linux.org.ua> (дата обращения: 09.12.2019).
106. *Російсько-український словник наукової термінології: У 3 кн.* — К., 1994—1998.
107. *Русское словесное ударение. Словарь нарицательных имён*. / Автор М. В. Зарва. / Электронная версия, «ГРАМОТА.РУ», 2001–2002.
108. Сидоренко, Н.: *Жіноча преса в Україні періоду незалежності (кількісно-якісні параметри)* [Електронний ресурс] / Образ, 2016, 2: 36-42. — Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/obraz_2016_2_7 (дата обращения: 08.12.2019)

109. Симоненко, Л. О.: *Українсько-російський словник наукової термінології* / За заг. ред. Л. О. Симоненко. — К., 2004.
110. Скляренка, В. Г.: *Український орфографічний словник* / За ред. В. Г. Скляренка. — К., 2009.
111. Скопненко, О. І., Цимба люк, Т. В.: *Сучасний словник іншомовних слів* / Укл. — К., 2006.
112. *Словарь антонимов русского языка: около 3200 антонимических пар.* / Автор М. Р. Львов. / Электронная версия, «ГРАМОТА.РУ», 2002.
113. *Словарь молодежного сленга* [Электронный ресурс] / Авт. идеи Колесникова Т., гл. ред. Кордонский М. — Режим доступа: <http://slanger.ru> (дата обращения: 09.12.2019).
114. *Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений.* / Автор Н. Абрамов. Электронная версия, «ГРАМОТА.РУ», 2002.
115. *Словник української мови. Томи 1-11 (А-ОЯСНЮВАТИ)* [Электронный ресурс] / Український мовно-інформаційний фонд НАН України, 2015 — 2022. — Режим доступа: <https://sum20ua.com/Entry/index?wordid=1&page=0> (дата обращения: 15.08.2021).
116. Смеюха, В.В.: *Отечественные женские журналы: история и типология* [Электронный ресурс] / Вопросы теории и практики журналистики. 2012. №2. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otechestvennyye-zhenskie-zhurnaly-istoriya-i-tipologiya> (дата обращения: 07.12.2019).
117. *Современный Энциклопедический словарь.* [Электронный ресурс] / Изд. «Большая Российская Энциклопедия», 1997 г. OCR Палек, 1998 г. — Режим доступа: <https://ru.pdfdrive.com/%D0%A1%D0%BE%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9-%D0%AD%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C-%D0%9C%D0%B0%D0%BB%D1%8B%D0%B9-%D0%AD%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D1%81%D0%BB%D0%BE>

%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C-d195253234.html (дата обращения: 24.04.2022)

118. Солганик, Г. Я.: *Стилистика русского языка. 10 – 11 кл.: Учеб. пособие для общеобразоват. учеб. заведений.* – 4-е изд., стереотип. М.: Дрофа, 2002.
119. Соловьев, Н. В.: *Орфографический словарь русского языка. около 130000 слов: около 400 комментариев.* М.: Астрель. АСТ. Транзиткнига, 2003.
120. Ставицька, Л. О.: *Короткий словник жаргонної лексики української мови.* – К.: Критика, 2003.
121. Степанова, Л.: *Новые процессы в современном русском языке.* In: Cizi jazyku. Praha, 1995. Č. 3-4. S. 41-42; Č. 5-6 S. 78-80.
122. Степанова, Л.: *Наблюдения над языком современных российских газет.* In: Česká slavistika 2008. / Editoři: I.Pospíšil, M.Zelenka. Brno-Praha: ACADEMICUS 2008.
123. Степанова, Л.: *Новое в русской фразеологии.* In: Jazykovědná rusistika na přelomu generací. Slavica Pragensia XL. AUC Philologica 3/2005. Praha 2009.
124. Степанова, Л.: *Изучение новой русской лексики и фразеологии.* In: Rossica Olomucensia. Vol. L, č. 1. Olomouc 2011.
125. Степанова, Л.: *Фразеологические неологизмы в прошлом и настоящем.* In: Rossica Olomucensia. Vol. L, č. 2. Olomouc 2011.
126. Стишов, О. А.: *Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації).* – К.: Видавн. центр КНЛУ, 2003.
127. Стишов, О. А.: *Динаміка лексичного складу сучасної української мови. Лексикологія. Лексикографія: навч. посіб.*— Біла Церква : «Авторитет», 2019.
128. Тараненко, О. О.: *Новий словник української мови (концепція і принципи укладання словника).* – К.; Кам'янець-Подільський, 1996.
129. Тищенко, О. М.: *Нові й актуалізовані слова та значення: словникові матеріали (2002— 2010) / Кер. проекту і відп. ред. О. М. Тищенко; авт. колектив: В. О. Балог, Н. Є. Лозова, Л. О. Тищенко, О. М. Тищенко: Рукопис.* — К., 2010.
130. Тищенко, О.: *Нові й актуалізовані слова та значення (словникові матеріали) у контексті сучасних неословників [Електронний ресурс] / О. Тищенко //*

- Українська мова. - 2011. - № 1. - С. 55-68. - Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ukrm_2011_1_7 — (дата обращения: 15.1.2020).
131. Тойтукова, А. О.: *Неологизмы в мужских и женских журналах* [Электронный ресурс] / МНКО. 2009. №7-1. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/neologizmy-v-muzhskih-i-zhenskih-zhurnalah> (дата обращения: 13.01.2022).
132. *Толковый словарь русского языка конца XX в. Языковые изменения: около 5500 слов и выражений* / [Е.Ю.Ваулина,Т.И.Гайкович,А.В.Зеленин и др.];под ред. Г.Н. Складервской; РАН.Ин-т лингвист.исслед. - СПб. : Фолио-Пресс, 1998.
133. *Толковый словарь современного русского языка начала XXI века. Актуальная лексика* / под ред. Г.Н. Складервской. - М.: Эксмо, 2008.
134. Туровська, Л. В., Василькова, Л. М.: *Нові слова та значення*. – К.: Довіра. – 2008.
135. Турчак, О. М.: *Поняття «оказіоналізм» у мовознавчій літературі та його мовленнєва реалізація в українських періодичних виданнях кінця хх століття // Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія «ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ». 2013. № 2 (6)*
136. Улуханов, И. С.: *Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация* [Текст]. – М., 1996.
137. Ушаков, Д. Н.: *Большой толковый словарь современного русского языка: 180000 слов и словосочетаний* / Д. Н. Ушаков. - М. : Альта-Принт [и др.], 2008.
138. Фадеев, С. В.: *Словарь сокращений современного русского языка: Ок.15000 сокращений* - СПб. : Политехника, 1997.
139. Філон, М. І.: *Сучасна українська мова. Лексикологія : навчальний посібник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів. У двох частинах. Частина 1* / Філон М.І., Хомік О.Є. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2010.
140. Фомина, М. И.: *Современный русский язык. Лексикология: Учебник для студентов ин-тов и фак-тов иностр. яз.* М.: «Высшая школа», 1978.

141. Фомина, М. И.: *Современный русский язык. Лексикология*. М.: «Высшая школа», 2001.
142. Химик, В. В.: Язык современной молодежи. In: *Современная русская речь: состояние и функционирование. Сборник аналитических материалов*. СПб., 2004.
143. Цагашова, О.: *Новые слова и словосочетания из области моды (на материале современных русских и чешских женских журналов)*. In *Rossica Olomoucensia*, Olomouc, Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta, 2016.
144. Чемеркін, С.: *Матеріали до словника нових слів і значень (слова з прикладкою Інтернет) // Лексикографічний бюлетень: Зб. наук. пр. / Відпов. ред. І. С. Гнатюк. — К., 2009.*
145. Шалина, Л. В.: *К вопросу о сущности неологизма в современной лингвистике* [Электронный ресурс] / Известия ПГУ им. В.Г. Белинского. 2007. №8. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-о-suschnosti-neologizma-v-sovremennoy-lingvistike> (дата обращения: 24.11.2015).
146. Шаповалова, О. А.: *Этимологический словарь русского языка: [более 4500 словарных статей]* / О. А. Шаповалова. - Изд. 5-е. - Ростов н/Д : Феникс, 2009.
147. Шитов, А.: *Словник скорочень української мови*. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://abbrs.info/>. УЖ — (дата обращения: 08.12.2019).
148. Шкапенко, Т., Хюбнер, Ф.: *Русский «тусовочный» как иностранный*. Калининград, 2003.
149. Adámková a kol.: *Studie k moderní mluvnici češtiny. 4, Dynamika českého lexika a lexikologie*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013.
150. *Akademický slovník současné češtiny* [online] (2017–2022). Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR, v. v. i. Cit. 20. 05. 2021. <<https://slovníkcestiny.cz>>.
151. Bortnowska, P.: *Дефісніє субстантивно-субстантивніє конструкції личної семантики в сучасному руському мові* [Электронный ресурс] / Wydział Neofilologii UAM w Poznaniu. Wydanie I, Poznań 2016. — Режим доступа: <http://hdl.handle.net/10593/17533> (дата обращения: 23.05.2022).

152. Cagašová, O.: *Новые наименования блюд в современных русских и чешских женских журналах*. In *Dialog kultur VII Materiály mezinárodní vědecké konference Hradec Králové - 22.-23. ledna 2013*. Hradec Králové : Garamon, s. r. o., 2014.
153. Cagašová, O.: *Новый словарный запас в журнале «Cosmopolitan», издаваемом на русском и чешском языках*. In *Rossica Olomucensia. XXII. Olomoucké dny rusistů Sborník příspěvků z mezinárodní konference 04.-06.09.2013*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2014.
154. Cagašová, O.: *Новые наименования лиц в современных русских и чешских женских журналах*. In *Kostincová, J. Dialog kultur VIII*. Hradec Králové : Gaudeamus, 2015.
155. Cagašová, O.: *Nové názvy sportů v současných ruských a českých ženských časopisech*. In *Jazyková euromosaika: místo pro divergenci / konvergenci jazyků : sborník z 14. mezinárodního setkání mladých lingvistů*. Božena Bednaříková, Denisa Jensenová, Pavlína Stůjová. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
156. Cagašová, O.: *Аббревиатуры в системе неологизмов в современных русских и чешских женских журналах*. In *Lidská zkušenost jako součást jazykové sémantiky (?) : sborník z 15. mezinárodního setkání mladých lingvistů*. Bednaříková, B. a Stůjová, P. eds.. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. 2018.
157. Čechová, M. et al.: *Současná stylistika*. Nakladatelství Lidové noviny, Praha 2008.
158. Čermák, F.: *Lexikon a sémantika*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny 2010.
159. *Český národní korpus*. [on-line]. Dostupné z www.korpus.cz
160. Čmejrková, S., Daneš, F., Kraus, J., Svobodová, I.: *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. Praha: Academia 1996.
161. Daneš, F.: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia 1997.
162. *Databáze excerpčního materiálu Neomat (2015)* [online]. Verze 3.0. Praha: Oddělení současné lexikologie a lexikografie Ústavu pro jazyk český AV ČR. Cit. 2021-05-20. <<http://neologismy.cz/>>.

163. Dobešová, D.: *Jazyk a styl editoriału v ženských časopisech*. BP. Univerzita Karlova v Praze, Pedagogická fakulta, Katedra českého jazyka. Praha 2014. 61 s. Vedoucí práce PhDr. Soňa Schneiderová, Ph.D.
164. Dobrova, M.: *Tak govornjat v ruskom Internetu: slovar'*. Pervoje izdanije. Olomouc: Universitet im. F. Palackogo v Olomouce, 2020. 403 s.
165. Dvořáček, P.: *Česko-ruský slovník nové a problémové ruštiny*. Praha: Linde Praha a. s. 1999.
166. Dvořáček, P.: *Česko-ruský slovník nových a problémových výrazů*. 2. doplněné a přepracované vydání. Praha: Linde Praha a. s. 2005.
167. Filipec, J.: *Česká synonyma z hlediska stylistiky a lexikologie: (příspěvek k poznání systému v slovní zásobě)*. Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Československé akademie věd, 1961. 383 s. Studie a práce lingvistické; sv. 5.
168. Filipec, J., Čermák, F.: *Česká lexikologie*. Praha: Academia 1985.
169. Hauser, P.: *Nauka o slovní zásobě*. Státní pedagogické nakladatelství, Praha 1980.
170. Havránek, B.: *Spisovná čeština a jazyková kultura*. Melantrich, Praha 1932.
171. Holub, J., Lyer, S.: *Stručný etymologický slovník jazyka českého se zvláštním zřetelem k slovům kulturním a cizím*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství 1978.
172. Hugo, J. a kol.: *Slovník nespisovné češtiny. Argot, slangy a obecná mluva od nejstarších dob po současnost. Historie a původ slov. 12 000 hesel*. Praha: Maxdorf 2006.
173. Chloupek, J., Minářová, E., Čechová, M., Krčmová, M.: *Současná česká stylistika*. Praha: ISV nakladatelství 2003.
174. Junková, B.: *Jazyková dynamika současné publicistiky*. Nakladatelství ARSCI, Praha 2010.
175. Kindlová, Š.: *Jazykové rozdíly ženských a mužských lifestylových časopisů na příkladu Marianne a Maxim*. BP. Technická univerzita v Liberci, Fakulta přírodovědně-humanitní a pedagogická, Katedra českého jazyka a literatury. Liberec 2015. 106 s. Vedoucí práce PhDr. Alex Röhrich, Ph.D.
176. Korostenski, J.: *Ruské neologismy k aktualizaci výuky*. Cizí jazyky 36, č. 9–10, 1993.

177. Korostenski, J.: *Slova ruského pracovního práva ve výuce ruštiny*. Cizí jazyky 38, č. 1–2, 1994.
178. Korostenski, J.: *Česká a ruská slovní zásoba (neologické aspekty)*. České Budějovice, 2007.
179. Králík a kol.: *Každý den s češtinou. Zajímavosti a zvláštnosti*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2009.
180. Krejčířová, I. et al.: *Rusko-český a česko-ruský slovník neologizmů = Russko-českij a češko-russkij slovar' neologizmov*. 2., podstatně dopl. a opr. vyd. Praha: Academia, 2004.
181. Lotko, E.: *Slovník Lingvistických Termínů Pro Filology*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 1998.
182. Lotko, E.: *Co odhaluje analýza neologizmů v dnešní češtině*. In: Srovnávací a bohemistické studie. Univerzita Palackého, Olomouc 2008.
183. Machalová, M., Vysloužilová, E., Baranova, O., Dobrovolná, T., Drápelová, A., Michníková, E. a Svašková, M.: *Česko-ruský slovník sportovní terminologie*. Olomouc : Univerzita Palackého, 2013.
184. Machalová, M., Vysloužilová, E., Cagašová, O., Dobrovolná, T., Drápelová, A., Michníková, E. a Svašková, M.: *Rusko-český slovník sportovní terminologie*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014.
185. Martincová, O.: *Problematika neologizmů v současné spisovné češtině*. Vyd. 1. Univerzita Karlova, Praha, 1983.
186. Martincová, O. a kol.: *Nová slova v češtině 1. Slovník neologizmů*. Svazek 1. Praha: Academia 1998.
187. Martincová, O. a kol.: *Nová slova v češtině 2. Slovník neologizmů*. Svazek 2. Praha: Academia 2004.
188. Martincová a kol.: Mravinacová, J., Opavská, Z., Kochová, P.: *Neologizmy v dnešní češtině*. Ústav pro jazyk český Akademie věd České republiky. Praha, 2005.
189. McQuail, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*. Portál, Praha 1999.
190. Němec, I.: *Vývojové postupy české slovní zásoby*. 1. vyd. Praha, 1968.
191. Němec, I.: *O změnách slovní zásoby*. Naše řeč, ročník 53 (1970), číslo 4-5. Palackého v Olomouci, Olomouc 2009.

