

УДК 811.111'373.43:81'25

DOI: <https://doi.org/10.32589/2311-0821.2.2021.252109>

**К.П. Никитченко**

Київський національний лінгвістичний університет, Україна

e-mail: [kateryna.nykytchenko@knlu.edu.ua](mailto:kateryna.nykytchenko@knlu.edu.ua)

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4938-5290>

## НЕОЛОГІЗМИ-БЛЕНДИ ДИСКУРСУ ІНДУСТРІЇ МОДИ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ: СТРУКТУРНИЙ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧИЙ АСПЕКТИ

### Abstract

The article under consideration focuses on neologisms which abound in the fashion industry discourse. An enormous number of new words in this industry are of a compelling interest to linguists, though, paradoxically, these lexemes appear to be practically unknown to scholars. As a rule, new words in the fashion industry, especially blends, cause challenges in translation. Hence, the author's main objective was to reveal the structural and semantic features of new lexemes created by blending, that is by combining two other words into one. The paper provides structural classification of blends based on the order of shortened elements, interlinks and overlaps to facilitate adequate decoding. Total, partial and overlapping telescopic words were singled out and analysed accordingly. Insight into semantics of these words enabled to construct the most common taxa, among which are lexico-semantic groups 'clothes', 'footwear', 'accessories', 'beauty', 'fashion industry', 'style', 'beauty imperfections', 'trendy color', etc., represented by blends. Such blends, or telescopic words, constantly appear in the sphere of fashion and assign a formidable task to a translator. Thus, the main lexical, grammatical, lexico-grammatical transformations applied in the translation of blends are described. The results indicate that transcribing, transliteration, adaptive transcoding and explication, or the combination of them, are the most common transformations. But in the course of the research several other methods of transferring the meaning of blends were identified, namely loan translation, the creation of new blends, zero translation, omission and transposition. Profound research of fashion industry neologisms remains relevant as the process of nomination goes on.

**Keywords:** neologism, blend, telescopic word, fashion industry discourse, taxon, translation transformation.

### Анотація

Статтю присвячено вивченню неологізмів, якими рясніє дискурс індустрії моди. Величезна кількість нових слів у цій галузі викликає неабиякий інтерес лінгвістів, хоча, як це не парадоксально, ці лексеми виявляються практично не вивченими науковцями. Здебільшого нові слова в індустрії моди, особливо бленди, викликають труднощі у перекладі. Отже, основною метою автора було розкрити структурно-семантичні особливості нових лексем, що утворюються шляхом контамінації, тобто об'єднанням двох інших слів в одне. Для адекватного декодування таких слів у статті наведено структурну класифікацію блендів, в основу якої покладено порядок розташування скорочених елементів, їх накладання та взаємозв'язки між ними. Було виділено та проаналізовано повні телескопізми, часткові та телескопізми-гаплологи. Дослідження семантики цих слів дозволило сконструювати найпоширеніші таксони, серед яких виділено лексико-семантичні групи "одяг", "взуття", "аксесуари", "краса", "індустрія моди", "стиль", "недосконалість", "модний колір" тощо, які представлені блендами. Такі бленди, або телескопічні слова, постійно з'являються у сфері моди і ставлять перед перекладачем непросте завдання. У статті описано основні лексичні, граматичні та лексико-граматичні трансформації, що застосовуються при перекладі блендів. За результатами дослідження найпоширенішими трансформаціями є транскрибування, транслітерація, адаптивне транскодування та експлікація або їх комбінація. Також у ході дослідження було виявлено кілька інших методів передачі значення блендів, зокрема, калькування, створення нових блендів, нульовий переклад, опущення та транспозиція. Поглиблене вивчення неологізмів індустрії моди залишається актуальним, оскільки процес номінації триває.

**Ключові слова:** неологізм, бленд, телескопізм, дискурс індустрії моди, таксон, перекладацька трансформація.

**Вступ.** Епоха глобального консюмеризму стала каталізатором зростання та процвітання різних галузей виробництва, спрямованих на споживача, серед яких модна індустрія є безперечним лідером. Мода вже давно стала не тільки важливим чинником, що скеровує суспільні зв'язки, а й частиною бізнесу, інструментами якого є профільні вебсторінки, соціальні мережі, телебачення, тематичні журнали, які активно використовуються для рекламування модних брендів. Одними з ключових характеристик моди є її мінливість та динамічність, про що свідчить навіть саме визначення моди як "*нетривалого* панування певного смаку [...] у будь-якій сфері життя чи культури" (Герчанівська, 2015, с. 123). Така швидка динаміка розвитку фешн-індустрії обумовлює значне кількісне зростання лексики на позначення нових понять у царині індустрії моди.

