

Національний університет "Острозька академія"
Інститут лінгвістики
Кафедра англійської філології

Кваліфікаційна робота

на здобуття освітнього ступеня магістра
на тему:

Термінологія моди: походження, семантика та особливості у виданнях для
загалу та спеціальній літературі

Виконала: студентка II курсу, групи ЗМА-2
спеціальності: 035 Філологія
спеціалізації: 035.041 Германські мови та літератури
(переклад включно), перша - англійська
Породюк Юлія Юріївна
Керівник: кандидат філологічних наук,
доцент Коцюк Л. М.

Рецензент: _____
науковий ступінь, звання, прізвище, ім'я, по батькові

Роботу розглянуто і допущено до захисту
на засіданні кафедри англійської філології
протокол № _____ від "____" _____ 2025 р.
Зав. Кафедри _____ Анатолій ХУДОЛІЙ

Острог - 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОДНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ	8
1.1. Проблема визначення поняття «термін»: історія та сучасні підходи	8
1.2. Класифікація термінів та критерії їх систематизації	12
1.3. Поняття моди: соціокультурний та лінгвістичний аспекти	18
1.4. Функції та роль модної термінології у сучасному суспільстві та ЗМІ	22
Висновки до розділу 1	28
РОЗДІЛ 2. ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТЕРМІНОЛОГІЇ МОДИ	29
2.1. Історичні етапи становлення модної термінології	29
2.2. Запозичення у модному дискурсі: французькі, італійські, англійські та інші джерела	35
2.3. Особливості адаптації іншомовних термінів в українській та англійській мовах	42
2.4. Співвідношення наукової та публіцистичної модної термінології	48
Висновки до розділу 2	54
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ МОДНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ У ВИДАННЯХ ДЛЯ ЗАГАЛУ (НА ПРИКЛАДІ ЖУРНАЛУ “VOGUE”)	55
3.1. Обґрунтування вибору видання як джерела матеріалу	55
3.2. Лексико-семантична класифікація термінів у журналі “Vogue”	56

	3
3.3. Семантичний аналіз ключових модних термінів у статтях	60
3.4. Динаміка змін термінів у сучасному модному дискурсі мас-медіа	73
Висновки до розділу 3	78
ВИСНОВКИ	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ	82

ВСТУП

Дослідження модної термінології привертає увагу лінгвістів, культурологів, дизайнерів та фахівців із модного менеджменту вже кілька десятиліть. У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі виділяють кілька основних напрямів: семантичний аналіз модних термінів, історико-етнографічне вивчення модних понять, а також дослідження комунікативної функції мови моди у професійному та масовому дискурсі. Так, низка робіт присвячена класифікації модних термінів за ознаками стилю, часу виникнення та сфери використання, а також аналізу їх запозичень з інших мов.

Водночас існує певний розрив між дослідженнями професійної та популярної модної термінології. Спеціалізовані джерела здебільшого охоплюють точність і відповідність термінів історико-культурним та професійним стандартам, тоді як популярні видання та медіа надають термінам емоційного забарвлення і спрощують їхнє значення. Це створює мовну неоднорідність та ускладнює формування єдиного термінологічного простору.

Незважаючи на наявні дослідження, питання систематизації та класифікації модних термінів у різних типах джерел, а також відстеження їх еволюції у сучасному інформаційному просторі залишається недостатньо вивченим. Особливо мало уваги приділено вивченню впливу глобалізаційних та локальних тенденцій на трансформацію значень термінів і на їхню комунікативну функцію.

Актуальність даного дослідження обумовлена потребою у комплексному аналізі сучасної модної термінології, що включає як історичне та семантичне вивчення термінів, так і дослідження їх практичного використання у різних типах джерел. Це дозволяє не лише систематизувати терміни та створити єдину мовну базу для фахівців і широкої аудиторії, але й глибше зрозуміти культурні, соціальні та економічні процеси, які відображаються у сучасній моді.

Об’єкт дослідження – мова моди та система термінів, що використовуються у сучасних модних виданнях, як для широкої аудиторії, так і у спеціалізованій літературі.

Предмет дослідження – походження, семантика та функціональні особливості модних термінів, їх вживання у різних типах видань та відмінності у представленні термінології для загальної і професійної аудиторії.