192. Osvaldová, B. et al.: *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999.
193. Osvaldová, B.: *Česká média a feminismus*. 1. vyd. Praha: Libri. 2004.
194. Rangelova, A., Tichá, Z.: *Internacionalizmy v nové slovní zásobě*. Sborník příspěvků z konference Praha, 16.–18. června 2003, ÚJČ AV ČR, Praha 2003.
195. Savický, N., Šlaufová, E., Šišková R.: *Rusko-český a česko-ruský slovník neologismů*. Praha: Academia 1999.
196. Sgall, P.: *Čeština bez příkras*. Jinočany: H+H 1992.
197. Schmiedtová, V.: *Čeština, jak ji neznáte*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2010.
198. Sochová, Z., Poštolková B.: *Co v slovnících nenajdete*. Praha: Portál 1994.
199. Staněk, V.: Okazionalismy v současné české publicistice. *Naše řeč*, 2002, ročník 85, číslo 2.
200. Stěpanova, L.: *Sovremennyj russkij jazyk: prazdnik verbal'noj svobody = Současný ruský jazyk: triumf verbální svobody*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2011. 189 s. Monografie.
201. Stěpanova, L., Dobrova, M.: *Slovar' russkich neologizmov = Slovník ruských neologismů*. 1. vydání. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2018.
202. Stěpanova, L., Gajarský, L.: *Mir sovremennogo russkogo jazyka*. Vydání první. Brno: Tribun EU, 2019.
203. Suk, J.: *Několik slangových slovníků*. Praha: INVERZE 1993.
204. Šmilauer, V.: *Novočeské tvoření slov*. Vyd. 1. V Praze: Státní pedagogické nakladatelství, 1971.
205. Šroufková, M., Pleský, R., Vencovská, M.: *Rusko-český a česko-ruský slovník*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství 1987.
206. Tabery, P.: *Reprezentace různých forem rodinného a pracovního života v ženských a mužských časopisech*. In *Sociologické studie / Sociological Studies*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2007.
207. Vácha, J. ed. a kol.: *Slovník spisovného jazyka českého*. 1. vyd. Praha: Academia, 1971.
208. Večerka, R.: *Uvedení do etymologie : k pramenům slov*. Radoslav Večerka a kolektiv. Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2006.

209. Večerka, R.: *Jazyky v komparaci I: Nástin české jazykové slavistiky v mezinárodním kontextu*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2008.

11 ЖУРНАЛЫ И ИСТОЧНИКИ

Женские журналы

русские:

1. 1000 секретов и миллион советов 4/2015
2. Всё для женщины 3/2014
3. Всё для женщины 7/2017
4. Всё для женщины 34/2018
5. Всё для женщины 39/2019
6. Дарья 5/2015
7. Дарья 20/2015
8. Диетика 1/2013
9. Домашний очаг 12/2012
10. Домашний очаг 12/2018
11. Женские секреты 11/2014
12. Женские секреты 3/2015
13. Женские секреты 2-3/2020
14. Женские советы. Самая 3/2013
15. Женские советы. Самая 11/2014
16. Женские советы. Самая 3/2015
17. Женские советы. Самая 14/2015
18. Женские советы. Самая 2/2019
19. Караван историй 1/2011
20. Караван историй 6/2016
21. Караван историй 4/2017
22. Легко худеем 4/2012
23. Лиза 10/2015
24. Лиза 40/2015
25. Лиза. Добрые советы 10/2012
26. Лиза. Добрые советы 3/2015
27. Между нами женщинами 8/2015

28. ОК! 10/2015
29. Отдохни! 10/2015
30. Планета женщины 12/2010
31. Похудей 1/2013
32. Похудей 5/2013
33. Похудей 3/2015
34. Похудей 5/2018
35. Приготовь 2/2013
36. Работница 3/2018

CosmPЯ:

1. Cosmopolitan 5/2013
2. Cosmopolitan 6/2013
3. Cosmopolitan 7/2013
4. Cosmopolitan 8/2013
5. Cosmopolitan 9/2013
6. Cosmopolitan 10/2018
7. Cosmopolitan 6/2020

украинские:

1. Apriori 18/2019
2. PINK/ПИНК! 184/2019
3. Женский журнал 8/2012
4. Життя і жінка 2/2020
5. Жінка 2/2015
6. Жінка 8/2015
7. Жінка 9/2015
8. Жінка 12/2015
9. Жінка 5/2017
10. Жінка 10/2017
11. Жінка 9/2017
12. Жінка 1/2018

13. Жінка 2/2018
14. Жінка 3/2018
15. Жінка 4/2018
16. Жінка 5/2018
17. Жінка 6/2018
18. Жінка 10/2020
19. Жінка 12/2020
20. Натали 12-1/2019-2020
21. Натали 2/2020
22. Таємниці долі 1/2020

CosmУЯ:

1. Cosmopolitan 5/2012
2. Cosmopolitan 9/2014
3. Cosmopolitan 4/2016
4. Cosmopolitan 1/2020
5. Cosmopolitan 2/2020

чешские:

1. Bazar 2/2013
2. Bazar 4/2014
3. Blesk pro ženy 4/2011
4. Blesk pro ženy 37/2015
5. Blesk zdraví 1/2012
6. Claudia 5/2012
7. Claudia 6/2012
8. Dáša 41/2011
9. Dieta 2/2013
10. Fashion 9/2015
11. Glanc 3/2012
12. Glanc 1/2013
13. Glanc 4/2015

14. Glanc 6/2019
15. Chvilka pro tebe 18/2015
16. Katka 41/2011
17. Katka 16/2015
18. Katka 11/2016
19. Katka 35/2016
20. Kondice 11/2011
21. Kondice 7-8/2012
22. Kondice 11/2015
23. Květy 33/2019
24. LOOK magazine 2011/2012
25. Moje psychologie 10/2016
26. Moje zdraví 4/2015
27. OK! 11/2015
28. OK! Speciál 11/2015
29. Ona dnes 2/2014
30. Paní domu 9/2012
31. Svět ženy 1/2012
32. Svět ženy 2/2012
33. Svět ženy 11/2012
34. Svět ženy 6/2015
35. Svět ženy 9/2015
36. Svět ženy 3/2016
37. Tina 41/2011
38. Tina 37/2015
39. Vlasta 22/2013
40. Vlasta 24/2015
41. Vlasta 37/2015
42. Zdraví 1/2013
43. Žena a život 19/2011
44. Žena a život 22/2011
45. Žena a život 23/2011

46. Žena a život 24/2011
47. Žena a život 18/2012
48. Žena a život 18/2015
49. Žena a život 9/2020

CosmЧЯ:

1. Cosmopolitan 4/2011
2. Cosmopolitan 9/2011
3. Cosmopolitan 2/2012
4. Cosmopolitan 7/2012
5. Cosmopolitan 7/2013
6. Cosmopolitan 10/2013
7. Cosmopolitan 12/2019

Остальные источники

1. <http://discoverstyle.ru/s-chem-nosit-lofery/> (дата обращения: 30.05.2022)
2. <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
3. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Cosmopolitan>
4. <http://slovopedia.org.ua/>
5. <http://uacorporus.org/Kyiv/ua/slovniki>
6. <http://ukrlit.org/slovnyk>
7. <http://www.gramota.ru/>
8. <http://www.mova.info/corpus.aspx>
9. <http://www.mova.info/wordlist.aspx?11=179>
10. <http://www.pinform.spb.ru/about/news/245/> (дата обращения: 15.09.2013)
11. <https://cs.wikipedia.org/wiki/>
12. <https://jread.top/journal-for-woman/>
13. <https://lexiko.ujc.cas.cz/heslare/>
14. <https://orfo.ruslang.ru/>
15. <https://prirucka.ujc.cas.cz/>

16. <https://sikumi.lv/professionalnye-fitness-dzhampery-kangoojumps> (дата обращения: 30.05.2022)
17. <https://slovyk.ua/>
18. <https://theblueprint.ru/culture/history/cosmopolitan-alphabet> (дата обращения: 15.02.2022)
19. <https://ujc.avcr.cz/veda-vyzkum/casopisy/>
20. <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
21. <https://webspoon.ru/receipt/yablochnyyj-krambl> (дата обращения: 30.05.2022)
22. <https://www.czechency.org/>
23. https://www.edimdoma.ru/jivem_doma/posts/23549-kulinarnye-trendy-letniy-trayfl (дата обращения: 30.05.2022)
24. <https://www.moda.cz/a/jak-spravne-pouzivat-highlighter--22974> (дата обращения: 30.05.2022)
25. <https://www.modexastyl.cz/kabelky-pres-rameno/kabelka-presrameno-hobo-3109-modra/> (дата обращения: 30.05.2022)
26. <https://www.zbozi.cz/vyrobek/flowin-sport-pilates-edition/fotogalerie/> (дата обращения: 30.05.2022)

12 СПИСОК РИСУНКОВ

Рис. 1: Диаграмма – журналы.....26

URL: <http://www.ji.lviv.ua/n27texts/oliynyk.htm#up> (дата обращения: 07.12.2019).

Рис. 2: Диаграмма – газеты26

URL: <http://www.ji.lviv.ua/n27texts/oliynyk.htm#up> (дата обращения: 07.12.2019).

ПРИЛОЖЕНИЕ 1: РУССКО-УКРАИНСКО-ЧЕШСКИЙ СЛОВАРЬ НОВЫХ СЛОВ (РУЧЖЖ)

Русский язык	Украинский язык	Чешский язык
А		
А-силуэт , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 166)	А-силу <u>е</u> т	a silueta
агендер , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 73)	аген <u>д</u> ер	agender (bez pohlaví)
адаптогенный , -ая, -ое. (Похудей 3/2015: 31)	адаптог <u>е</u> нный	adaptogenní
адвент-календарь , -я; м. (Домашний очаг 12/2018: 36)	адвент-кален <u>д</u> ар	adventní kalendář
аденозин , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 52)	аденоз <u>и</u> н	adenosin
ажиотажный , -ая, -ое. (Женские советы. Самая 11/2014: 73)	ажіотаж <u>н</u> ий	spekulativní
айсберг , -а; м. (Лиза 40/2015: 34)	а <u>й</u> сберг	ledový salát
айсинг , -а; м. (Лиза 10/2015: 52)	а <u>й</u> сінг	poleva na zdoberní perníčků
аква-мусс , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 50)	а <u>к</u> ва-мус	hydratační čistící pěna
аквадизайн , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 12)	аквадиза <u>й</u> н	aqua design
аквакрем , -а; м. (Женские советы. Самая	аквакре <u>м</u>	hydratační krém

11/2014: 20)		
аквафитнес , -а; м. (Похудей 5/2013: 6)	аквафітнес/аквафитнес	aqua-fitness/aquafitness
аккаунт , -а; м. (Лиза 40/2015: 65)	акаунт	účet
акройога , -и; ж. (Отдохни! 10/2015: 10)	акройога	acroyoga/akrojóga
активизирующий , -ая, -ое. (Женские секреты 11/2014: 32)	активізує/активізуючий	energizující
акушер-гинеколог , акушера-гинеколога; м. (Планета женщины 12/2010: 53)	акушер-гінеколог	gynekolog a porodník/gynekolog-porodník
алопеция , -и; ж. (Женские секреты 2-3/2020: 21)	алопеція	alopecie
аль-денте , нескл. (Женские советы 14/2015: 15)	аль денте	al dente (poloměkké)
альгинат , -а; м. (Похудей 3/2015: 35)	альгінат	alginát
аминокислота , -ы; ж. (Женские советы 14/2015: 28)	амінокислота	aminokyselina
антибиотикотерапия , -и; ж. (Женские советы 2/2019: 7)	антибіотикотерапія	antibiotická terapie
антивозрастной , -ая, -ое. (Женские секреты 3/2015: 14)	антивіковий	anti-age (proti stárnutí)
антигистаминный , -ая, -ое. (Женские советы 2/2019: 8)	антигістамінний	antihistaminikum
антидот , -а; м. (Похудей 3/2015:60)	антидот	protijed
антиоксидант , -а; м. (Дарья 20/2015: 9)	антиоксидант	antioxidant

антиоксидантный , -ая, -ое. (Караван историй 4/2017: 98)	антиоксидантний	antioxidantní
антисептический , -ая, -ое. (Женские секреты 11/2014: 21)	антисептичний	antiseptický
антицеллюлитный , -ая, -ое. (Похудей 3/2015: 30)	антицелюлітний	anticelulitidní
антиэйдж-процедура , -ы; ж. (Женские советы. Самая 3/2015: 22)	антиейдж-процедура	anti-age ošetření/procedura
аппаратный , -ая, -ое. (Домашний очаг 12/2018: 63)	апаратний	přístrojový
аргирелин , -а; м. (Похудей 3/2015: 28)	аргірелін	argireline
аромаванна , -ы; ж. (Женские советы 14/2015: 4)	аромаванна	aroma koupel
арт-директор , -а; м. (Караван историй 6/2016: 4)	арт-директор/арт директор	Art Director/umělecký ředitel
арт-терапевт , -а; м. (Работница 3/2018: 13)	арт-терапевт	arteterapeut
астматик-женщина , астматика-женщины; м./ж. (Похудей 3/2015: 37)	жінка-астматик	astmaticka
аудиокнига , -и; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 149)	аудіокнига	audiokniha
аудиосказка , -и; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 149)	аудіоказка	audio pohádka
аудиоучебник , -а; м. (Лиза 40/2015: 26)	аудіопідручник	audioučebnice
ацетилхолин , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 72)	ацетилхолін	acetylcholin
аэробный , -ая, -ое. (Лиза 40/2015: 30)	аеробний	aerobní

аюрведа , -ы; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 75)	аюрведа	ájurvéda
Б		
БАД , -а и нескл.; ж. (сокр.: биологически активная добавка) (Лиза. Добрые советы 3/2015: 146)	БАД (біологічно-активна добавка)	doplněk stravy
бальзам-гель , бальзама-геля; м. (Домашний очаг 12/2018: 53)	бальзам-гель	balzám-gel/balzám gel
бальзам-ополаскиватель , бальзама-ополаскивателя; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 33)	бальзам-ополіскувач	balzám-oplachovač (na vlasy)
бальзам-пилинг , бальзама-пилинга; м. (Женские секреты 2-3/2020: 17)	бальзам-пілінг	balzám a peeling
бальзам-стик , бальзама-стика; м. (Женские секреты 11/2014: 44)	бальзам-стик	balzám tyčinka (na rty)
бейсболка , -и; ж. (Женские советы. Самая 3/2013: 47)	бейсболка	kšiltovka/baseballová čepice
беретка , -и; ж. (ОК! 10/2015: 57)	беретка	baret
бигендер , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 73)	бігендер	bigender
бизнес-леди , нескл.; ж. (Дарья 5/2015: 7)	бізнес-леді	podnikatelka
бизнес-тренер , -а; м. (Работница 3/2018: 13)	бізнес-тренер	trenér obchodních dovedností