Швидкоплинність дискурсу індустрії моди утримує постійний інтерес науковців не тільки до питань утворення нових лексичних одиниць, їхніх структурно-семантичних особливостей, а й проблем відтворення таких слів у перекладі. Цей чинник і визначає **актуальність** статті.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Упродовж останніх десятиліть особлива увага лінгвістів зосереджена на студіюванні неологізмів-телескопізмів, тобто словах, утворених шляхом усічення одного зі слів або частини слова. Академічні праці здебільшого висвітлюють телескопізми в ракурсі традиційного словотворення (Balteiro & Bauer, 2019) або із засад когнітивного словотвору (Бялик, 2012). Проте слова-бленди ще не були предметом системного вивчення, зокрема на матеріалі дискурсу індустрії моди. У фокусі дослідження перебуває лише загальне висвітлення лексики індустрії моди (Коваленко, 2005).

Дискурс індустрії моди як підвид інституційного дискурсу характеризується багатомірністю, інтертекстуальністю, наявністю адресатів та адресантів, що веде до множинності інтерпретацій та, відповідно, перекладацьких труднощів. До вивчення дискурсу індустрії моди в аспекті перекладознавства зверталось чимало науковців, проте об'єктом вивчення ставали лише окремі аспекти проблеми, зокрема лексика індустрії моди в художньому дискурсі (Мелько, 2017). У зв'язку з цим виникає необхідність дослідження слів-блендів індустрії моди в аспекті перекладознавства.

**Мета статті та її завдання.** *Мета* розвідки полягає у визначенні структурно-семантичних особливостей неологізмів-блендів у сучасній англійській мові сфери індустрії моди та особливостей їх відтворення засобами української мови. Для досягнення поставленої мети було вирішено низку завдань:

- з'ясовано ключові особливості дискурсу індустрії моди;
- здійснено системний аналіз неологізмів-блендів у їхньому структурно-семантичному аспекті на матеріалі дискурсу індустрії моди;
- виявлено основні перекладацькі трансформації для відтворення нової лексики моди, утвореної шляхом контамінації, засобами української мови.

**Методи та методологія проведеного дослідження.** У роботі використано низку *загальнонаукових методів* (методи індукції, аналізу та синтезу), що уможливило узагальнити теоретичні передумови вивчення неологізмів-блендів, та *спеціальних лінгвістичних методів*, а саме метод дискурсивного аналізу для визначення особливостей дискурсу індустрії моди; описовий метод та метод інформаційного пошуку для інтерпретації певних мовних фактів та явищ; залучено елементи структурного методу, представлені компонентним, словотвірним і морфологічним аналізом для дослідження семантичної та дериваційної структури неологізмів-блендів; перекладацький аналіз дозволив виокремити перекладацькі трансформації.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Англійська лексика фешн-індустрії є потужною базою, що уможливує ґрунтовніше вивчення мови як єдиного цілого та продуктивних моделей збагачення словникового запасу. Виникнення неологізмів в індустрії моди детерміноване

як зовнішніми, так і внутрішніми чинниками, серед яких чільне місце відводиться появі нових тенденцій, розвитку новітніх технологій та переосмислення дійсності чи вираження свого "я". Такі зміни відображені на вербальному рівні, а саме в дискурсі.

Вестиментарна мода – це продукт новаторства людей світу моди, що включає "сукупність опозицій і правил поєднання елементів одягу" (Підлужна & Сергієнко, 2019, с. 166). Екстраординарність та експресія в одязі покликана привернути увагу потенційного покупця та знайти ринок збуту товару. Тут у поміч стає і дискурс індустрії моди, якому властива усталена структура повідомлення / викладення інформації, яка акцентує на необхідності придбання цього товару.

У сучасних лінгвістичних розвідках термін "дискурс" має неоднозначне трактування та є об'єктом дискусій, що зумовлено природою дискурсу – його *багатомірністю*. У цій статті під дискурсом розуміється сукупність текстів, що є транслюванням "комунікативної події" між мовцями в певному контексті (Дейк, 1989). Кожен вид дискурсу як окремий суспільний інститут має свої характерні риси. Специфіка дискурсу індустрії моди визначається його *складною природою*: його межі з рекламним, медійним, а подекуди й з освітнім дискурсами розмиті. Так, часто він реалізується засобами масмедіа через журнали моди, які вважаються допоміжним сегментом.