Мета дослідження – комплексне вивчення термінології моди з метою визначення походження та семантики модних понять, виявлення специфіки їх використання у виданнях для загалу та спеціальній літературі, а також систематизації знань для формування єдиного мовного простору у сфері моди.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати історію та сучасні підходи до визначення поняття «термін» у лінгвістиці та спеціальних дисциплінах.
2. Виявити класифікаційні критерії та систематизувати різновиди термінів, зокрема тих, що використовуються у сфері моди.
3. Розглянути поняття моди з соціокультурного та лінгвістичного аспектів, визначити його роль у комунікації та культурних процесах.
4. Визначити функції та значення модної термінології у сучасному суспільстві, медіа та масовій комунікації.
5. Дослідити історичні етапи формування та розвитку модної термінології.
6. Проаналізувати запозичення модних термінів із французької, італійської, англійської та інших мов, а також їх адаптацію в українській і англійській мовах.
7. Виявити співвідношення наукової та публіцистичної модної термінології та особливості їх використання у різних типах видань.
8. Провести лексико-семантичний та семантичний аналіз ключових модних термінів на прикладі журналу “Vogue”.

9. Виявити динаміку змін термінів у сучасному модному дискурсі мас-медіа та простежити тенденції їх трансформації.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному аналізі модної термінології з урахуванням її походження, семантики та особливостей використання у виданнях для загалу та спеціальній літературі. Вперше здійснено систематизацію термінів модної сфери, виявлено закономірності їх запозичення з інших мов та адаптації в українському та англійському мовному середовищі, а також простежено різницю у поданні термінів у публіцистичних та наукових джерелах. Дослідження дозволяє виявити динаміку трансформації термінів у сучасному модному дискурсі та окреслити особливості комунікації у сфері моди, що забезпечує новий рівень розуміння взаємозв'язку мови та культури у контексті модної індустрії.

Для досягнення мети роботи використовувались комплекс **методів дослідження**. Теоретичні методи включали аналіз, синтез та порівняння, які дозволили визначити ключові поняття, класифікаційні ознаки термінів та історичні аспекти їх формування. Лінгвістичний аналіз та семантичний розбір забезпечили глибоке вивчення значення термінів та особливостей їх вживання у різних типах видань. Емпіричні методи, зокрема контент-аналіз статей журналу «Vogue», дали змогу виявити закономірності використання термінів у сучасних медіа та простежити тенденції їх трансформації в масовій комунікації.

Теоретичне значення роботи полягає у поглибленні наукового розуміння структури та функцій модної термінології, уточненні її класифікації, аналізі семантики та механізмів адаптації іншомовних запозичень. Отримані результати сприяють розвитку лінгвістичної науки, культурології та дослідженню міжмовної взаємодії у професійних та публіцистичних дискурсах.

Практичне значення дослідження проявляється у можливості використання його результатів у викладанні дисциплін, пов'язаних із

модою, журналістикою та культурологією, а також у підготовці фахівців модної індустрії, стилістів, журналістів та перекладачів. Крім того, систематизована інформація про модну термінологію може стати основою для створення глосаріїв, словників та довідників, що забезпечить уніфікацію термінів та підвищення рівня професійної комунікації як у спеціалізованих, так і в публіцистичних виданнях.

Структура та обсяг роботи. Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

Перший розділ присвячено теоретико-методологічним засадам дослідження і охоплює питання визначення поняття «термін», його історію та сучасні підходи, класифікацію термінів та критерії їх систематизації, а також розкриває поняття моди з соціокультурного та лінгвістичного аспектів і досліджує функції та роль модної термінології у сучасному суспільстві та медіа.

Другий розділ зосереджено на джерелах формування та розвитку модної термінології, простежує історичні етапи її становлення, аналізує запозичення з інших мов та їх адаптацію в українській і англійській мовах, а також вивчає співвідношення наукової та публіцистичної модної термінології.

Третій розділ має практичну спрямованість і присвячений аналізу використання модної термінології у виданнях для загалу, на прикладі журналу «Vogue». У ньому здійснюється лексико-семантичний та семантичний аналіз термінів, оцінюється динаміка їх змін у сучасному медійному дискурсі, а також визначаються тенденції розвитку мови моди.