бизнесвумен , нескл.; ж. (ОК! 10/2015: 66)	бізнесвумен	podnikatelka
бельдредактор , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 1)	бельдредактор	bild redaktor
биоармирующий , -ая, -ее. (Домашний очаг 12/2018: 63)	біоарміруючий	bio vyztužující
биовосстанавливающий , -ая, -ее. (Женские советы. Самая 3/2015: 18)	біовідновлюючий	bio omlazující/obnovující
биоюгурт , -а; м. (Лиза 40/2015: 29)	біоюгурт	bio jogurt
биокристалл , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 48)	біокристал	bio krystal
биолог-генетик , биолога- генетика; м. (Женские советы 2/2019: 14)	біолог-генетик	biolog-genetik/biolog a genetik
биопептид , -а; м. (Планета женщины 12/2010: 20)	біопептид	biopeptid
биопрепарат , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 93)	біопрепарат	bio přípravek
биоревитализация , -и; ж. (Дарья 20/2015: 6)	біоревіталізація	biorevitalizace
биорепарация , -и; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 93)	біорепарація	bioreparace
биотехнологический , -ая, -ое. (Караван историй 6/2016: 95)	біотехнологічний	biotechnologický
биофлавоноид , -а; м. (Похудей 3/2015: 67)	біофлавоноїд	bioflavonoid
биохимический , -ая, -ое. (Женские советы. Самая 3/2015: 58)	біохімічний	biochemický

бискотти , нескл.; с. (Домашний очаг 12/2012: 266)	biscotti/бискотти	biscotti (sušenky)
блендер , -а; м. (Лиза 40/2015: 38)	блендер	mixér
бленды , -ов; мн. (ОК! 10/2015: 44)	бленди/купажі	kapsle (se směsí kávy do kávovaru)
блеск-бальзам , блестя-бальзама; м. (Караван историй 6/2016: 58)	блиск-бальзам	lesklý balzám (na rty)
близорукость , -и; ж. (Женские советы. Самая 3/2013: 68)	короткозорість	krátkozrakost
блин-пудинг , блина-пудинга; м. (Женские секреты 2-3/2020: 68)	пудинговий млинець/млинець з пудингом	puďinková palačinka
блицпрос , -а; м. (ОК! 10/2015: 28)	бліц-опитування	bleskový průzkum
блузка-рубашка , блузки-рубашки; ж. (Всё для женщины 34/2018: 5)	блузка сорочка/блузка-сорочка	dámská košile
боди-позитивизм , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 85)	боді-позитивізм	pozitivismus těla
бодифлекс , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2015: 59)	бодіфлекс	bodyflex (druh cviků)
босоножки-гладиаторы , босоножек-гладиаторов; мн. (Караван историй 6/2016: 52)	босоніжки гладіатори/босоніжки-гладіатори	gladiatorky/gladiátorské sandály
ботильоны , -ов, ед. -льон, -а; м. (Дарья 5/2015: 7)	ботильйони/ботільйони	dámské kotníkové boty na podpatku
ботинки-оксфорды , ботинок-оксфордов; мн. (Дарья 20/2015: 7)	черевики оксфорди	oxfordky/oxfordské boty

ботокс , -а; м. (Дарья 20/2015: 6)	ботокс	botox
ботулоподобный , -ая, -ое. (Похудей 3/2015: 28)	ботулоподобный	botulinový
браслет-кафф , браслета-каффа; м. (Лиза 40/2015: 12)	браслет-кафф	manžetový náramek
брашинг , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2015: 19)	брашінг	kulatý kartáč na vlasy
бренд-менеджер , -а; м. (Планета женщины 12/2010: 3)	бренд менеджер	brand manager/manažer značky
бронзат , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 54)	бронзат	bronzový pudr
брускетта , -ы; ж. (Домашний очаг 12/2018: 126)	брускетта	bruschetta
брюки-кюлоты , брюк-кюлотов; мн. (Дарья 20/2015: 2)	брюки кюлоты	kalhotová sukně
бугаца , -ы; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 115)	бугаца	bougatsa/bugatsa
букмекерский , -ая, -ое. (ОК! 10/2015: 72)	букмекерський	sázkový, sázkařský
буритто , нескл.; с. (Приготовь 2/2013: 52)	буріто	burrito
бьюти-арсенал , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 11)	б'юті-арсенал	arzenál krásy/arsenál krásy
бьюти-блог , -а; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 28)	б'юті-блог	blog o kráse
бьюти-бюджет , -а; м. (Женские советы 14/2015: 4)	б'юті-бюджет	rozpočet na krásu

бьюти-заведение , -я; с. (ОК! 10/2015: 52)	б'юті заклад/б'юті-заклад	kosmetický salon
бьюти-индустрия , -и; ж. (Женские секреты 2-3/2020: 14)	б'юті-індустрія	kosmetický průmysl
бьюти-калейдоскоп , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 50)	б'юті-калейдоскоп	kosmetický kaleidoskop
бьюти-новинка , -и; ж. (Домашний очаг 12/2018: 76)	б'юті-новинка	beauty novinka/kosmetická novinka
бьюти-процедура , -ы; ж. (Домашний очаг 12/2018: 144)	б'юті-процедура	kosmetická procedura
бьюти-стиль , -я; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 84)	б'юті-стиль	beauty styl/styl krásy
В		
варикоз , -а; м. (1000 секретов и миллион советов 4/2015: 13)	варикоз	křečové žíly/varixy/varikóza
велотренировка , -и; ж. (Лиза 40/2015: 30)	велотренування	trénink na kole
велюровый , -ая, -ое. (Планета женщины 12/2010: 40)	велюровий	velurový
веноч-подвес , венка-подвеса; м. (Домашний очаг 12/2018: 189)	підвісний вінок	závěsný věnec
ветклиника , -и; ж. (Лиза 40/2015: 64)	ветклініка	veterinární klinika
взломозащищённый , -ая, -ое. (Женские советы 2/2019: 11)	зломостійкий	odolný proti vloupání

видеонаблюдение , -я; с. (Женские советы 2/2019: 10)	відеоспостереження	kamerový systém
видеоурок , -а; м. (Караван историй 4/2017: 193)	відеоурок	video lekce/online vyučování/video vyučování
винтаж , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 38)	вінтаж	vintage oblečení
витанно-минеральный , -ая, -ое. (Женские советы. Самая 3/2015: 55)	віта-мінеральний	vitamínový a minerálový
вода-спрей , воды-спрея; ж. (ОК! 10/2015: 45)	вода-спрей	voda ve spreji
водонепроницаемость , -и; ж. (Караван историй 4/2017: 13)	водонепроникність	vodotěsnost/nepropustnost/nepromokavost
воздухопроницаемость , -и; ж. (Караван историй 4/2017: 13)	повітропроникність	prodyšnost
вопрос-ответ , вопроса-ответа; м. (Всё для женщины 3/2014: 13)	питання-відповідь	otázka odpověď
воротник-стойка , воротника-стойки; м. (Между нами женщинами 8/2015: 17)	комірєць стійка/комірєць-стійка	stojáček
ВПЧ , нескл. (сокр.: вирус папилломы человека) (Женские советы 14/2015: 8)	ВПЛ	HPV (virus)
врач-аллерголог , врача-аллерголога; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 143)	лікар-алерголог	alergolog
врач-дермакосметолог , врача-дермакосметолога; м. (Женские секреты 11/2014: 47)	лікар-дерматокосметолог	dermatolog-kosmetolog
врач-диетолог , врача-диетолога; м. (Похудей 5/2018: 33)	лікар-дієтолог	dietolog

врач-консультант , врача-консультанта; м. (Лиза 40/2015: 22)	лікар-консультант	lékař a konzultant
врач-косметолог , врача-косметолога; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 142)	лікар-косметолог/ лікар косметолог	kosmetolog/dermatolog
врач-невролог , врача-невролога; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 73)	лікар-невролог	neurolog
врач-онколог , врача-онколога; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 82)	лікар-онколог	onkolog
врач-оториноларинголог , врача-оториноларинголога; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 73)	лікар-оториноларинголог/ лікар оториноларинголог	otorinolaryngolog
врач-офтальмолог , врача-офтальмолога; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 67)	лікар-офтальмолог	oftalmolog/oční lékař
врач-педиатр , врача-педиатра; м. (Работница 3/2018: 20)	лікар-педіатр/лікар педіатр	pediatr/dětský lékař
врач-психотерапевт , врача-психотерапевта; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 1)	лікар-психотерапевт	psychoterapeut
врач-сексолог , врача-сексолога; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 143)	лікар-сексолог/ лікар сексолог	sexuolog
врач-терапевт , врача-терапевта; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 1)	лікар-терапевт	praktický lékař
врач-травматолог-ортопед , врача-травматолога-ортопеда; м. (Женские советы. Самая 3/2015: 75)	лікар травматолог-ортопед	traumatolog a ortoped

врач-трихолог , врача-трихолога; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 20)	лікар-трихолог	tricholog
врач-физиотерапевт , врача-физиотерапевта; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 79)	лікар-фізіотерапевт	fyzioterapeut
вспениватель , -я; м. (Женские секреты 2-3/2020: 37)	спінювач	napěňovač
вумбилдинг , -а; м. (Дарья 20/2015: 35)	вумбілдінг	wombuilding (cviky na zpevnění pochvy)
Г		
гаджет , -а; м. (Работница 3/2018: 42)	гаджет	přístroj/aparát/zařízení
гарциния , -и; ж. (Женские советы. Самая 3/2013: 147)	гарцинія	Garcínie
гапачо , нескл.; с. (Домашний очаг 12/2012: 251)	ґаспачо	gazpacho
гель-анестетик , геля-анестетика; м. (Дарья 20/2015: 6)	гель анестетик	anestetický gel
гель-гоммаж , геля-гоммажа; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 20)	гель-гоммаж	gommage gel
гель-лак , -а; м. (Похудей 3/2015: 34)	гель-лак	gelový lak
гель-лосьон , геля-лосьона; м. (Женские секреты 11/2014: 43)	гель-лосьйон	gelové mléko

гель-кондиционер , геля-кондиционера; м. (Женские секреты 3/2015: 14)	гель-кондиціонер	gelový kondicionér
гель-спрей , -я; м. (Женские секреты 2-3/2020: 27)	гель-спрей	gelový sprej
гель-сыворотка , -и; ж. (Планета женщины 12/2010: 25)	гель-сироватка	gelové sérum
гель-эксфолиант , геля-эксфолианта; м. (Женские советы. Самая 3/2015: 18)	гель-ексфоліант	gelový exfoliant
гендерквир , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 73)	гендерквір	genderqueer
герцогиня , -и; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 100)	герцогиня	vévodkyně
гиалуро-маска , -и; ж. (Домашний очаг 12/2018: 23)	гіалуро-маска	hyaluronová maska
гиалуроновый , -ая, -ое. (Дарья 20/2015: 6)	гіалуроновий	hyaluronový
гидратирующий , -ая, -ее. (Планета женщины 12/2010: 25)	гідратуючий	hydratační
гидрогелевый , -ая, -ое. (Женские секреты 2-3/2020: 18)	гідрогелевий	hydrogelový
гидролат , -а; м. (Всё для женщины 7/2017: 9)	гідролат	hydrolat
гидролизат , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 73)	гідролізат	hydrolyzát
гидролипидный , -ая, -ое. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 44)	гідроліпідний	hydrolipidový
гидрохинон , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2015: 18)	гідрохінон	hydrochinon

гинеколог-эндокринолог , гинеколога-эндокринолога; м. (Всё для женщины 7/2017: 20)	гінеколог-ендокринолог	gynekolog a endokrinolog/ gynekolog- endokrinolog
гипоаллергенный , -ая, -ое. (Похудей 3/2015: 35)	гіпоалергенний	hypoalergenní
гироскутер , -а; м. (Похудей 5/2018: 26)	гіроскутер	hoverboard
ГК , нескл.; ж. (сокр.: гиалуроновая кислота) (Домашний очаг 12/2018: 56)	ГК	HA
гленчек , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 34)	гленчек	glencheck (druh tkaniny/látky)
глоссер , -а; м. (ОК! 10/2015: 47)	глоссер	glosser (lesk na vlasy)
глэм-рок , -а; м. (Домашний очаг 12/2018: 80)	глем-рок/глем рок	glam rock (módní styl oblékání)
глюкометр , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 136)	глюкометр	glukometr
ГМО [гэмэо], нескл.; м. (сокр.: генно-модифицированный организм, объект) (Лиза. Добрые советы 3/2015: 145)	ГМО	GMO
годжи , -ей, мн. (1000 секретов и миллион советов 4/2015: 32)	годжі	goji/godži
гоммаж , -а; м. (Лиза 10/2015: 22)	гоммаж	gommage/gomáž
гормонотерапия , -и; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 82)	гормонотерапія	hormonální terapie
гранола , -ы; ж. (Домашний очаг 12/2018: 152)	гранола	granola

гратен , -а; м. (Домашний очаг 12/2018: 164)	гратен	gratin
Д		
декантер , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 32)	декантер	karafa
деконструкция , -и; ж. (ОК! 10/2015: 57)	деконструкція	dekonstrukce
декупаж , -а; м. (Лиза 10/2015: 20)	декупаж	dekupáž
демакияж , -а; м. (Дарья 20/2015: 6)	демакіяж	odlíčení/odličování
денервация , -и; ж. (Лиза 40/2015: 21)	денервація	denervace
дермаролер , -а; м. (Похудей 3/2015: 28)	дермаролер	dermaroller/derma roller/derma váleček
дерматокосметолог , -а; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 18)	дерматокосметолог	kosmetolog/dermatolog
джамперы , -ов; мн. (Женские секреты 11/2014: 104)	джампери	kangoo jumps/klokaní boty
джегинсы , -ов; мн. (Лиза 40/2015: 13)	джегінси	jeggings/džegíny
джинсы-бойфренды , джинсов-бойфрендов, мн. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 168)	джинси-бойфренди	boyfriend jeans/ boyfriend džíny
джутовый , -ая, -ое. (Всё для женщины 39/2019: 12)	джутовый	jutový

диетолог-гастроэнтеролог , диетолога-гастроэнтеролога; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 1)	дієтолог-гастроентеролог	dietolog a gastroenterolog
дизайн-бюро , нескл.; с. (ОК! 10/2015: 54)	дизайн-бюро	design studio
дисбактериоз , -а; м. (Похудей 3/2015: 71)	дисбактеріоз	dysbióza
диспенсер , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 100)	диспенсер	dávkovač
дистрибьютор , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 97)	дистриб'ютор	distributor
ДНК-тест , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 152)	ДНК-тест/ДНК тест	DNA test
домочадец , -дца; м. (Дарья 20/2015: 21)	домочадець	člen rodiny
драгонфрут , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 13)	драгонфрут	dračí ovoce
драпировка , -и; ж. (Похудей 3/2015: 74)	драпірування	řasení/draperie
дудочки , -чек; мн. (Дарья 20/2015: 2)	дудочки	trubkové džíny
Ж		
жакет-спенсер , жакета-спенсера, м. (ОК! 10/2015: 57)	жакет-спенсер	jacket/sako/kabátek značky Spencer
женщина-друг , женщины-друга; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 79)	жінка-друг	kamarádka/přítelkyně