Ще одним фактором, що зумовлює специфіку дискурсу індустрії моди, є його *мультимодусність* (Безугла, 2016), тобто співіснування двох негомогенних складників: вербального компонента, представленого заголовками, надписами в журналах чи усними коментарями, та невербального, що візуалізує новинки за допомогою фото чи кольорових палітр. Саме мультимодусність сприяє адекватності конструювання образу та перекладу нових понять у фешн-індустрії.

Лексика індустрії моди є також дискурсивним компонентом. Це насамперед лексичні одиниці з лінгвокраїнознавчим чи соціокультурним елементом та лексеми-скорочення, які засобами мовної компресії можуть виражати цілий концепт. Цікавими для дослідження видаються ті нові лексеми, що скорочені шляхом контамінації, в іншій термінології – блендінгу чи телескопії. Це можна пояснити тим, що нові предмети, об'єкти чи явища, що виникають у сфері індустрії моди здебільшого мають складну структуру та потребують деталізації чи проведення аналогій з уже наявними предметами. У словах-блендах така уважність до найменших деталей (наприклад, фасону, відтінку кольору чи оздоблення одягу) та певна "педантичність" в описі новинок йде пліч-о-пліч з простою назвою, зрозумілою не тільки фахівцю, який цікавиться модою, але й пересічному споживачеві. Таким чином, бленди спрощують розуміння реципієнтом (навіть на рівні асоціацій) та легко запам'ятовуються, привертаючи увагу своєю нестандартністю.

Хоча блендінг не новий процес у мові, він є продуктивним способом утворення нових слів. У межах дослідження методом суцільної вибірки було виокремлено 243 телескопізми із журналів *Bustle*, *Elle*, *Garage*, *Harper's Bazaar*, *Teen Vogue*, та *Vogue*. Аналіз дериваційної структури та словотвірних аспектів дозволив виділити такі **структурні типи за способом творення**:

1) **повні** неологізми-телескопізми, утворені шляхом злиття двох усічених основ за такими моделями:  $ab+cd \rightarrow ad$  (*treggings* < trousers + leggings – трегінси; *Goldendoodle* < Golden Retriever + Labradoodle – Голдендудль),  $ab+cd \rightarrow ac$  (*celebreality* < celebrity + reality TV – реаліті-шоу за участі відомої особи);

2) **часткові** неологізми-телескопізми, які виникають у результаті злиття усіченої основи одного слова з повною формою іншого  $ab+cd \rightarrow abd$  (*floordrobe* < floor + wardrobe – купа одягу, залишена на підлозі; *spatique* < spa + boutique – магазин спа-процедур та косметики;

*clicktivism* < click + activism – кліктивізм, тобто дії в соціальних медіа для організації протестів), *ab+cd*→*acd* (*normcore* < normal + core – нормкор; *Chessex girl* < Chelsea + Essex girl – заможна жінка з вульгарними гламурними смаками);

3) телескопізми-гаплогли, які мають спільний звук чи склад на стику двох компонентів (*manorexia* < man + anorexia – манорексія; *mandals* < man + sandals – мусоножки). Ця група є найменш представленою у сфері моди.

Цікаво, що вибір контамінації як способу та моделі створення неологізму може бути зумовлений не тільки мовною економією та бажанням привернути увагу, а й когнітивною природою, тобто когнітивні механізми, що лежать в основі творення нової лексичної одиниці, збігаються чи є аналогічними до тих механізмів, що залучені до утворення самого поняття чи об'єкта, який потребує номінації. У результаті схрещення порід собак голден-ретривера і пуделя виведена нова гібридна дизайнерська порода – Голдендудль. Таким чином, бленд утворився ґрунтуючись на змішуванні двох порід та відповідним зрощенням понять у свідомості людини: так званий "подвійний блендінг".