Загальний обсяг роботи становить 91 сторінки друкованого тексту.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОДНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

1.1. Проблема визначення поняття «термін»: історія та сучасні підходи

В сучасному світі, насиченому інформацією та швидким розвитком усіх сфер життя, поняття “термін” стає необхідним інструментом для точного визначення та обговорення різноманітних явищ та концепцій. Відмінності у використанні термінів у точних науках та гуманітарних дисциплінах створюють необхідність в чіткому визначенні самого поняття “термін” та його класифікації.

У роботі М. Саламахи визначено термін як слово, що повністю зливається з поняттям, має стилістичну нейтральність та відсутність синонімів та омонімів. Це означає, що термін використовується для точного і однозначного позначення понять у наукових та технічних текстах, не маючи альтернатив або можливості сприйняття у різних контекстах [51, с. 50]. Однак, важливо розуміти, що у деяких випадках поняття може мати декілька значень, тому необхідно уникати однозначного визначення термінів без врахування специфіки дослідження.

Поняття “термін” можна визначити як спеціалізоване слово або термінологічний термін, який має чітко визначене значення в певній галузі знань або дисципліні. Щодо його класифікації, слід звернути увагу на такі явища, як детермінологізація, термінологізація та ретермінологізація:

Детермінологізація відбувається, коли термін переходить до загальноновживаної лексики, втрачаючи свою специфічність. Це може статися через широке використання терміна у різних контекстах, що призводить до його загальної розповсюженості та зниження ступеня спеціалізації.

Термінологізація, навпаки, передбачає перехід загальновживаного слова до терміна, коли воно стає спеціальним терміном у певній галузі. Це може відбуватися за рахунок спеціалізації і точного визначення терміну для використання в конкретному контексті.

Ретермінологізація відбувається, коли термін переносять з однієї терміносистеми до іншої зі збереженням його значення. Це може статися у зв'язку з розвитком наукової думки, зміною підходів або в контексті міжнародних стандартів.

Поняття “термін” може бути визначене як слово або фраза, яке використовується для точного і однозначного позначення певного поняття в конкретній галузі знань. Щодо класифікації термінів, вони можуть бути розділені на загальновживані та спеціалізовані. Проте, деякі дослідники, зокрема В. Карабан, вважають, що різниця між цими категоріями не завжди є чіткою, оскільки будь-яке слово може стати терміном після процесу термінологізації [19].

Поняття “термін” можна визначити як спеціалізоване слово чи вираз, що має чітке і однозначне значення в певній науковій, технічній чи професійній галузі. Згідно з визначенням А. Коваленка, терміни формують терміносистеми, які є групами термінів, об'єднаних спільною сферою знань і використовуються для опису конкретних понять у цій галузі [6, с. 259].

Слова можуть мати різні значення у загальновживаній мові, але однозначності набувають у контексті конкретної термінології [32]. Це особливо важливо в сучасному світі, де з'являються нові терміни та галузі моди, що вимагає постійного уточнення і систематизації термінологічного апарату.

Основні характеристики термінів вказують на їхню роль у терміносистемі як частину контексту, але вони також можуть існувати ізолювано, особливо в спеціалізованих текстах, наприклад, у реєстрах чи наказах з технічної галузі. Важливою особливістю термінів є їхня однозначність, яка характеризується не загальною мовою, а межами

термінології [32].

Проблема визначення поняття «термін» є однією з ключових у сучасній лінгвістиці, термінознавстві та спеціальних дисциплінах. Вона привертає увагу дослідників вже протягом багатьох десятиліть, оскільки точне визначення цього поняття є необхідним для формування системи наукової та професійної комунікації [12, с. 45]. Історично термін розглядався як спеціалізоване слово або словосполучення, що позначає певне поняття у конкретній галузі знань і відрізняється від загально мовного слова точністю значення та стабільністю використання [7, с. 102]. У класичних працях XIX століття терміни розглядалися переважно як засіб формалізації наукової думки, що дозволяє уникати двозначності та забезпечує взаєморозуміння між фахівцями [33, с. 78].