женщина-комик , женщины-комика; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 77)	жі́нка-ко́мік	komička
женщина-легенда , женщины-легенды; ж. (Лиза 40/2015: 10)	жі́нка-леге́нда	legendární žena
женщина-лето , женщины-лета; ж.. (Женские советы. Самая 3/2013: 85)	жі́нка-лі́то	žena letního typu (pleti)
женщина-руководитель , женщины-руководителя; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 79)	жі́нка-керівник	vedoucí/vůdkyně
женщина-трансформер , женщины-трансформера; ж. (Похудей 5/2018: 7)	жі́нка-трансформер	transformátorka
животное-инвалид , животного-инвалида; с./м. (Дарья 20/2015: 45)	тварина-інвалід	postižené zvíře
жиросжигающий , -ая, -ее. (Женские советы. Самая 3/2013: 147)	жиросжигающий	spalující tuky
ЖКХ [жекаха], нескл.; с. (сокр.: жилищно-коммунальное хозяйство) (Женские советы 2/2019: 11)	ЖКГ	HCS (Housing and Communal Services – Bydlení a komunální služby)
3		
завораживающий , -ая, -ее. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 52)	чарівний	okouzlující
запатентованный , -ая, -ое. (Женские секреты 11/2014: 20)	запатентований	patentovaný

И		
игрушка-книжка , игрушки-книжки; ж. (Планета женщины 12/2010: 38)	іграшка-книжка	knižní hračka
идеализатор , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 32)	ідеалізатор	korektor
иллюминирующий , -ая, -ее. (Женские советы. Самая 3/2013: 26)	ілюмінуючий	iluminační/zesvětlující
имидж-консультант , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 86)	імідж-консультант	image konzultant
имидж-стилист , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 86)	імідж-стїліст	image stylist
имидж-студия , -и; ж. (Женские советы. Самая 3/2013: 86)	імідж-студія	image studio
имиджевый , -ая, -ое. (Женские секреты 11/2014: 56)	іміджевий	trendy/in/módní
иммунокоррекция , -и; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 142)	імунокорекція	imunokorekce
инкапсуляция , -и; ж. (Женские советы. Самая 3/2015: 22)	інкапсуляція	zapouzdření
инкассация , -и; ж. (Лиза 10/2015: 56)	інкасація	inkasace
инновационный , -ая, -ое. (Лиза 40/2015: 34)	інноваційний/ нововведений	inovační
интернет-адрес , -а; м. (Планета женщины 12/2010: 63)	інтернет-адрес	internetová adresa
интернет-банк , -а; м. (Всё для женщины 34/2018: 10)	інтернет-банк	internetová banka/internetové bankovníctví

интернет-бутик , -а; м. (Похудей 3/2015: 74)	інтернет-бутик	internetový butik
интернет-магазин , -а; м. (Лиза 40/2015: 22)	інтернет-магазин	internetový obchod
интернет-портал , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 101)	інтернет-портал	internetový portál
интернет-философ , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 76)	інтернет-філософ	internetový filozof
инфузионный , -ая, -ое. (Женские секреты 2-3/2020: 15)	інфузійний	infuzní
йога-терапия , -и; ж. (Похудей 5/2018: 18)	йога-терапія	jóga terapie/terapie jógou
К		
казаки , -ов, ед. казак, -а; м. (Лиза 40/2015: 15)	козаки	boty koně/kovbojky/ kovbojské boty
кайтсёрфинг , -а; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 133)	кайтсерфінг	kitesurfing
кантри-стиль , -я; м. (Лиза 40/2015: 15)	кантрі стиль	country styl
каперсы , -ов, ед. каперс, -а (Лиза. Добрые советы 3/2015: 125)	каперси	kapary
капрезе , нескл.; с. (Приготовь 2/2013: 27)	капрезе	caprese
карандаш-консилер , карандаша-консилера; м. (Караван историй 6/2016: 56)	олівець-консилер	korektorová tužka

карандаш-подводка , карандаша-подводки; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 29)	оливець-підводка	tužka na oči
карандаш-стик , карандаша-стика; м. (Караван историй 4/2017: 98)	оливець-стік	tužka na oči/rty
кардиотренажёр , -а; м. (Лиза 10/2015: 28)	кардіотренажер	kardio trenažér
карпаччо , нескл.; с. (Лиза 10/2015: 31)	карпаччо	carpaccio
карри , нескл.; с. (Лиза 40/2015: 32)	ка́рі/ка́ррі	kari
каснудль , -я; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 134)	каснудль	kasnudeln/kasnudel
кастинг , -а; м. (Работница 3/2018: 17)	ка́стинг	casting
кафе-пекарня , кафе-пекарни; с. (Женские советы. Самая 11/2014: 135)	кафе-пекарня	pekárna-kavárna
кейп , -а; м. (Дарья 20/2015: 3)	кейп	pelerína
кексик , -а; м. (Всё для женщины 3/2014: 21)	ке́ксик	muffin/košíček
керамид , -а; м. (Караван историй 4/2017: 27)	керамі́д	ceramid
кератопластика , -и; ж. (Караван историй 1/2011: 129)	кератопластика	keratoplastika
кидни , нескл. с. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 118)	Кі́дну	červená fazole kidney
киноа , нескл.; с. (Лиза 40/2015: 28)	кіноа	quinoa

кинодива , -ы; ж. (Отдохни! 10/2015: 5)	кінодіва	filmová hvězda
кинокарьеря , -ы; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 152)	кінокар'єра	filmová kariéra
кинопремьера , -ы; ж. (Женские советы. Самая 3/2013: 136)	кінопрем'єра	filmová premiéra
кислотно-яркий , -ая, -ое. (Женские советы. Самая 11/2014: 38)	кислотно-яскравий	neonový
киш , -а; м. (Домашний очаг 12/2012: 255)	кіш	quiche
клатч , -а; м. (Караван историй 6/2016: 57)	клатч	psaníčko (kabelka)/malá kabelka
клатч-конверт , клатча-конверта; м. (Всё для женщины 34/2018: 5)	клатч-конверт	psaníčko (kabelka)
клатч-папка , -и; ж. (Караван историй 6/2016: 52)	клатч-папка	maxi psaníčko (kabelka)
клетка-виши , -и; ж. (Дарья 20/2015: 2)	клітина виші	vzor vichy (textilní vzor)
клеточный , -ая, ое. (Женские секреты 11/2014: 32)	клітинний	buněčný
колумнист , -а; м. (ОК! 10/2015: 72)	колумніст	sloupkař
компанировать , -рую, -руешь, -руют. (Всё для женщины 39/2019: 4)	компаніровати	sestavovat
компрессионный , -ая, -ое. (Похудей 5/2018: 4)	компресійний	kompresní
комфорель , -и; ж. (Всё для женщины 39/2019: 15)	комфорель	comforel

конкассе , нескл.; с. (ОК! 10/2015: 60)	конкассе	conkasse
контурный , -ая, -ое. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 65)	контурный	konturový
кордон блю , нескл.; с. (Лиза. Добрые советы 10/2012: 64)	кордон блю	cordon bleu
корректирующий , -ая, -ее. (Планета женщины 12/2010: 32)	коригува <u>ль</u> ний	konturovací
косметолог-эстетист , косметолога-эстетиста; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 3)	косметолог-эстетист	kosmetička a estetička
космецевтика , -и; ж. (Женские секреты 2-3/2020: 12)	космецевтика	kosmeseutika
космецевтический , -ая, -ое. (Похудей 3/2015: 28)	космецевти <u>ч</u> ний	kosmeseutický
костюм-двойка , костюма- двойки; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 168)	костюм-дв <u>й</u> ка	dvoudílný oblek
коуч-консультант , коуча- консультанта, м. (Работница 3/2018: 13)	коуч-консультант	trenér a konzultant
крамбл , -а; м. (Домашний очаг 12/2018: 173)	крамбл	crumble
крем-бальзам , крема- бальзама; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 30)	крем-бальзам	krémový balzám
крем-блеск , крема-блеска; м. (Женские секреты 11/2014: 50)	крем-блиск	krémový lesk
крем-гель , -я; м. (Женские секреты 2-3/2020: 25)	крем-гель/гель-крем	krémový gel

крем-комфорт , кре <u>ма</u> -комфорта; м. (Планета женщины 12/2010: 25)	крем-комфорт/ крем комфо <u>рт</u>	komfortní krém
крем-концентрат , кре <u>ма</u> -концентрата; м. (Домашний очаг 12/2018: 56)	крем-концентрат	krémový koncentrát
крем-краска , -и; ж. (Караван историй 4/2017: 27)	крем-фа <u>р</u> ба	krémová barva
крем-лифтинг , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 32)	крем-лі <u>ф</u> тинг	liftingový krém
крем-лосьон , кре <u>ма</u> -лосьона; м. (Всё для женщины 39/2019: 8)	крем-лос <u>ь</u> он	krémové mléko
крем-маска , -и; м. (Похудей 5/2018: 53)	крем-ма <u>с</u> ка	krémová maska
крем-мыло , -а; с. (Караван историй 4/2017: 45)	крем-ми <u>л</u> о	krémové mýdlo
крем-ополаскиватель , -я; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 52)	крем-опо <u>л</u> іскувач	krémový oplachovač
крем-основа , -ы; ж. (ОК! 10/2015: 49)	крем-ос <u>н</u> ова	krémový základ
крем-праймер , кре <u>ма</u> -праймера; м. (Домашний очаг 12/2018: 66)	крем-пра <u>й</u> мер/ крем пра <u>й</u> мер	krémový primer (podkladová báze)
крем-сыворотка , кре <u>ма</u> -сыворотки; м. (Женские секреты 2-3/2020: 20)	крем-с <u>ер</u> ум	krémové sérum
крем-спрей , -я; м. (Женские секреты 2-3/2020: 27)	крем-сп <u>р</u> ей	krémový sprej
крем-стайлинг , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 49)	крем-ста <u>й</u> лінг	stylingový krém

крем-суп , -а; м. (Лиза 40/2015: 37)	крем-суп	krémová polévka
крем-суфле , крема-суфле, м. (Женские секреты 11/2014: 43)	крем-суфле	tělové krémové suflé
крем-сыворотка , крема- сыворотки; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 31)	крем-сироватка	krémové sérum
крем-уход , крема-ухода; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 20)	крем-догляд	pečující krém
крем-шампунь , -я; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 59)	крем-шампунь	krémový šampon
крем-эликсир , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 32)	крем-еликсир	krémový elixír
кремообразный , -ая, -ое. (Между нами женщинами 8/2015: 4)	кремообразний	jasně krémový
криокапсула , -ы; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 79)	криокапсула	kryokapsle
криосауна , -ы; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 79)	криосауна	kryosauna
кросс-фит , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 104)	кросфіт/крос-фіт	crossfit
кросснамбер , -а; м. (Женские советы 2/2019: 29)	кросснамбер	číselná křížovka
круассан , -а; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 113)	круасан	croissant/krosan
кумбия , -и; ж. (Похудей 5/2013: 86)	кумбія	cumbia
куртка-косуха , куртки- косухи; ж. (Дарья 20/2015: 3)	куртка-косуха/ куртка косуха	kožená bunda (motorkářský styl)

куртка-парка , куртки-парки; ж. (Женские советы. Самая 3/2013: 44)	куртка парка/куртка-парка	parka (bunda)
кускус , -а; м. (Женские советы 14/2015: 16)	кускус	kuskus
кэжуал , нескл.; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 47)	кежуал	ležérní/neformální/ volnočasový
Л		
лазанья , -и; ж. (Лиза 40/2015: 33)	лазанья	lasagne
лазеротерапевт , -а; м. (Лиза 10/2015: 23)	лазеротерапевт	laserový terapeut
лайм , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 97)	лайм	limetka
лайнер , -а; м. (ОК! 10/2015: 48)	лайнер	linky (na oči)
лайфхак , -а; м. (Домашний очаг 12/2018: 66)	лайфхак	life hacking (trik/zjednodušení)
лак-плёнка , лака-плёнки; м. (Планета женщины 12/2010: 32)	лак-плівка	filmový lak
лак-спрей , лака-спрея; м. (Лиза 10/2015: 20)	лак-спрей	sprejový lak
ламинирование , -я; с. (Похудей 3/2015: 34)	ламінування	laminace
ланч-бокс , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 38)	ланч-бокс	obědová krabička

латексный , -ая, -ое. (Планета женщины 12/2010: 67)	латексний	lateksový
легкоатлет-марафонец , легкоатлета-марафонца; м. (Лиза 40/2015: 26)	легкоатлет- марафонець	atlet a maratónec
леджинсы , -ов; мн. (Дарья 20/2015: 48)	леджинси	džegíny
лемонграсс , -а; м. (1000 секретов и миллион советов 4/2015: 2)	лемонграсс	citronová tráva
лестница-стремянка , лестницы-стремянки; ж. (Всё для женщины 7/2017: 14)	драбина/стрем'янка	štafle
лизин , -а; м. (Лиза 40/2015: 28)	лізин	lysin (aminokyselina)
лимитированный , -ая, -ое. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 62)	лімітований	omezený
лимфодренажный , -ая, -ое. (Похудей 3/2015: 33)	лімфодренажний	lymfodrenážní
лимфоток , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 72)	лімфотечія	průtok lymfy
лингвини , нескл.; с. (Похудей 5/2018: 35)	лінгвіні	linguine
липидный , -ая, -ое. (Похудей 3/2015: 28)	ліпідний	lipidový
липолический , -ая, -ое. (Домашний очаг 12/2018: 63)	ліполічний	lipolický
липосакция , -и; ж. (Женские секреты 11/2014: 9)	ліпосакція	liposukce
липосомальный , -ая, -ое. (Домашний очаг 12/2018: 63)	ліпосомальний	liposomální

лиф-бюстье , нескл.; с. (Женские советы. Самая 3/2013: 96)	ліф бюстье	podprsenkový top
лифт , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 18)	лифт	lifting (očních víček)
лифтинг-маска , -и; ж. (Домашний очаг 12/2018: 34)	ліфтинг-маска/ліфтинг маска	liftingová maska
лифтинг-сыворотка , -и; ж. (Караван историй 6/2016: 45)	ліфтинг-сироватка	liftingové sérum
лифтинг-эффект , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 3)	ліфтинг-ефект/ ліфтинг ефект	liftingový efekt
лоббирование , -я; с. (Работница 3/2018: 4)	лобіювання	lobbování
ЛОР-врач , -врача; м. (Женские советы 2/2019: 6)	ЛОР лікар	ORL lékař
ЛОР-специалист , -а; м. (Женские советы 2/2019: 7)	ЛОР спеціаліст	ORL specialista
лосьон-микропилинг , лосьона-микропилинга; м. (Домашний очаг 12/2018: 211)	лосьйон-мікропілінг	mikro-peelingové mléko
лосьон-спрей , лосьона- спрея; м. (Женские секреты 11/2014: 41)	лосьйон-спрей	tělové mléko ve spreji/ tělové sprejové mléko
лосьон-тоник , лосьона- тоника; м. (Лиза 40/2015: 18)	лосьйон-тонік	pleťové tonikum
лоферы , -ов; мн. (Всё для женщины 34/2018: 4)	лофери	lofery
лукбук , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 56)	лукбук	lookbook