Студіювання семантики блендів фешн-індустрії дало змогу виокремити таксони сфери моди, тобто дозволило угрупувати лексеми, об'єднані спільним значенням. Такими таксонами виступають:

1) одяг, предмети гардеробу: лексико-семантична група 'Clothes' представлена антонімічними підгрупами 'ladies wear' (*camikini* < camisole + bikini – камікіні; *tankini* < tank top + bikini – танкіні), 'menswear' (*mankini* < man + bikini – менкіні; *mantyhose* < man + pantyhose – колготки для чоловіків), та 'unisex clothes' (*jorts* < jeans + shorts – джинсові шорти). Ця група є найчисельнішою та становить 23 % від усієї вибірки;

2) взуття: лексико-семантична група 'Footwear' нараховує лише 5 %, представлені здебільшого чоловічими елементами (*mandals* < man + sandals – мусоніжки);

3) прикраси: група 'Accessories' (11 %) переважно включає різні види сумочок, як жіночих (*trashion bags* < trash + fashion – сумочки з перероблених матеріалів), так і чоловічих (*murses* < male or man + purse – чоловічий варіант дамської сумочки);

4) краса: група 'Beauty' містить б'юті-продукти (*guyliner* < man + eyeliner – чоловіча підводка для очей), б'юті-процедури (*manscaping* < man and landscaping – стрижка волосся на чоловічому тілі) та абстрактні поняття (*beautility* < beauty + utility – краса і практичність), що в цілому становлять 7 %;

5) фешн-індустрія: лексико-семантична група 'Fashion industry' (13 %) налічує одиниці, що репрезентують такі мікрополя: особи, які працюють у фешн-індустрії (*Bennifer* < Ben Affleck + Jennifer Lopez – Бенніфер), події чи процеси в індустрії моди (*shopathon* < shopping + marathon – шопінг-марафон);

6) мода і стиль: ця група містить бленди (15 %), які позначають продукти, речі чи тенденції, що є трендовими (*masstige* < mass + prestige – мастиж – 1) можливість купувати престижні речі ексклюзивних брендів за демократичними цінами; 2) відносно недорогі товари масового виробництва, які продаються як нішеві / розкішні; *procaffeinating* < procrastinating + caffeine – прокофенація; *shrobing* < shoulder + robbing – шробінг);

7) дефекти чи недосконалості: до лексико-семантичної групи 'Beauty imperfections' (9 %) увійшли найменування, які в основному позначають проблеми зі шкірою чи неідеальність тіла (*maskne* < mask + acne – маскне, *flabdomen* < flab + abdomen – обвислий живіт);

8) модний колір: лексико-семантична група 'Trendy colour' (4 %) представлена модними відтінками (*bleen* < blue + green – ані голубий, ані зелений колір).

Поданий список таксонів не є вичерпним, але репрезентує лексико-семантичні групи, які найбільш яскраво представлені.

Наразі через активне зростання термінології індустрії моди, здебільшого в англomовному середовищі, актуальною проблемою для перекладача є пошук засобів адекватного відтворення цих лексем у мові перекладу. Труднощі зазвичай викликані, по-перше, відсутністю лексичних відповідників у мові перекладу. По-друге, слова-бленди є втіленням комплексної інформації про певний продукт чи послугу, а їхня семантика формує цілий образ у свідомості реципієнта, що і вносить певні труднощі в процес перекладу. Задля забезпечення точності та адекватності в перекладі фахівці в галузі перекладу часто послуговуються різноманітними трансформаціями та перекладацькими прийомами.

У результаті проведеного дослідження було виявлено, що неологізми-телескопізми в більшості випадків трансформуються за допомогою **транслітерації**, наприклад, *Maskne: how to take care of your skin while wearing a face mask* (Pitcher, 2020) – **Маскне**: як доглядати за шкірою обличчя, коли носиш маску, чи **транскрибування**, як у реченні *"Plogging" is a fitness trend for the environment* (Belle, 2018) – **Плоггінг** – це екологічний фітнес-тренд. Однак, було з'ясовано, що, незважаючи на утворення нових номінацій, при застосуванні зазначених вище трансформацій для повноцінного перекладу пізніше в тексті перекладач застосовує **експлікацію**, оскільки транслітерування чи транскрибування не надало б читачеві вичерпної інформації: *Маскне – новий термін, утворений поєднанням 'mask' і 'acne' – висипання, які виникають від частого й тривалого перебування в масці* ("Маскне, чутливість, сухість", 2020), або ж роз'яснення надається просто в дужках: *плоггінг (pluck up – "підбирати" і jogging – "біг підтюпцем")*.