З розвитком термінознавства у XX столітті підхід до визначення терміну значно ускладнився. Було запропоновано декілька концепцій, які розрізняються за методологічною основою та акцентами. Одні дослідники підкреслювали лінгвістичний аспект терміну, розглядаючи його як слово з чітко визначеним семантичним ядром і стабільним словотвірним складом [21, с. 56]. Інші акцентували увагу на функціональному підході, розглядаючи термін як інструмент когнітивної діяльності, що виконує роль у класифікації знань та організації інформації у певній галузі [5, с. 89]. Важливим є і соціокультурний аспект: термін не існує поза спільнотою фахівців, він формується та функціонує в межах професійного дискурсу, а його вживання регламентується нормами конкретної наукової чи практичної сфери [44, с. 110].

У сучасних наукових підходах термін визначається як спеціальне мовне позначення поняття, яке характеризується точністю, однозначністю та стабільністю значення в межах конкретної галузі знань [18, с. 69]. Дослідники наголошують, що термін виконує не лише когнітивну функцію, а й комунікативну, оскільки забезпечує ефективну передачу інформації між фахівцями та сприяє розвитку професійної дискусії [27, с. 33]. Особливу

увагу приділяють і структурним ознакам терміну: він має чітко визначену морфологічну форму, семантичну стабільність та специфічне поєднання з іншими термінами у словниках і текстах фахової літератури [61, с. 92].

Важливим напрямом сучасних досліджень є класифікація термінів за різними критеріями: за походженням, за сферою використання, за структурною організацією та за функціями у дискурсі [3, с. 121]. Так, окремі автори виділяють терміни міжнародного використання, національні терміни та внутрішньогалузеві, які функціонують лише в межах певної професійної спільноти [49, с. 76]. Крім того, досліджується проблема синонімії та омонімії у термінах, що є важливою для створення глосаріїв і словників [15, с. 54]. Значну увагу приділяють також запозиченням і адаптації термінів з інших мов, що є характерним для сучасного глобалізованого наукового середовища [72, с. 38].

Сучасні підходи до вивчення терміну поєднують лінгвістичні, когнітивні та соціокультурні аспекти, що дозволяє розглядати його не лише як мовну одиницю, а як складний феномен, який відображає розвиток науки, професійних практик та культурних цінностей [8, с. 99]. При цьому значна увага приділяється контекстуальному використанню термінів у наукових текстах, виданнях для спеціалістів і широкій аудиторії, оскільки від цього залежать точність передачі інформації та ефективність комунікації [39, с. 112]. Дослідження проблеми визначення терміну у сучасній науці дозволяє не лише уточнити його зміст, а й розробити методики аналізу термінології, систематизації та адаптації нових понять, що особливо важливо у швидкозмінних сферах знань, до яких належить і модна індустрія [55, с. 66].

Таким чином, проблема визначення поняття «термін» залишається актуальною та потребує різних підходів і методів аналізу, що дозволяє глибше зрозуміти природу термінології та забезпечити її ефективне функціонування у науковому, професійному та публіцистичному дискурсах.

1.2. Класифікація термінів та критерії їх систематизації

Поняття “термін” можна класифікувати за допомогою системи, запропонованої Б. Хоресом. Згідно з цією класифікацією, терміни можуть бути поділені на три основні типи [77]:

- 1) Терміни-слова представлені однією лексичною одиницею і виражають певне поняття.
- 2) Терміни-словосполучення поділяються на вільні та споріднені. Терміни словосполучення поділяються на вільні та споріднені. Вільні словосполучення мають кожен компонент, що є терміном, і вони можуть взаємодіяти між собою. Споріднені словосполучення містять компоненти, які окремо можуть бути термінами, але разом утворюють термін-словосполучення.
- 3) Багатоконпонентні терміни складаються з трьох або більше складових і зустрічаються менш часто.

Терміни, за А. Коваленком, можна класифікувати за структурним аспектом на прості, складні та терміни-словосполучення [23, с. 258]:

Прості терміни складаються з одного слова і характеризуються простою структурою, що зазвичай використовується для назви конкретних об'єктів або понять. Наприклад: “*dress*”, “*shoe*”.

Складні терміни складаються з двох слів, які можуть писатися разом або через дефіс. Вони поєднують два компоненти, утворюючи нове термінологічне поняття. Наприклад: “*high-heeled*”, “*ready-to-wear*”.