М		
мадрасский , -ая, -ое. (Дарья 20/2015: 3)	мадрасський	madraský (kostka – druh látky)
макробиотика , -и; ж. (Похудей 3/2015: 60)	макробіотика	makrobiotika
макробиотический , -ая, -ое. (Похудей 3/2015: 60)	макробіотичний	makrobiotický
маммопластика , -и; ж. (Женские секреты 2-3/2020: 62)	маммопластика	mamoplastika/ mammaplastika
манник , -а; м. (Женские советы 14/2015: 16)	маннік	mannik
маска-гель , маски-геля; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 10)	маска-гель	gelová maska
маска-лифтинг , маски-лифтинга; ж. (Лиза 40/2015: 16)	маска-ліфтинг	liftingová maska
маска-питание , маски-питания; ж. (Женские секреты 11/2014: 49)	живильна маска	výživná maska
маска-сыворотка , маски-сыворотки; ж. (Женские секреты 2-3/2020: 17)	маска-сироватка	sérová maska
масло-спрей , масла-спрея; с. (ОК! 10/2015: 46)	масло-спрей	olejový sprej
масс-маркет , -а; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 16)	мас-маркет	masový trh/hromadný trh
маст-хэв , нескл.; м. (Лиза 40/2015: 39)	маст хев/маст-хев	must have/musíš mít
мастер-тренер , мастера-тренера; м. (Всё для женщины 39/2019:	майстер тренер/ майстер-тренер	Master Trainer/ master trenér

10)		
маффин , -а; м. (Приготовь 2/2013: 42)	маффин	muffin
машинка-раскраска , машинки-раскраски; ж. (Планета женщины 12/2010: 39)	машинка-розмальовка	auto omalovánky
МДФ , нескл.; ж. (сокр.: древесностружечная плита средней плотности) (Женские советы. Самая 11/2014: 123)	МДФ	MDF
медовик , -ика; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 126)	медовик	medovník
межсезон , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 43)	міжсезоння	mimo sezónu/ mezi sezóna
мезодиссолюция , -и; ж. (Похудей 3/2015: 28)	мезодіссолюція	mezodisoluce
мезолифтинг , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 93)	мезоліфтінг	mezolifting
мезотерапевтический , -ая, -ое. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 93)	мезотерапевті́ческий	mezoterapeutický
мезотерапия , -и; ж. (Лиза 40/2015: 17)	мезотерапія	mezoterapie
мейк , -а; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 43)	мейк	make-up
мейкап , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2015: 22)	мейк ап/мейк-ап	make-up
мелирование , -я; с. (Женские секреты 11/2014: 20)	мелірування	melírovaní

меренговый , -ая, -ое. (Женские советы. Самая 3/2013: 126)	меренговий	pavlova (roláda)
метапоиск , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2015: 108)	метапошук	metavyhledávač
микробиомный , -ая, -ое. (Лиза 40/2015: 5)	мікробіомний	mikrobiomový
микрокапсула , -ы; ж. (Караван историй 4/2017: 31)	мікрокапсула	mikrokapsle
микропигмент , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015:17)	мікропігмент	mikropigment
микроциркуляция , -и; ж. (Похудей 3/2015: 30)	мікроциркуляція	mikrocirkulace
милитари , нескл., с. и неизм. (Всё для женщины 34/2018: 5)	мілітарі	military
мини-бортик , -а; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 124)	міні бортик	těsnící lišta
мини-булочка , -и; ж. (Домашний очаг 12/2018: 154)	міні булочка/ міні-булочка	mini bulka/mini houska
мини-измельчитель , -я; м. (Лиза 40/2015: 34)	міні подрібнювач/ міні-подрібнювач	sekáček potravin
мини-копия , -и; ж. (Женские советы. Самая 3/2013: 135)	міні-копія/міні копія	mini kopie
мини-лошадка , -и; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 12)	міні конячка	miniaturní kůň
мини-машинка , -и; ж. (Дарья 20/2015: 48)	міні-машинка/ міні машинка	mini šicí stroj/mini auto
мини-наполеон , -а; м. (Планета женщины 12/2010: 99)	міні наполеон/ міні-наполеон	mini napoleon

мини-пирожное , -ого; с. (Домашний очаг 12/2018: 180)	міні тістечко/ міні-тістечко	mini zákusky
мини-платье , -я; с. (Дарья 20/2015: 2)	міні сукня	mini šaty
мини-ручка , -и; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 54)	міні-ручка/міні ручка	mini pero
мини-сериал , -а; м. (Домашний очаг 12/2018: 49)	міні-серіал/мінісеріал	miniseriál
мини-фабрика , -и; ж. (Домашний очаг 12/2018: 170)	міні-фабрика	mini továrna
минодьер , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2015: 36)	мінодьер	minaudier (kosmetické pouzdro)
миофасциальный , -ая, -ое. (Домашний очаг 12/2018: 63)	міофасціальний	myofasciální
мицеллярный , -ая, -ое. (Женские советы. Самая 3/2013: 24)	мицеллярний	micelární
моббинг , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2015: 90)	моббинг	mobbing (šikana na pracovišti)
моделирующий , -ая, -ее. (Женские секреты 11/2014: 22)	моделюющий	modelující
модница-экстремалка , модницы-экстремалки; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 41)	модница-экстремалка	extravagantní parádnice
моносерьга , -и; ж. (Женские секреты 2-3/2020: 37)	моносережка	mono naušnice
монотени , -ей; мн. (Домашний очаг 12/2018: 34)	монотені	mono stíny
монохром , -а; м. (ОК! 10/2015: 57)	монохром	jednobarevný/z jedné barvy

монохромность , -и; ж. (Всё для женщины 34/2018: 5)	монохромність	jednobarevnost
моцарелла , -ы; ж. (Лиза 40/2015: 33)	моцарелла	mozzarella
муколитический , -ая, -ое. (Женские советы 2/2019: 6)	муколитический	mukolytický
мультиактивный , -ая, -ое. (Женские советы. Самая 3/2013: 24)	мультиактивный	multiaktivní
мультиаэрогриль , -я; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 13)	мультиаэрогриль	multi aerogrill/multi-aerogrill
мультибрендовый , -ая, -ое. (Отдохни! 10/2015: 23)	мультибрендовый	multibrandový
мультиварка-скороварка , мультиварки-скороварки; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 120)	мультиварка-скороварка/ мультиварка скороварка	tlakový hrnec multivark
мультиварка , -и; ж. (Похудей 3/2015: 71)	мультиварка	multicooker
мультикорректирующий , -ая, -ее. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 43)	мультикорректирующий	multikorekční
мультипекар , -я; м. (Всё для женщины 34/2018: 19)	мультипекар	multibaker
мультиповар , -а; м. (Лиза 40/2015: 38)	мультикухар	multi-kuchař
мультирегенерирующий , -ая, -ее. (Домашний очаг 12/2018: 56)	мультирегенерирующий	multi-regenerační
мультистайлер , -а; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 27)	мультистайлер	multistyle

мультитональный , -ая, -ое. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 61)	мультитональний/ мультитональний	multitonální
мультиэффект , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 161)	мультиефект/ мультиефект	multieffekt
мультияшный , -ая, -ое. (Дарья 20/2015: 48)	мультияшний	kreslený/animovaný
мусс-объем , -а; м. (Планета женщины 12/2010: 31)	мус-об'єм	objemová pěna (na vlasy)
муцин , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 15)	муцин	mucin
мюли , нескл. с. (Караван историй 4/2017: 121)	мюлі	mule (boty)
Н		
нагетсы , -ов; мн. (Женские советы 2/2019: 15)	нагетси	nugetky
накладные ресницы , накладных ресниц; ж. (Планета женщины 12/2010: 20)	накладні віії	umělé řasy/nalepovací řasy
насадка-измельчитель , насадки-измельчителя; ж./м. (Караван историй 1/2011: 123)	насадка-подрібнювач	sekací nástavec
незамерзайка , -и; ж. (Женские советы 2/2019: 18)	незамерзайка	nemrzoucí kapalina (do auta)
нейроседативный , -ая, -ое. (Домашний очаг 12/2018: 63)	нейроседативний	neurosedativní
нейростимуляция , -и; ж. (Лиза 40/2015: 20)	нейростимуляція	neurostimulace

нерафинированный , -ая, -ое. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 108)	нерафінований	nerafinovaný
низкокалорийно , нареч. (Всё для женщины 34/2018: 8)	низкокалорійно	nízkokaloricky
низкокалорийный , -ая, -ое. (Женские советы. Самая 3/2013: 147)	низькокалорійний	nízkokalorický
низкотемпературный , -ая, -ое. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 129)	низькотемпературний	nízkoteplotní
номинант , -а; м. (Лиза 40/2015: 51)	номінант	nominovaná osoba/ nominovaný kandidát
носибельный , -ая, -ое. (ОК! 10/2015: 57)	носибельний	nositelný
нутрициолог , -а; м. (Домашний очаг 12/2018: 133)	нутриціолог	výživový poradce
нюдовый , -ая, -ое. (Похудей 3/2015: 35)	нюдовий	nude/tělový
О		
ободок-шляпка , ободка-шляпки; м. (Планета женщины 12/2010: 7)	ободок-капелюшок	čelenka s kloboučkem
оверсайз-пальто , нескл. (Дарья 20/2015: 3)	оверсайз пальто	kabát oversize
оксигенирующий , -ая, -ое. (Женские секреты 2-3/2020: 22)	оксигенуючий	okysličující
омлет-суфле , омлета-суфле; м.	омлет-суфле	omeleta suflé

(Женские советы. Самая 11/2014: 119)		
омолаживающий , -ая, -ее. (Караван историй 4/2017: 96)	омолоджующий	omlazuující
онлайн-курс , -а; м. (Похудей 5/2018: 40)	онлайн-курс	online kurz
онлайн-магазин , -а; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 44)	онлайн-магазин/ онлайн магазин	internetový obchod
онлайн-сервис , -а; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 140)	онлайн-сервис	servis online
онлайн , -а и неизм.; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 44)	онлайн	online
ОРВИ [оэрви], нескл.; ж. (сокр.: острая респираторная вирусная инфекция) (Женские советы 2/2019: 7)	ГРВИ	ARI (akutní respirační infekce)
оскароносец , -сца; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 100)	оскароносець	držitel Oscara
отдушка , -и; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 43)	віддушка	aroma/vůně
открытка-валентинка , открытки-валентинки; ж. (Всё для женщины 7/2017: 27)	листі́вка-валентинка	valentýnská pohlednice/ valentýnské přání
отпугиватель , -я; м. (1000 секретов и миллион советов 4/2015: 32)	відлякувач	odpuzovač
очки-тренажёр , очков-тренажёра, мн. (Женские советы. Самая 3/2013: 68)	окулярі тренажер/окулярі-тренажер	tréninkové brýle

П		
ПАВ , нескл., с. (сокр.: поверхностно-активное вещество) (Женские секреты 11/2014: 38)	ПАР	PAL (povrchově aktivní látka)
пайетки , -ток, ед. пайетка, -и; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 39)	паетки	flitry
пакетик-пирамидка , пакетика-пирамидки, м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 170)	пакетик пірамідка	pyramidový sáček
пальто-кокон , пальто-кокона; с./м. (Дарья 20/2015: 3)	пальто кокон/ пальто-кокон	kokon kabát
панакота , -ы; ж. (Караван историй 4/2017: 96)	панакота	panna cotta
пандоро , нескл.; с. (Домашний очаг 12/2018: 165)	пандоро	pandoro
панзанела , -ы; ж. (Планета женщины 12/2010: 96)	панцанелла/панзанела	panzanella
панкейки , -ов; мн. (Женские советы. Самая 11/2014: 115)	панкейкі	lívance
пантофли , -ей; мн. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 30)	пантофлі	pantofle
панфорте , нескл.; с. (Домашний очаг 12/2012: 265)	панфорте	panforte
паприкаш , -а; м. (Лиза 40/2015:34)	паприкаш	paprikáš
парабен , -а; м. (Дарья 20/2015: 17)	парабен	paraben

парикмахер-стилист , парикмахера-стилиста; м. (Всё для женщины 3/2014: 12)	перукар-стиліст/ перукар стиліст	kadeřník a stylistka
парфе , нескл.; с. (Домашний очаг 12/2018: 152)	парфе	parfait
парфюмерный , -ая, -ое. (Женские секреты 11/2014: 34)	парфумерний	voňavkářský
паста , -ы; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 108)	паста	těstoviny
патч , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 18)	патч	náplast (pod oči)
паэлья , -и; ж. (Женские советы. Самая 3/2013: 31)	паэлья	paella
ПВХ , нескл.; м. и неизм. (сокр.: поливинилхлорид, поливинилхлоридный) (Женские советы. Самая 11/2014: 128)	ПВХ	PVC
пенне , нескл.; с. (Лиза 40/2015: 33)	пенне	penne
пенопластовый , -ая, -ое. (Планета женщины 12/2010: 84)	пінопластовий	pěnoplastový
пептидный , -ая, -ое. (Похудей 3/2015: 28)	пептидний	peptidový
перифотошоппенный , -ая, -ое. (Отдохни! 10/2015: 3)	перифотошоппенний	přefotošopovaný
персонализированный , -ая, -ое. (Женские советы. Самая 11/2014: 82)	персоналізований	personalizovaný/ personalisovaný
перчатки-варежки , перчаток-варежек; мн. (Планета женщины 12/2010: 38)	рукавиці	palčáky

петчворк , -а; м. (Дарья 20/2015: 46)	печворк	patchwork
пигментированный , -ая, -ое. (Домашний очаг 12/2018: 210)	пігментований	pigmentovaný
пилинг , -а; м. (Планета женщины 12/2010: 33)	пілінг	peeling
ПИН-код , -а; м. (Всё для женщины 34/2018: 10)	ПІН-код	PIN kód
пита , -ы; ж. (Женские секреты 11/2014: 109)	піта	pita
платье-футляр , платья-футляра; с. (Планета женщины 12/2010: 15)	плаття футляр/ сукня-футляр	pouzdrové šaty
по-ковбойски , нареч. (Всё для женщины 39/2019: 5)	по-ковбойські	kovbojsky
подвеска-шарм , подвески-шарм, ж. (Караван историй 6/2016: 17)	підвіска шарм	přívěsek Pandora (na náredek)
подкожно-жировой , -ая, -ое. (Похудей 3/2015: 30)	підшкірно-жировий	podkožně tukový
поезд-отель , поезда-отеля; м. (Лиза 10/2015: 66)	поїзд-готель/ готель-поїзд	hotelový vlak/ hotel na kolejích
позиционирование , -я; с. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 82)	позиціювання	budování pozice
покатушки , -шек; мн. (Женские секреты 11/2014: 85)	покатушки	projížďka/projetí se
полиненасыщенный , -ая, -ое. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 124)	поліненасичений	polynenasycený