Саме комбінування транслітерування / транскрибування та експлікації є найпоширенішим перекладацьким прийомом, що можна пояснити специфікою лексики індустрії моди. Нові предмети одягу, тренди чи явища, що виникають у цій сфері, потребують не тільки номінації, а й детального опису, який дозволяє читачеві зрозуміти, чим цей предмет гардеробу відрізняється від вже відомого. До речі, пояснення зазвичай наявні і в тексті-оригіналі: *We're living in cozy shackets this fall. We all need this versatile layer that melds shirts and jackets* (Lesavage, 2021) – Зручний **шакет** – найпопулярніший цього сезону. Нам усім потрібен цей універсальний верхній одяг, який є гібридом жакета й сорочки.

З метою досягнення перекладацької еквівалентності можуть застосовуватися такі міжмовні перетворення, як: **змішане транскодування** (транскрибування з елементами транслітерації) або **адаптивне транскодування** (адаптація форми слова до фонетичних чи граматичних норм вихідної мови). Наприклад, таке "пристосування" може спостерігатися при відтворенні українською мовою прикметників фешн-індустрії: *cosmeceutical*, що є блендом слів *cosmetics* та *pharmaceuticals*, перекладається як *космецевтичний*. Аналогічної трансформації зазнає слово *jeggings*, що є блендом слів *jeans* та *leggings*: *джеггінси* – легінси, які стилізовані під джінси, що облягають фігуру.

**Калькування** – тип перекладацької трансформації з дослівним або буквальним перекладом. Варто зазначити, що цей прийом часто застосовується в перекладі термінів-складних слів. Отже, за умов відтворення шляхом калькування неологізмів-блендів, які теж мають складну структуру, їхні компоненти можуть зазнавати декодування та процесів, зворотних контамінації. У результаті бленд може розпадатися на два окремих слова, як це сталося з телескопізмом *flabdomen*, який в українській мові еквівалентний словосполученню "дряблий живіт". Проте калькування може вести і до **створення нового бленда**, оказіонального за своєю природою. Зіставимо фрагмент статті англomовного видання *Vogue* із аналогічним виданням в Україні: *Every year, on the day after Halloween, another Movember begins: The men around you suddenly start growing out their mustaches* (Dancer, 2019) – *Настав найволохатіший місяць року. Завдяки святу "Мовембер" (Movember) або "Вусонад" (словозлиття з англ. Moustache – вуса*

*i november – листопад*), упродовж усього листопада маєте офіційний привід, щоб відростити вуса ("Що таке "вусопад" ", 2020). Тут бленд *Movember* замінено спочатку транслітерованим відповідником, а потім okazіоналізмом *Вусопад*.

За відсутності ж влучного еквівалента чи недоречності відтворення звукової форми неологізму застосовується лише **експлікація** або **описовий переклад**, наприклад: *troulottes* < *trousers* + *culottes* перекладаються як "широкі штани, які не закривають щиколотки". Факт відсутності відповідного бленда в мові перекладу може стати причиною **опущення** цього слова в процесі перекладу: *Think you've escaped the influence of the fashion portmanteau? Think: Athleisure, shrobing and troulottes. But now there's another fashion mash-up on our radars – one that we're happy to add to our styling vocab: midaxi. Just as it sounds, 'midaxi' is a mix between 'midi' and 'maxi', in reference to hemlines* (Chang, 2018) – *Думаєте вам вдалось уникнути впливу модних слів-гібридів? Подумайте: атлеже, шробінг... Але тепер на наших радарх є ще одна модна суміш, яку ми раді додати до нашого стилю: мідаксі. Є блендом слів "міді" та "максі", що вживається стосовно довжини подолу.* Так, на відміну від інших слів-блендів в аналізованому фрагменті тексту, слово *troulottes* не має єдиної лексеми в українській мові, а використання суто описового методу суперечить комунікативно-прагматичній меті, тому слово просто опускається. Водночас бленди *athleisure* (від *athletics* + *leisure*) та *shrobing* (від *shoulder* + *robbing*) фіксують два варіанти перекладу: "атлеже / носіння спортивного одягу на постійній основі" та "шробінг / носіння плечових виробів таким способом, що одяг приспускається з плечей".