Терміни-словосполучення складаються з кількох компонентів і використовуються для опису комплексних понять або складних процесів. Наприклад: “*fast fashion*”, “*sustainable fashion*”.

Класифікація термінів включає також такі основні категорії [16]:

Похідні – терміни, які утворені від інших слів чи виразів (“*Fashionable*” – похідний від слова “*fashion*”).

Непохідні – терміни, що існують самостійно, без виведення з інших слів (“*Couture*” – термін, який існує самостійно).

Складні – терміни, які складаються з кількох частин або слів (*Ready-to-wear* – термін, що складається з кількох слів).

Абревіатури – скорочені форми термінів, що складаються з початкових літер або складових слів (*VIP (Very Important Person)* – скорочення, що складається з початкових літер).

Фразеологічні терміни можуть бути класифіковані за їх структурою та компонентами на три типи. Перший тип включає словосполучення, де компонентами є самостійні слова зі збереженим значенням (“*Fashion trend*” – обидва компоненти зберігають своє значення, які можуть вживатися окремо), другий тип містить словосполучення, де одним з компонентів є технічний термін (“*Haute couture*” – технічний термін “*haute couture*” поєднується з загальноновживаною лексичною одиницею “*couture*”, що дозволяє створити точний термін з широким спектром вживання), а другим – загальноновживана лексична одиниця, а третій тип описує словосполучення, де обидва компоненти є словами загальноновживаної лексики, але тільки їх комбінація стає терміном (“*Fashion statement*” – обидва компоненти “*fashion*” та “*statement*” є загальноновживаними словами, але їх комбінація утворює термін, що має конкретне значення в галузі моди) [6]. Другий тип вважається найбільш продуктивним, оскільки поєднання технічного терміну з загальноновживаною лексичною одиницею дозволяє створити більш точні терміни з ширшим спектром вживання.

Функціональна класифікація термінів виходить з їхньої ролі та використання в конкретних контекстах, розрізняючи наукові, технічні, юридичні та інші терміни [16]. Згідно деяких дослідників, терміни можна також класифікувати за способом їх словотворення, виокремлюючи морфологічні, синтаксичні, семантичні та запозичені терміни. Морфологічні терміни формуються за допомогою зміни морфем, синтаксичні терміни утворюються шляхом поєднання кількох слів у

словосполучення або речення, семантичні терміни змінюють значення загальноновживаних слів або використовують метафори та метонімії, запозичені терміни взяті з інших мов [29].

Класифікація термінів на загальнонаукові та вузькоспеціальні є загальноприйнятою. Загальнонаукові терміни використовуються у багатьох галузях і мають широке застосування, тоді як вузькоспеціальні терміни використовуються в конкретних дисциплінах або областях [19, с. 222].

Додатковим критерієм є функціональна роль терміну у дискурсі, що відображає його когнітивну та комунікативну функції: одні терміни слугують для точного визначення понять, інші виконують пояснювальну або уточнювальну роль, а деякі – прагнуть популяризації знань серед широкого загалу [48, с. 77]. Важливим аспектом є і ступінь нормативності та стандартизованості термінів, що визначає їх офіційне вживання у наукових та спеціалізованих виданнях [14, с. 111]. Сучасні дослідники також пропонують класифікувати терміни за рівнем запозичення та адаптації, що особливо актуально у глобалізованому науковому середовищі, де терміни активно запозичуються з інших мов і проходять процес інтернаціоналізації [72, с. 56]. У цьому контексті окрему групу становлять технічні та професійні терміни, які зазвичай не використовуються поза межами спеціалізованої спільноти, та публіцистичні терміни, що трансформуються для розуміння широкою аудиторією [53, с. 83].

Особливу увагу у класифікації приділяють морфологічній структурі термінів, що дозволяє виділяти односкладові та багатоскладові слова, складені словосполучення, аббревіатури та акроніми, які широко використовуються у сучасних галузях знань, включаючи модну індустрію [22, с. 42]. Семантична класифікація дає змогу розрізняти терміни за змістом: концептуальні, процесуальні, об'єктні, властивісні, що допомагає у формуванні систематизованих словників і глосаріїв [8, с. 94].