полуматовый , -ая, -ое. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 61)	напівматовий	polomatný
полусапоги , полусапог, ед. полусапог, -ога, м. (Лиза 40/2015: 13)	напівчоботи	polokozačky
полушубка , -и; ж. (Женские секреты 11/2014: 56)	напівшубка	krátký kožíšek (dámský)
помада-бальзам , помады- бальзама; ж. (Караван историй 6/2016: 55)	помада-бальзам	rtěnka-balzám
помада-блеск , помады- блеска; ж. (Караван историй 6/2016: 55)	помада-блиск	rtěnka-lesk
помада-крем , помады- крема; ж. (Планета женщины 12/2010: 25)	помада-крем	krémová rtěnka
поматросить , -ошу, -ошишь, -осят (сниж.); сов. (Караван историй 6/2016: 89)	поматросити	svést někoho
поп-икона , -ы; ж. (Караван историй 6/2016: 8)	поп-ікона	pop ikona/pop-ikona
поп-принцесса , -ы; ж. (Женские секреты 11/2014: 10)	поп-принцеса	popová princezna
порноиндустрия , -и; ж. (Женские секреты 11/2014: 18)	порноіндустрія	pornoprůmysl
праймер , -а; м. (Караван историй 6/2016: 55)	праймер	primer
пребиотики , -ов, ед. пребиотик, -а; м. (Караван историй 4/2017: 105)	пребіотики	prebiotika
премиум-одежда , -ы; ж. (Женские секреты 2-3/2020: 41)	преміум одяг	prémiové oblečení
привередливость , -и; ж. (Женские секреты 11/2014: 56)	вередливість	vybíravost/rozmarnost

115)		
прививка-помощница , прививки-помощницы; ж. (Планета женщины 12/2010: 73)	щеплення-допомога	očkování jako pomocník
приз-сюрприз , приза- сюрприза; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 35)	приз-сюрприз	odměna ve formě překvapení
принт , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 48)	принт	potisk (na oblečení)
приталенный , -ая, -ое. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 166)	приталений	vyпасovaný
пробиотики , -ов, ед. пробиотик, -а; м. (Караван историй 4/2017: 105)	пробиотики	probiotika
продакшн , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 1)	продакшн	produkce
проектор-ночник , проектора-ночника; м. (Дарья 20/2015: 48)	проектор-нічник	projektor noční oblohy v pokoji
прокачка , -и; ж. (Женские советы. Самая 3/2015: 60)	прокачування	úprava/vylepšení/ zvyšování výkonu
проколлагеновый , -ая, -ое. (Похудей 3/2015: 30)	проколлагеновий	prokolagenní
промо-код , -а; м. (Женские советы 14/2015: 17)	промо-код	promo kód
пропиленгликоль , -я; м. (Женские советы. Самая 3/2015: 18)	пропіленгліколь	propylenglykol
пряжа-травка , пряжи-травки; ж. (Всё для женщины 3/2014: 5)	пряжа-травичка	střapatá/chlupatá příze

психолог-консультант , психолога-консультанта; м. (Всё для женщины 34/2018: 26)	психолог-консультант	psycholog a konzultant
психотип , -а; м. (Женские советы 2/2019: 25)	психотип	psychotyp
психофизиологический , -ая, -ое. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 158)	психофізіологічний	psychofyziologický
птитим карбонара , птитима карбонары, м. (ОК! 10/2015: 61)	птїтїм карбонара	ptitim carbonara
птитим , -а; м. (ОК! 10/2015: 60)	птїтїм	ptitim
птоз , -а; м. (Похудей 3/2015: 28)	птоз	ptóza
пульсация , -и; ж. (Домашний очаг 12/2018: 64)	пульсація	pulzace
пчёлы-переносчики , пчёл-переносчиков; мн. (Женские советы 14/2015: 20)	бджоли-переносники	včely přenašeči
пэчворк , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2015: 36)	печворк	patchwork
пюреобразный , -ая, -ое. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 97)	пюреподібний	kašovitý
Р		
разморозка , -и; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 13)	розморозування	rozmrazení/ rozmrazování
рекомбинантный , -ая, -ое. (Караван историй 6/2016: 95)	рекомбінантний	rekombinantní

релакс , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 85)	релакс	relax
релаксировать , -рую, -руешь, -руют. (Женские советы. Самая 11/2014: 79)	релаксувати	relaxovat
реноватор , -а; м. (1000 секретов и миллион советов 4/2015: 32)	реноватор	renovátor
ретиноид , -а; м. (Похудей 3/2015: 28)	ретиноид	retinoid
ретро-стиль , -я; м. (Планета женщины 12/2010: 3)	ретро стиль	retro styl
ретро-трусики , -ов; мн. (Женские советы. Самая 3/2013: 43)	ретро трусики	retro kalhotky
ригатони , -ей; мн. (ОК! 10/2015: 63)	ригатони	rigatoni
рисунок-постер , рисунка-постера; м. (Домашний очаг 12/2018: 27)	малюнок постер	plakát (obrázkový)
робот-пылесос , робота-пылесоса; м. (Караван историй 4/2017: 123)	робот-пилосос	robotický vysavač
розацеа , нескл.; ж. (Женские советы 2/2019: 7)	розацеа	růžovka (nemoc)
рок-шик , -а; м. (ОК! 10/2015: 3)	рок-шик	rockový šik
ролик , -а; м. (1000 секретов и миллион советов 4/2015: 21)	ролик	kuličkový deodorant
роллы , -ов; мн. (Отдохни! 10/2015: 29)	роли	rolky
рольставни , -вен и -вней; мн. (Женские советы 2/2019: 11)	рольставні	předokenní rolety

романо , нескл.; с. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 118)	романо	římský salát
ротанг , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 168)	ротанг	ratan
руккола , -ы; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 112)	рукола	rukola
С		
садовод-огородник , садовода-огородника; м. (Женские советы 2/2019: 23)	садівник-городник	zahradník-ovocnář/ zahradník-sadař
сайз плюс , нескл.; м. (Женские секреты 11/2014: 1)	сайз плюс/плюс-сайз	plus size (velikost)
сальса , -ы; ж. (острый соус) (Домашний очаг 12/2012: 251)	сальса	salsa (omáčka)
самодиагностика , -и; ж. (Женские советы 2/2019: 8)	самодіагностика	autodiagnostika
самодостаточность , -и; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 158)	самодостатність	soběstačnost
самоирония , -и; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 97)	самоіронія	(sebe)ironie
само моделирование , -я; с. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 94)	само моделірованіе	vlastní modelování
самомотивация , -и; ж. (Женские советы. Самая 3/2013: 106)	самомотивація	sebemotivace
самопрезентация , -и; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 82)	самопрезентація	sebeprezentace

сафлоровый , -ая, -ое. (Женские советы. Самая 11/2014: 92)	сафлоровий	saflorový
свежесрезанный , -ая, -ое. (Женские советы. Самая 11/2014: 10)	свіжозрізаний	čerstvě řezané
сверхспособность , -и; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 65)	надздібність	superschopnost
сверхэкономичный , -ая, -ое. (Дарья 20/2015: 48)	надекономічний	superekonomický/ super ekonomický
светодиодный , -ая, -ое. (Женские советы 2/2019: 28)	світлодіодний	ledkový
свитшот , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 41)	світшот	mikina s kapucí
седорегулирующий , -ая, -ее. (Похудей 3/2015: 30)	себорегулюючий	regulující šediny
секс-выдержка , -и; ж. (Женские советы. Самая 3/2015: 64)	секс-витримка	sexuální vytrvalost
секс-коуч , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 80)	секс-коуч	sexuální kouč/ sexuální trenér
секс-сигнал , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2015: 63)	сексуальний сигнал	sexuální signál
серотонин , -а; м. (Лиза 40/2015: 30)	серотонін	serotonin
серьги-матрёшки , серёг-матрёшек; мн. (ОК! 10/2015: 45)	сережки матрьошки	náušnice matrjošky
серьги-протяжки , серёг-протяжек; мн. (Женские секреты 2-3/2020: 34)	сережки-протягання	řetízkové protahovací náušnice
сет-дизайн , -а; м. (Домашний очаг 12/2018: 92)	сет-дизайн	scénický design

сет-дизайнер , -а; м. (Домашний очаг 12/2018: 92)	сет-дизайнер	scénograf
сим-карта , -ы; ж. (1000 секретов и миллион советов 4/2015: 8)	сім-карта	SIM karta
сканворд , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 120)	сканворд	švedská křížovka
скинни-фэт , нескл.; м. (Женские секреты 11/2014: 85)	скинни фет/скинни-фет	skinny fat (postava)
скраб , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 30)	скраб	scrub
скрапбукинг , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 171)	скрапбукинг	scrapbooking
смартфон , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 170)	смартфон	smartphon
смоки-айс , нескл., с. (Женские советы. Самая 11/2014: 42)	смоки айс	kouřové líčení
смоки-макияж , -а; м. (Караван историй 6/2016: 57)	смоки макіяж	kouřové líčení/ kouřový make-up
СМС [эсэмэс], нескл.; ж. и с. (Похудей 3/2015: 22)	СМС	SMS
смузи , нескл.; с. (Караван историй 1/2011: 123)	смузі	smoothie
сникеры , -ов.; мн. (Караван историй 4/2017: 13)	снікери/снікерси	tenisky/botasky/ sneakersy
сомнолог , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 134)	сомнолог	somnolog
соцсеть , -и; ж. (Лиза 40/2015: 10)	соцмережа	sociální síť

спа-программа , -ы; ж. (Похудей 3/2015: 35)	спа програма/ спа-програма	lázeňský program
спа-ритуал , -а; м. (Караван историй 4/2017: 100)	спа-ритуал	lázeňský rituál
спа-салон , -а; м. (ОК! 10/2015: 53)	спа салон	SPA salon
спа , нескл.; м. и с. (Женские секреты 2-3/2020: 12)	спа	SPA/lázně
спагетти аль чиполлото , нескл.; с. (Похудей 5/2018: 33)	спагетти аль чиполлото	špagety al cipollotto
спам , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 70)	спам	spam
спецназ , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 52)	спецназ (косметика)	jednotka rychlého nasazení (pro pomoc vlasům)
спонж , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 61)	спонж	houbička na make-up
спрей-блеск , спрея-блеска; м. (Домашний очаг 12/2018: 66)	спрей-блиск	lesk ve spreji na vlasy
спрей-гель , спрея-геля; м. (Женские секреты 11/2014: 50)	спрей-гель	gel ve spreji na vlasy
спрей-масло , спрея-масла; м. (ОК! 10/2015: 45)	спрей-масло	olej ve spreji na vlasy
спрей-термозащита , спрея- термозащиты; м. (Женские секреты 2-3/2020: 27)	спрей-термозахист	sprej na vlasy pro tepelnou ochranu
спрей-фиксатор , спрея- фиксатора; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 59)	спрей фіксатор	fixační sprej (na make-up)
стайлер , -а; м. (Женские секреты 3/2015: 13)	стайлер	kulmofén/styler

стайлинг , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 52)	стайлінг	styling
стайлинг-крем , стайлинг-крема; м. (Женские советы. Самая 3/2015: 20)	стайлінг-крем	stylingový krém
стайлинг-продукты , -ов; мн. (Женские секреты 11/2014: 24)	стайлінг-продукти	stylingové výrobky
степаэробика , -и; ж. (Лиза 40/2015: 30)	степаеробіка/ степ аеробіка/ степ-аеробіка	step aerobik
степлер , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 32)	степлер	kancelářská sešíváčka
стик , -а; м. (Караван историй 4/2017: 97)	стік	tyčinka (kosmetika)
стилист-имиджмейкер , стилиста-имиджмейкера; м. (Женские советы 14/2015: 3)	стїліст-їмїджмейкер	stylista a image maker
стилист-парикмахер , стилиста-парикмахера; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 142)	стїліст-перукар	kadeřník a stylista
стоматолог-терапевт , стоматолога-терапевта; м. (Между нами женщинами 8/2015: 12)	стоматолог-терапевт	zubař-terapeut
стрейч , -а; м. (Планета женщины 12/2010: 11)	стрейч (штани)	strečový (strečové kalhoty)
стрелка , -и; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 62)	стрілка	šipka na očích (oční linka)
стресс-фактор , -а; м. (Караван историй 4/2017: 93)	стрес-фактор	stresový faktor
стрессоустойчивость , -и; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 79)	стресостїйкїсть	odolnost vůči stresu

стринги , -ов; мн. (Женские советы. Самая 3/2015: 29)	стринги	tanga/string/ stringové kalhotky
стриптизёрша , -и; ж. (Караван историй 4/2017: 107)	стриптизерка	striptérka
сумка-органайзер , сумки-органайзера; м. (Женские секреты 2-3/2020: 32)	сумка-органайзер/ сумка органайзер	organizér (do kabelky)
сумка-портфель , сумки-портфеля; ж. (Дарья 20/2015: 3)	сумка портфель	kabelka aktovka
сумка-пояс , сумки-пояса; ж. (Женские секреты 2-3/2020: 32)	сумка пояс/сумка-пояс	ledvinka/kabelka kolem pasu
суп-пюре , супа-пюре; м. (Лиза 40/2015: 32)	суп-пюре	krémová polévka
супер-антиоксидант , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2015: 18)	супер антиоксидант	super antioxidant
супер-эффект , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 19)	супер-ефект	super efekt
суперблестящий , -ая, -ее. (Похудей 3/2015: 33)	суперблискучий	super lesklý/ superlesklý
супервумен , нескл. (Планета женщины 12/2010: 62)	супервумен	superžena
супервыдержка , -и; ж. (Женские советы. Самая 3/2015: 64)	супервитривалість	super výdrž/ supervytrvalost
супержирожигатель , -я; м. (Женские секреты 11/2014: 90)	супержіросжигатель	super spalovač tuků
суперконцентрат , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 171)	суперконцентрат	superkoncentrat/ super koncentrat
супермодель , -и; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 120)	супермодель	supermodelka

супермягкий , -ая, -ое. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 46)	суперм'який	super měkký/superměkký
суперобъём , -а; м. (Домашний очаг 12/2018: 53)	супероб'єм	super objem/ superobjem
суперпитательный , -ая, -ое. (Планета женщины 12/2010: 25)	суперживильний	super výživný/ supervýživný
суперподдержка , -и; ж. (Планета женщины 12/2010: 43)	суперпідтримка	super podpora/ superpodpora
суперполезный , -ая, -ое. (Всё для женщины 39/2019: 32)	суперкорисний	super užitečný/ superužitečný
суперрецепт , -а; м. (Планета женщины 12/2010: 3)	суперрецепт	super recept
суперувлажняющий , -ая, -ее. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 25)	суперзволожуючий	super zvlhčující
суперцена , -ы; ж. (Лиза 40/2015: 61)	суперціна	super cena/supercena
суши-бар , -а; м. (Караван историй 1/2011: 16)	суші бар/суші-бар	sushi bar
сыворотка-праймер , сыворотки-праймера; ж. (Женские секреты 2-3/2020: 15)	сироватка-праймер	sérový primer
сыворотка-сияние , сыворотки-сияния; с. (Женские секреты 2-3/2020: 15)	сироватка-сяйво	zářivé sérum
сыворотка-спрей , сыворотки-спрея; ж./м. (Отдохни! 10/2015: 20)	сироватка-спрей	sérový sprej