Серед вокабуляру індустрії моди поширеними є слова, трансформовані за допомогою **нульового перекладу**, тобто ті випадки, коли слова передаються в мові перекладу в чужомовній (англійській) графічній формі. Цей факт пояснюється тим, що залучення суто описового перекладу є достатньо громіздкий (особливо, якщо поняття повторюється в тексті), а транслітерація чи транскрибування не вдалі з погляду фонетики мови реципієнта. Відповідно, неперекладені слова-бленди виступають варваризмами. Наприклад: *And what is Janxiety? As the Evening Standard explains, it's the sensation of plummeting from your holiday high back to reality, with a struggling bank balance and a diary full of already broken resolutions* (Dixon, 2019) – *Що це Janxiety? Як пояснює британська газета Evening Standard, це різке погіршення психологічного стану, яке наздоганяє нас після закінчення свят, коли ми повертаємось до звичайного життя з порожньою банківською карткою та щоденником вже порушених обіцянок.* Ця стратегія перекладу блендингової одиниці *Janxiety* (January + anxiety) виправдана з метою запобігти подальшому нагромадженню тексту.

Нульовий переклад використовується і такому випадку: бленд *trashion* < trash + fashion так і залишається іноземним елементом в українськомовному перекладі, хоча він і співіснує із синонімічним терміном *треш* на позначення моди чи речей, створених із перероблених матеріалів. Останній є прикладом **опущення** в перекладі, коли суфікс *-ion*, що репрезентує елемент *fashion*, не відображений у перекладі.

Окрім граматичної трансформації опущення, під час передачі комплексного семантичного навантаження англійськомовного телескопізму часто залучається **перестановка**, тобто зміна порядку розташування мовних елементів у тексті перекладу порівняно з текстом оригіналу. *Madonna wears a pair of McQueen Bumster jeans in an advertisement for MTV* (Tashjian, 2018) – *Мадонна одягає джинси-бамстери від МакКвін у рекламі MTV.* Відбулася не тільки перестановка слів *Bumster* (від *bum* + *hipster*) і *jeans*, а й злиття цих двох слів в одне, тобто словоскладання, та додавання закінчення, що обумовлено синтетичністю та флективністю української мови. Новотвір має значення "джинси з низькою посадкою, які оголюють верхню частину сідниць".

Слід зазначити, що багато блендів сфери індустрії моди ще не перекладені українською мовою. Це пов'язано зі швидким темпом розвитку цієї галузі, тому перерахований нами

список способів перекладу гіпотетично не вичерпний та може оновлюватися іншими перекладацькими трансформаціями. Щодо наявності декількох варіантів перекладу, то рекомендовано використовувати "традиційний", уже закріплений спосіб.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Здійснений аналіз семантико-структурних особливостей неологізмів-блендів та специфіка їх співвіднесення з українськими еквівалентами дають змогу поглибити розуміння способів утворення неологізмів у сфері індустрії моди. За результатами проведеного дослідження було виокремлено три структурні типи слів-блендів (повні, часткові неологізми-телескопізми та телескопізми-гаплогли) та їхні лексико-семантичні групи, а саме: "одяг", "взуття", "прикраси", "краса", "фешн-індустрія", "мода і стиль", "дефекти чи недосконалість", "модний колір", серед яких таксон 'Clothes' домінує, нараховуючи 23 % блендів від усієї вибірки. Також у статті описано різні перекладацькі трансформації чи їх комбінування при відтворенні цих блендів. Аналіз матеріалу уможливив виокремлення лексичних (транслітерація, транскрибування, адаптивне транскодування, калькування, створення нового бленда), граматичних (опущення, перестановка) та лексико-граматичних трансформацій (експлікація, нульовий переклад), що застосовуються при перекладі блендів індустрії моди.

Перспективу подальших розвідок становить поглиблення досліджень появи нових слів, зокрема неологізмів-блендів, та способів відтворення термінів індустрії моди засобами української мови.

#### ЛІТЕРАТУРА

- Безугла, Т. А. (2016). Візуалізація мовленнєвоактових складових у рекламному тексті. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*, 84(1), 57-63.
- Бондаренко, О. М., & Приходько, Е. С. (2016). Бленди англійської мови: етимологія, морфологія, семантика (на матеріалі текстів галузі моди). *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*, 11, 26-28.
- Бялик, В. Д. (2012). *Епістемологія лексичного квантора: монографія*. Чернівці: Золоті литаври.
- Герчанівська, П. Е. (2015). *Культурологія: термінологічний словник*. Київ: Національна Академія керівних кадрів культури і мистецтв.
- Дейк, Т. А. Ван. (1989). *Язык. Познание. Коммуникация*. Москва: Прогресс.
- Коваленко, Г. М. (2005). *Англійська лексика моди XX-XXI століть* (Кандидатська дисертація). Київський національний університет ім. Т. Шевченка, Київ.
- Мелько, Х. Б. (2017). Особливості перекладу термінології моди в англійській мові (на матеріалі романів Софі Кінсели). *Львівський філологічний часопис*, 1, 44-48.
- Підлужна, І. А., & Сергієнко, М. С. (2019). Відтворення особливостей перекладу дискурсу індустрії моди. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія Філологія*, 41(2), 166-169.
- Balteiro, I., & Bauer, L. (2019). Introduction. *Lexis – Journal. English Lexicology. Blending in English*, 14. doi: 10.4000/lexis.4085

#### ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

- Маскне, чутливість, сухість: хто винен і що робити. (2020, 18 червня). *Vogue UA*. Взято з <https://vogue.ua/ua/article/beauty/kozha/chto-takoe-maskne-i-kak-s-etim-borotsya-govorit-vrach.html>
- Що таке "вусопад" або чому в листопаді всі відрощують вуса. (2020, 04 листопада). *Vogue UA*. Взято з <https://vogue.ua/ua/article/vogueman/ukhod/chto-takoe-usabr-ili-pochemu-v-noyabre-vse-otrashchivayut-usy.html>

- Belle, E. (2018, February 6). "Plogging" is a fitness trend for the environment. *Teen Vogue*. Retrieved from <https://www.teenvogue.com/story/plogging-environmental-fitness>
- Chang, M. (2019, June 18). Why the 'midaxi' hem is the only thing you should wear this winter. *Elle Australia*. Retrieved from <https://www.elle.com.au/fashion/midaxi-dresses-20724>
- Dancer, R. (2019, October 30). Billie launched a Movember Campaign – because women have mustaches too. *Teen Vogue*. Retrieved from <https://www.teenvogue.com/story/billie-movember-mustache-campaign>
- Dixon, E. (2019, January 6). This phenomenon could be the reason you're not feeling your best in January. *Bustle*. Retrieved from <https://www.bustle.com/p/what-is-janxiety-if-youre-miserable-at-this-time-of-year-youre-not-alone-15652749>
- Hargrave, H. (2018, November 12). 6 Stylish habits to teach your kids early on. *Harper's Bazaar*. Retrieved from <https://www.harpersbazaar.com/culture/junior/style/stylish-habits-to-teach-your-kids>
- Lesavage, H. (2021, October 13). We're living in cosy shackets this fall. *Harper's Bazaar*. Retrieved from <https://www.harpersbazaar.com/fashion/trends/g37929470/shacket-womens-shirt-jacket/>
- Pitcher, L. (2020, July 17). Maskne: how to take care of your skin while wearing a face mask. *Teen Vogue*. Retrieved from <https://www.teenvogue.com/story/what-is-maskne-how-to-take-care-of-your-skin>
- Tashjian, R. (2018, March 8). From McQueen to McDonald's, a history of low-rise jeans. *Garage*. Retrieved from [https://garage.vice.com/en\\_us/article/qvw7vd/from-mcqueen-to-mcdonalds-a-history-of-low-rise-jeans](https://garage.vice.com/en_us/article/qvw7vd/from-mcqueen-to-mcdonalds-a-history-of-low-rise-jeans)