Т		
тайм-менеджмент , -а; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 101)	тайм-менеджмент	time management
танцпол , -а; м. (Планета женщины 12/2010: 60)	танцпол	taneční parket
таргетный , -ая, -ое. (Женские советы. Самая 11/2014: 82)	таргетний	zaměřený/cílený
тарталетка , -и; ж. (Домашний очаг 12/2012: 239)	тарталетка	tartaletka
тартан , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 34)	тартан	tartan (látka)
текстурирование , -я; с. (Женские секреты 11/2014: 50)	текстурування	texturování
телесериал , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 166)	телесеріал	televizní seriál
тени-подводка , теней-подводки; ж. (Караван историй 6/2016: 55)	тіні-підводка	tekuté oční stíny
теобромин , -а, м. (Похудей 3/2015: 30)	теобромін	theobromin
термозащита , -ы; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 63)	термозахист	tepelná ochrana
термозащитный , -ая, -ое. (Женские советы. Самая 11/2014: 27)	термозахисний	termoochranný
термоколпак , -а; м. (Всё для женщины 39/2019: 14)	термоковпак	termokryt
термолифтинг , -а; м. (Домашний очаг 12/2018: 149)	термоліфтинг	termolifting

термосумка , -и; ж. (Женские секреты 2-3/2020: 38)	термосумка	termotaška
термоэфф<u>е</u>кт , -а; м. (Лиза 10/2015: 23)	термоэф <u>е</u> кт	tepelný účinek/ termoefekt
терри<u>н</u> , -а; м. (Домашний очаг 12/2012: 262)	терри <u>н</u>	terina
тест-полос<u>к</u>а , -и; ж. (Лиза 40/2015: 23)	тест-смужка	testovací proužek
тинт-ру<u>ч</u>ка , -и; ж. (Домашний очаг 12/2018: 210)	тінт-ру <u>ч</u> ка	rtěnka v tužce
тональни<u>к</u> , -а; м. (Всё для женщины 7/2017: 6)	тональни <u>к</u>	tónovací krém
тонирующ<u>и</u>й , -ая, -ее. (Караван историй 4/2017: 27)	тоную <u>щ</u> ий	tónovací
топ-менедж<u>м</u>ент , -а; м. (Работница 3/2018: 9)	топ-менедж <u>м</u> ент	top management
топ-мод<u>е</u>ль , -и; ж. (Женские секреты 11/2014: 85)	топ мод <u>е</u> ль	topmodel/ka
топ-стилис<u>т</u> , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 3)	топ-стис <u>т</u>	top stylistka/top stylistka
тортиль<u>я</u> , -и; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 118)	тортиль <u>я</u>	tortilla
то<u>с</u>терный , -ая, -ое. (Диетика 1/2013:85)	то <u>с</u> терный	toustový/ toustovací
травматолог-ортоп<u>е</u>д , травматолога-ортопеда; м. (Женские советы 2/2019: 29)	ортоп <u>е</u> д-травматолог/ травматолог-ортоп <u>е</u> д	traumatolog a ortoped
трайф<u>л</u> , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 108)	трайф <u>л</u>	trifle

трансгендер , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 73)	трансгендер	transgender
трансжир , -а; м. (Лиза 40/2015: 63)	трансжир	trans tuky
треггинсы , -ов; мн. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 37)	треггінси	tregíny/tregginy
трекер , -а; м. (Похудей 3/2015: 21)	трекер	tracker (osobní GPS)
трендовый , -ая, -ое. (Женские советы. Самая 3/2013: 33)	трендовий	trendy/trendový
тренинг-центр , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 80)	тренинг центр/ тренинг-центр	tréninkové centrum
тренч , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 168)	тренч	trenčkot/balonový plášť
триатлет , -а; м. (Женские советы 2/2019: 24)	триатлет	triatlonista
трикотажный , -ая, -ое. (Женские советы. Самая 3/2013: 96)	трикотаажний	úpletový/pleteninový
тук-тук , неизм.; м. (Отдохни! 10/2015: 37)	тук-тук	tuk-tuk (dopravní prostředek)
турмалиновый , -ая, -ое. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 168)	турмаліновий	turmalínový
У		
УЗИ , нескл.; с. (сокр.: ультразвуковое исследование) (Лиза. Добрые советы 3/2015: 147)	УЗД	UZ (ultrazvuk)

ультра-лифтинг , -а; м. (Планета женщины 12/2010: 54)	ультра-ліфтінг	ultra-lifting
ультра-увлажнение , -я; с. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 45)	ультра-зволоження	ultra zvlhčující
ультраблестящий , -ая, -ее. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 50)	ультраблискучий	ultra lesklý
ультралёгкий , -ая, -ое. (Женские секреты 11/2014: 22)	ультралегкий	ultralehký
ультраמודный , -ая, -ое. (Женские советы. Самая 11/2014: 38)	ультраמודний	ultramoderní/ hypermoderní
ультранежный , -ая, -ое. (Женские секреты 11/2014: 22)	ультрам'який	ultra jemný
уролог-андролог , уролога- андролога; м. (Женские советы 2/2019: 29)	уролог-андролог	urolog-androlog
утюжок , -жка; м. (Всё для женщины 3/2014: 12)	пра́ска (для воло́сся)	žehlička (na vlasy)
УФ-излучение , -я; с. (Домашний очаг 12/2018: 69)	УФ-випромінювання	UV záření
УФ-лампа , -ы; ж. (Женские советы. Самая 3/2013: 131)	УФ-лампа	UV lampa
УФ-лучи , -ей; мн. (Домашний очаг 12/2018: 26)	УФ-промені	UV paprsky
УФ-фильтр , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 44)	УФ-фільтр	UV filtr

Ф		
фарфалле , нескл.; с. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 111)	фарфалле	farfalle
фаст-кѣжуал , -а; м. (Домашний очаг 12/2018: 167)	фаст кѣжуал/ фаст-кѣжуал	rychlá neformální (restaurace)
фаст-фуд , -а; м. (Женские советы 2/2019: 15)	фаст-фуд	fast food
фен-щѣтка , -и; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 131)	фен-щѣтка	kulmofén
фертильность , -и; ж. (Работница 3/2018: 40)	фертильність	plodnost
фета , -ы; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 118)	фета	feta
фешен-индустрия , и; ж. (Женские секреты 11/2014: 18)	фешн-індустрія	módní průmysl
физвоспитание , -я; с. (Женские секреты 11/2014: 85)	фізвиховання	tělesná výchova
физподготовка , -и; ж. (Похудей 5/2018: 8)	фізпідготовка	fyzická příprava
фикс , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 160)	фікс	fix (základní mzda)
философ-моралист , философа-моралиста; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 76)	філософ-мораліст	morální filozof
фитнес , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 85)	фітнес	fitness
фитнес-батончик , -а; м. (Всё для женщины 39/2019: 9)	фітнес батончик/ фітнес-батончик	fitness tyčinka

фитнес-бикини , нескл.; с. (Похудей 3/2015: 52)	фітнес-бікіні	fitness bikini (sportovní disciplína)
фитнес-браслет , -а; м. (Похудей 3/2015: 21)	фітнес-браслет	fitness náramek
фитнес-гаджет , -а; м. (Похудей 3/2015: 20)	фітнес-гаджет	fitness přístroj/zařízení
фитнес-инструктор , -а; м. (Дарья 20/2015: 35)	фітнес-інструктор	instruktor fitness/ fitness instruktor
фитнес-клуб , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 113)	фітнес клуб	posilovna/fitko/fitnes klub
фитнес-программа , -ы; ж. (Похудей 3/2015: 22)	фітнес-програма	fitness program
фитнес-сфера , -ы; ж. (Похудей 3/2015: 14)	фітнес-сфера	oblast fitness
фитнес-трекер , -а; м. (Похудей 3/2015: 21)	фітнес-трекер	fitness tracker
фитогормон , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 53)	фітогормон	fytohormony
фитокрем , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 27)	фітокрем	fytokrém/fyto krém
фитооснова , -ы; ж. (Лиза 40/2015: 19)	фітооснова	fyto-základ/fyto základ
фитоэстроген , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 22)	фітоестроген	fytoestrogen
флосс , -а; м. (Между нами женщинами 8/2015: 12)	флос	druh zubní nitě
флюид , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2015: 22)	флюїд	tekutina/fluid/fluidum

фо , неизм.; с. (Женские советы. Самая 11/2014: 133)	фо	pho/fóčko
фонарь-электрошокер , фонаря-электрошокера; м. (Дарья 20/2015: 48)	ліхтар електрошокер/ліхтар- електрошокер	paralyzér s baterkou
фонтан-памятник , фонтана- памятника; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 135)	фонтан-пам'ятник	fontána památník
фотоконкурс , -а; м. (Дарья 20/2015: 45)	фотоконкурс	fotografická soutěž
фоторедактор , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 85)	фоторедактор	editor fotek
фотосессия , -и; ж. (Между нами женщинами 8/2015: 5)	фотосесія	focení/pózování fotografovi
фотостарение , -я; с. (Женские советы. Самая 11/2014: 29)	фотостаріння	stárnutí pleti/fotoaging
фотошоп , -а; м. (Женские секреты 11/2014: 10)	фотошоп	photoshop
фотоштора , -ы; ж. (Всё для женщины 7/2017: 12)	фотоштора	foto závěs/ dekorační závěs/ závěs s foto potiskem
френды , -ов; мн. (Женские секреты 11/2014: 78)	френди	přátelé
фрикко , нескл.; с. (Женские советы. Самая 11/2014: 114)	фріко	frico
фриттата , -ы; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 114)	фріттата	frittata
фуа-гра , нескл., с. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 124)	фуа-гра	foie gras
фуд-шоу , нескл., с. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 4)	фуд шоу	kulinářská show/ food show

фузилли , нескл.; с. (Похудей 5/2018: 34)	фузіллі	fusilli/vřetena
фэншуй , нескл.; м.и с. (1000 секретов и миллион советов 4/2015: 31)	фен-шуй	Feng Shui/Feng-šuej
Х		
хайлайтер , -а; м. (ОК! 10/2015: 49)	хайлайтер	highlighter/ zvýrazňovač
халк , -а; м. (Похудей 3/2015: 15)	халк	Hulk
хлебопечь , -и; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 120)	хлібопіч	domáci pekárna
холлофайбер , -а; м. (Всё для женщины 39/2019: 15)	холлофайбер	holofiber
хоумскулинг , -а; м. (Работница 3/2018: 30)	хоумскулінг	domáci výuka
хроноактивный , -ая, -ое. (Домашний очаг 12/2018: 35)	хроноактивний	chronoaktivní
худі , нескл.; м. (ОК! 10/2015: 54)	худі	mikina s kapucí
Ц		
цветокорректор , -а; м. (Планета женщины 12/2010: 3)	цветокоректор	korektor barev
цветопередача , -и; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 62)	відтворення кольору	přenos barev

цветотерапия , -и; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 79)	кольоротерапія	barevná terapie
цисгендер , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 73)	цісгендер	cisgender
цитокины , -ов; мн. (Женские секреты 11/2014: 53)	цитокіни	cytokiny
цыплёнок-гриль , цыплёнка-гриль; м. (Женские секреты 11/2014: 109)	курча гриль	grilované kuře
Ч		
часы-картина , часов-картины; ж. (Домашний очаг 12/2018: 199)	годинники-картина	obrazové hodiny
челси , нескл.; мн. (Женские секреты 2-3/2020: 37)	челсі	chelsea boty/ chelsea obuv
чили кон карне , нескл. (Планета женщины 12/2010: 92)	чилі кон карне	chili con carne
чокер , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 34)	чокер	čokr (příhléhavý náhrdelník kolem krku)
чудо-крем , -а; м. (Караван историй 4/2017: 96)	чудо-крем	zázračný krém
чудо-скакалка , -и; ж. (Лиза 10/2015: 28)	чудо-скакалка	zázračné švihadlo
чудо-средство , -а; с. (Женские советы. Самая 11/2014: 20)	чудо-засіб/чудо засіб	zázračný prostředek
чуррос , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 69)	чуррос	churros/churro

Ш		
шампунь-кондиционер , шампуня-кондиционера; м. (Похудей 5/2018: 42)	шампунь-кондиционер	šampon a kondicionér
шартрез , -а; м. (Женские советы. Самая 3/2015: 6)	шартрез	chartreuse (barva)
шашлычки-тефтели , шашлычков-тефтелей; мн. (Планета женщины 12/2010: 93)	шашлички-тефтели	masové kuličky na špejli
шиммер , -а; м. (Домашний очаг 12/2018: 76)	шиммер/шіммер	třpytky
шляпа-таблетка , шляпы-таблетки; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 41)	капелюх таблетка/капелюх- таблетка	toka (dámský klobouk)
шопинг-терапия , -и; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 166)	шопінг-терапія	terapie nakupováním
шопоголик , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 102)	шопоголік	shopaholik
шоу-дефиле , нескл.; с. (Отдохни! 10/2015: 3)	шоу дефіле	přehlídkové molo
шоу-программа , -ы; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 12)	шоу-програма/ шоу програм	show program
штора-перегородка , шторы-перегородки; ж. (Всё для женщины 34/2018: 14)	штора-перегородка	záclonová přepážka
штрудель , -я; м. (Лиза 10/2015: 35)	штрудель	štrúdl
шуруповёрт , -а; м. (1000 секретов и миллион советов 4/2015: 32)	шуруповерт	vrtačka

Щ		
щётка-фен , щётки-фена; ж. (Женские советы. Самая 3/2015: 19)	фен-щітка/фен щітка	kulmofén
Э		
эко-косметика , -и; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 64)	еко косметика	eko kosmetika
экокожа , -и; ж. (Отдохни! 10/2015: 5)	екошкіра	ekokůže
экономкласс , -а; м. (Лиза 10/2015: 42)	економклас/ економ клас	turistická třída
экопитание , -я; с. (Лиза 40/2015: 28)	еко-харчування	ekologické potraviny/ ekologické stravování
эксперт-расчёска , -и; ж. (Женские секреты 11/2014: 20)	експерт-гребінець	kadeřnická lopatka/ hřeben na melír
экспресс-диета , -ы; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 75)	експрес-дієта	expres dieta
экспресс-кондиционер , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 27)	експрес-кондиціонер	expresní klimatizace
экспресс-крем , -а; м. (Похудей 3/2015: 30)	експрес-крем	expres krém/ expresní krém
экспресс-маска , -и; ж. (Всё для женщины 3/2014: 11)	експрес-маска	expresní maska/expres maska

экспресс-подготовка , -и; ж. (Домашний очаг 12/2018: 211)	експрес-підготовка	expresní příprava/ expres příprava
экспресс-рецепт , -а; м. (Лиза 40/2015: 32)	експрес-рецепт	expres recept/ expresní recept
экспресс-средство , -а; с. (Планета женщины 12/2010: 3)	експрес-засіб	expresní přípravek
экспресс-тест , -а; м. (Лиза 40/2015: 22)	експрес-тест	rychltest
экспресс-укладка , -и; ж. (Женские советы 14/2015: 5)	експрес-зачіска	expresní účes/ expres účes
экспресс-уход , -а; м. (Похудей 3/2015: 27)	експрес-догляд	expresní péče
экстрим , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 101)	екстрим	extrémní sport/extrém
электроводонагреватель , -я; м. (Лиза 40/2015: 42)	бойлер	elektrický ohřívač vody
электронагреватель , -я; м. (Дарья 20/2015: 48)	електронагрівач	elektrický ohřívač
электрообогреватель , -я; м. (Дарья 20/2015: 48)	електрообігрівач	elektrický ohřívač
электропорация , -и; ж. (Лиза 40/2015: 17)	електропорація	elektroporace
электропростыня , -и; ж. (1000 секретов и миллион советов 4/2015: 8)	електропростирадла	vyhřívací deka/ vyhřívací prostěradlo
электросвеча , -и; ж. (Домашний очаг 12/2018: 28)	електросвічка	elektrická svíčka
электростимуляция , -и; ж. (Лиза 40/2015: 21)	електростимуляція	elektrostimulace
элементы-сушилки , элементов-сушилок, мн. (Планета женщины 12/2010:	елементи сушарки	vysoušeč obuvi/ vysoušeč bot

89)		
эмболизация , -и; ж. (Лиза 10/2015: 25)	емболізація	embolizace
эмолент , -а; м. (Женские советы 2/2019: 4)	емолент	emollient/emolent/ změkčovací
энотера , -ы; ж. (Домашний очаг 12/2018: 69)	енотера	pupalka (rostlina)
эффект-маска , -и; ж. (Женские секреты 2-3/2020: 17)	ефект-маска	efektivní maska
Ю		
юбка солнце , юбки солнце; ж. (Отдохни! 10/2015: 5)	спідниця сонце/ спідниця-сонце	sukně slunce/ sluneční sukně
юбка-карандаш , юбки-карандаш; ж. (Дарья 20/2015: 3)	спідниця-олівець/ спідниця олівець	sukně tužka/tužková sukně
юбка-пачка , юбки-пачки; ж. (ОК! 10/2015: 57)	спідниця-пачка/ спідниця пачка	tylová tutu sukně
А		
АНА-кислота , -ы; ж. (Лиза 10/2015: 22)	АНА кислота	АНА kyselina
al dente (Похудей 5/2018: 33)	al dente/«до зуба»	al dente (poloměkké)
AI-технология , -и; ж. (Женские секреты 2-3/2020: 41)	AI технологія	AI technologie

anti-age (Женские секреты 11/2014: 26)	anti-age/антивіковий	anti-age (proti stárnutí)
B		
baseball jacket (ОК! 10/2015: 54)	baseball jacket/ бейсбольна куртка	baseball jacket/ bomber bunda
ВВ-гель, -я; м. (Женские секреты 2-3/2020: 17)	ВВ-гель	BB gel
ВВ-крем, -а; м. (Всё для женщины 7/2017: 6)	ВВ-крем	BB Cream/BB krém
биоглиуроновый, -ая, -ое. (Женские советы. Самая 3/2013: 19)	біогліурановий	biohyaluronový
brand (Лиза. Добрые советы 3/2015: 65)	brand/бренд/ торгова марка	značka/brand
C		
casual (Планета женщины 12/2010: 9)	causal/кежл/недбалий	ležérní/neformální/ volnočasový
СС крем, -а; м. (Караван историй 6/2016: 59)	СС крем	CC Cream/CC krém
color-blocking (ОК! 10/2015: 57)	Color-blocking/ блокування кольору	color blocking/ blokování barev

F		
fashion-индустрия , -и; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 38)	fashion-індустрія	modní průmysl
fashion-история , -и; ж. (Женские советы. Самая 11/2014: 45)	fashion-історія	fashion story/příběh módy
fashion-редактор , -а; м. (ОК! 10/2015: 8)	fashion-редактор	módní redaktor
food-новости , -ей; мн. (ОК! 10/2015: 63)	їжа новости	novinky o jídle
G		
GPS-навигатор , -а; м. (Похудей 3/205: 20)	GPS-навігатор	GPS navigace
guilt-free (ОК! 10/2015: 63)	guilt-free	guiltfree/guilt-free
gumty-маникюр , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 50)	клейкий манікюр	gumová manikúra
H		
HR-менеджер , -а; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 105)	HR-менеджер/ HR менеджер	HR manager/ manažer lidských zdrojů

I		
i-wave (Женские советы. Самая 3/2013: 129)	I-wave	I-wave/i-wave (technologie)
It-girl (Женские советы. Самая 3/2015: 36)	It-girl	It girl (atraktivní mladá žena)
K		
kangoo jumps (Женские секреты 11/2014: 104)	kangoo jumps/стрибки кангу	kangoo jumps/ klokaní boty
L		
L-карнитин, -а; м. (Женские советы. Самая 3/2013: 147)	L-карнітин/Л-карнітин	L-Carnitine/L- karnitin/L-carnitin
L-карнозин, -а; м. (Домашний очаг 12/2018: 137)	L-Карнозин/Л-Карнозин	L-Carnosin/L-karnosin
life-style (Женские советы. Самая 3/2013: 36)	lifestyle/стиль життя	life style/životní styl
LPG (Лиза 40/2015: 17)	LPG	LPG
LPG-аппарат, -а; м. (Лиза 40/2015: 17)	LPG апарат	LPG zařízení

M		
MP3-плеер , -а; м. (Планета женщины 12/2010: 111)	MP3-плеер	MP3 přehrávač
must do (Женские советы. Самая 11/2014: 133)	must do/повинен зроби <u>ти</u>	must do/musíš udělat
must-have (Лиза. Добрые советы 3/2015: 54)	must-have/повинен ма <u>ти</u>	must have/musíš mít
N		
new look (Караван историй 4/2017: 75)	new look	new look/nový vzhled
Non Iron (Лиза. Добрые советы 3/2015: 37)	Non Iron	Non-iron/nežehlivý
nude (Лиза. Добрые советы 3/2015: 32)	nude	nude/tělový
O		
on-line (Похудей 5/2018: 2)	on-line/online/он-лайн/онлайн	on-line
oversize (Дарья 20/2015: 7)	oversize	oversize/nadrozměrný

P		
PP-крем , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 25)	PP-крем	PP Cream/PP krém
PR-директор , -а; м. (Женские секреты 2-3/2020: 1)	PR-директор	PR ředitel
PVD-покрытие , -я; с. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 166)	PVD покриття	PVD povlakování
R		
RF-лифтинг , -а; м. (Домашний очаг 12/2018: 149)	RF-ліфтінг	RF lifting
RF-энергия , -и; ж. (Женские секреты 11/2014: 47)	RF-енергія	RF energie
S		
self-made (woman) (Женские советы. Самая 3/2013: 36)	self-made/саморобний	self-made/vlastní výroba
skinny (джинсы) (Женские советы. Самая 3/2013: 46)	skinny/облягаючі (джинси)	skinny
Sky-техника , -и; ж. (Лиза 40/2015: 39)	Sky-техніка	Sky technologie
SMART-система , -ы; ж. (Лиза. Добрые советы 3/2015: 170)	SMART-система	smart systém

smokey eyes (Женские советы. Самая 3/2013: 89)	smoky eyes/ smokey eyes/смокі очі	smokey eyes/kouřové stíny
SOS-маска , -и; ж. (Женские секреты 2-3/2020: 17)	SOS-маска	SOS maska
SOS-средство , -а; с. (Женские советы. Самая 3/2013: 32)	SOS-засіб	SOS prostřede
SPF (Между нами женщинами 8/2015: 4)	SPF	SPF
SPF-фактор , -а; м. (Лиза. Добрые советы 3/2015:17)	SPF-фактор	SPF faktor
straight leg (джинсы) (Женские советы. Самая 3/2013: 46)	straight leg	straight leg
T		
total look (Караван историй 4/2017: 59)	total look	total look
V		
V-маска , -и; ж. (Домашний очаг 12/2018: 63)	V-маска	V-maska
W		
Wash & Go (стрижка) (Похудей 3/2015: 33)	Wash & Go	Wash & Go

wish-лист , -а; м. (ОК! 10/2015: 57)	лист бажа <u>н</u> ь/wish-лист	seznam přání
wow-эффект , -а; м. (ОК! 10/2015: 54)	ва <u>у</u> -еф <u>е</u> кт/wow-еф <u>е</u> кт	wow efekt
3D-объём , -а; м. (Похудей 3/2015: 33)	3D об' <u>е</u> м	3D objem
3D-сканер , -а; м. (Между нами женщинами 8/2015: 2)	3D скан <u>е</u> р	3D skener
3D-стекло , -а; с. (Женские секреты 2-3/2020: 35)	3D ск <u>л</u> о	3D sklo
3D-формат , -а; м. (Женские советы. Самая 11/2014: 110)	3D форм <u>а</u> т	3D formát
3D-эффект , -а; м. (Всё для женщины 7/2017: 12)	3D еф <u>е</u> кт	3D efekt
4D-кружева , 4D-кружев; мн. (Женские секреты 2-3/2020: 40)	4D мереж <u>и</u> ва	4D krajka
4D-пена , -ы; ж. (Женские секреты 2-3/2020: 40)	4D п <u>і</u> на	4D pěna

ПРИЛОЖЕНИЕ 2: ИЛЛЮСТРАЦИИ К НОВЫМ СЛОВАМ ИЗ ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛОВ

Приложение 2а: Джамперы¹



¹ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ФИТНЕС ДЖАМПЕРЫ KANGOO JUMPS. *sikumi.lv* [online] (дата обращения: 30.05.2022). Режим доступа: <https://sikumi.lv/professionalnye-fitness-dzhampery-kangoo-jumps>

Приложение 2б: Flowin²



Приложение 2в: Hobo bags³



²FLOWIN SPORT PILATES EDITION. *zbozi.cz* [online] (дата обращения: 30.05.2022). Режим доступа: <https://www.zbozi.cz/vyrobek/flowin-sport-pilates-edition/fotogalerie/>

³KABELKA PŘES RAMENO HOBO 3109 MODRÁ HOBO BAGS. *modexastyl.cz* [online] (дата обращения: 30.05.2022). Режим доступа: <https://www.modexastyl.cz/kabelky-pres-rameno/kabelka-pres-rameno-hobo-3109-modra/>

Приложение 2г: Трайфл⁴



Приложение 2д: Крамбл⁵



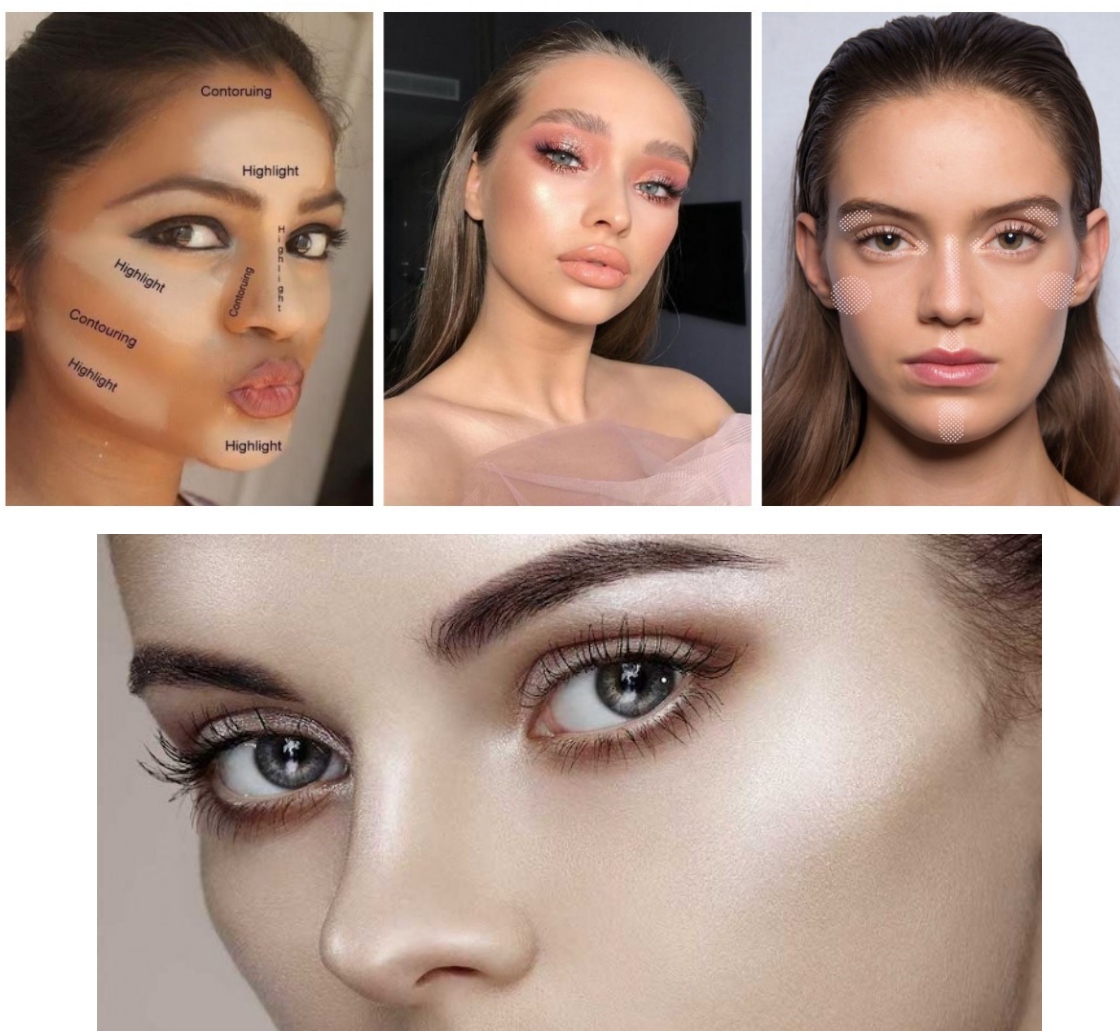
⁴КУЛИНАРНЫЕ ТРЕНДЫ: ЛЕТНИЙ ТРАЙФЛ. *edimdoma.ru* [online] (дата обращения: 30.05.2022). Режим доступа: https://www.edimdoma.ru/jivem_doma/posts/23549-kulinarnye-trendy-letniy-trayfl

⁵ЯБЛОЧНЫЙ КРАМБЛ. *webspoon.ru* [online] (дата обращения: 30.05.2022). Режим доступа: <https://webspoon.ru/receipt/yablochnyyj-krambl>

Приложение 2е: Лоферы⁶



Приложение 2ё: Highlighter⁷



⁶С ЧЕМ НОСИТЬ ЛОФЕРЫ? *discoverstyle.ru* [online] (дата обращения: 30.05.2022). Режим доступа: <http://discoverstyle.ru/s-chem-nosit-lofery/>

⁷JAK SPRÁVNĚ POUŽÍVAT HIGHLIGHTER. *moda.cz* [online] (дата обращения: 30.05.2022). Режим доступа: <https://www.moda.cz/a/jak-spravne-pouzivat-highlighter--22974>