## REFERENCES

- Bezuhla, T. A. (2016). Vizualizatsiya movlennyevoaktivnykh skladovykh u reklamnomu teksti. *Visnyk KHNU imeni V. N. Karazina. Seriya: Inozemna filolohiya. Metodyka vykladannya inozemnykh mov*, 84(1), 57-63.
- Bondarenko, O. M., & Prykhod'ko, E. S. (2016). Blendy anhliys'koyi movy: etymolohiya, morfolohiya, semantyka (na materialy tekstiv haluzi mody). *Aktual'ni problemy filolohiyi ta perekladnavstva*, 11, 26-28.
- Byalyk, V. D. (2012). *Epistemolohiya leksychnoho kvantora: monohrafiya*. Chernivtsi: Zoloti lytavry.
- Herchaniv's'ka, P. E. (2015). *Kul'turolohiya: terminolohichnyj slovnyk*. Kyiv: Natsional'na Akademiya kerivnykh kadriv kul'tury i mystetstv.
- Deyk, T. A. Van. (1989). *Yazyk. Poznanye. Kommunikatsyya*. Moskva: Progress.
- Kovalenko, H. M. (2005). *Anhliys'ka leksyka mody XX-XXI stolit'* (Kandydats'ka dysertatsiya). Kyivs'kyj natsional'nyj universytet im. T. Shevchenka, Kyiv.
- Mel'ko, KH. B. (2017). Osoblyvosti perekladu terminolohiyi mody v anhliys'kiy movi (na materialy romaniv Sofi Kinsely). *L'vivs'kyj filolohichnyj chasopys*, 1, 44-48.
- Pidluzhna, I. A., & Serhiyenko, M. S. (2019). Vidtvorennya osoblyvostey perekladu dyskursu industriyi mody. *Naukovyy visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya Filolohiya*, 41(2), 166-169.
- Balteiro, I., & Bauer, L. (2019). Introduction. *Lexis – Journal. English Lexicology. Blending in English*, 14. doi: 10.4000/lexis.4085

## DZHERELA ILYSTRATYVNOHO MATERIALY

- Maskne, chutlyvist', sukhist': khto vynyen i shcho robyty (2020, 18 chervnya). *Vogue UA*. Vziato z <https://vogue.ua/ua/article/beauty/kozha/chto-takoe-maskne-i-kak-s-etim-borotsya-govorit-vrach.html>



- Shcho take "vusopad" abo chomu v lystopadi vsi vidroshchuyut' vusa. (2020, 04 lystopada). *Vogue UA*.  
Vziato z <https://vogue.ua/ua/article/vogueman/ukhod/chto-takoe-usabr-ili-pochemu-v-noyabre-vse-otrashchivayut-usy.html>
- Belle, E. (2018, February 6). "Plogging" is a fitness trend for the environment. *Teen Vogue*.  
Retrieved from <https://www.teenvogue.com/story/plogging-environmental-fitness>
- Chang, M. (2019, June 18). Why the 'midaxi' hem is the only thing you should wear this winter. *Elle Australia*. Retrieved from <https://www.elle.com.au/fashion/midaxi-dresses-20724>
- Dancer, R. (2019, October 30). Billie launched a Movember Campaign – because women have mustaches too. *Teen Vogue*. Retrieved from <https://www.teenvogue.com/story/billie-movember-mustache-campaign>
- Dixon, E. (2019, January 6). This phenomenon could be the reason you're not feeling your best in January. *Bustle*. Retrieved from <https://www.bustle.com/p/what-is-janxiety-if-youre-miserable-at-this-time-of-year-youre-not-alone-15652749>
- Hargrave, H. (2018, November 12). 6 Stylish habits to teach your kids early on. *Harper's Bazaar*. Retrieved from <https://www.harpersbazaar.com/culture/junior/style/stylish-habits-to-teach-your-kids>
- Lesavage, H. (2021, October 13). We're living in cosy shackets this fall. *Harper's Bazaar*. Retrieved from <https://www.harpersbazaar.com/fashion/trends/g37929470/shacket-womens-shirt-jacket/>
- Pitcher, L. (2020, July 17). Maskne: how to take care of your skin while wearing a face mask. *Teen Vogue*. Retrieved from <https://www.teenvogue.com/story/what-is-maskne-how-to-take-care-of-your-skin>
- Tashjian, R. (2018, March 8). From McQueen to McDonald's, a history of low-rise jeans. *Garage*. Retrieved from [https://garage.vice.com/en\\_us/article/qvw7vd/from-mcqueen-to-mcdonalds-a-history-of-low-rise-jeans](https://garage.vice.com/en_us/article/qvw7vd/from-mcqueen-to-mcdonalds-a-history-of-low-rise-jeans)

Дата надходження до редакції 29.11.2021  
Ухвалено до друку 21.12.2021

#### Відомості про автора

<p><b>Никитченко Катерина Петрівна,</b></p> <p>кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології і перекладу імені проф. І.В. Корунця, Київський національний лінгвістичний університет e-mail: <a href="mailto:kateryna.nykytchenko@knl.u.edu.ua">kateryna.nykytchenko@knl.u.edu.ua</a></p>		<p><b>Сфера наукових інтересів</b></p> <p>Зіставна лексикологія, словотворення, когнітивна лінгвістика, постмодерністський художній текст</p>
---	---	---