Крім того, у сучасних дослідженнях розглядають динамічність термінів, що передбачає зміну значення, появу нових термінів і усунення застарілих, особливо у швидкозмінних сферах науки і культури [90, с. 87]. У цьому аспекті важливо враховувати також міжмовні впливи, оскільки терміни часто запозичуються, перекладаються або адаптуються до специфіки національної мови, зберігаючи при цьому основне семантичне навантаження [15, с. 69].

Особливе значення у класифікації термінів має контекстуальний аспект, оскільки одне й те саме слово може виконувати функцію терміна лише в певному професійному або науковому середовищі, тоді як у загальному мовленні воно втрачає точність і однозначність значення [29, с. 101]. Такий підхід дозволяє відокремити вузькоспеціалізовану термінологію від загальновживаної лексики та визначити межі професійного дискурсу [66, с. 88]. Дослідники також звертають увагу на стадійність формування термінів, що включає процеси створення нових термінів, їх апробації у професійній спільноті та остаточного закріплення у системі знань [17, с. 45].

У науковій літературі широко застосовується поділ термінів на основні та похідні, що відображає їх роль у структурі спеціальної мови. Основні терміни визначають ключові поняття дисципліни, тоді як похідні дозволяють деталізувати, конкретизувати або уточнювати значення базових понять [38, с. 73]. Поряд із цим виділяють терміни-концепти, які несуть у собі більш абстрактне, узагальнене значення, і терміни-процеси, що відображають дії, операції чи методи в межах конкретної галузі [54, с. 97]. Така семантична диференціація є особливо актуальною для модної термінології, де одночасно функціонують терміни для позначення об'єктів, стилів, технологій та процесів виробництва одягу і аксесуарів [71, с. 61].

Критерієм класифікації є також стильовий та функціональний аспект, що дозволяє розрізняти наукові, професійні, публіцистичні та популярні терміни. Наукові терміни відзначаються високою точністю та стабільністю

значення, публіцистичні націлені на широку аудиторію і часто містять пояснювальні елементи, а популярні терміни можуть набувати емоційного чи рекламного забарвлення [6; 40, с. 59]. Така класифікація важлива для досліджень медійного дискурсу та аналізу адаптації термінів у виданнях для загалу, оскільки дозволяє простежити трансформацію значення і способи комунікації з аудиторією [52, с. 103]. Не менш важливим критерієм є темпоральний аспект, який відображає динаміку змін у термінології. Деякі терміни зберігають своє значення протягом десятиліть, інші замінюються новими або змінюють семантичне навантаження під впливом культурних і технологічних змін [83, с. 76; 9, с. 88]. У цьому сенсі систематизація термінів має враховувати їх життєвий цикл, ступінь актуальності та можливість інтеграції нових понять, що особливо характерно для сучасної модної індустрії та суміжних креативних сфер [36, с. 91].

Крім того, сучасні дослідники пропонують виділяти терміни за ступенем абстрактності та узагальнення, що дозволяє класифікувати поняття від конкретних об'єктів та явищ до загальних категорій і концептів [24, с. 70]. У цьому контексті особливе значення має систематизація термінів у словниках і глосаріях, що дозволяє забезпечити однозначність у професійній комунікації та сприяє розвитку науки і освіти [78, с. 65; 31, с. 105].

Серед важливих аспектів класифікації термінів у сучасних дослідженнях виділяють галузеву приналежність, що дозволяє структурувати терміни за професійними напрямками. Так, терміни природничих наук відрізняються від термінів гуманітарних дисциплін за рівнем абстрактності, морфологічною структурою та семантичними особливостями [16, с. 63]. Для технічних і прикладних галузей характерна велика кількість складних термінів, аббревіатур та символічних позначень, тоді як у гуманітарній сфері переважають концептуальні та семантично насичені терміни [50, с. 94]. У модній індустрії, як і у суміжних креативних

галузях, поєднуються об'єктні, процесуальні та стилістичні терміни, що відображають як технологічні процеси, так і соціокультурні тенденції [73, с. 57].

Особливо актуальною є класифікація за функціями термінів у дискурсі. Наукові терміни забезпечують точність і однозначність знань, вони часто стандартизовані та мають офіційне затверджене значення [2, с. 81]. Публіцистичні терміни спрямовані на популяризацію знань та залучення широкої аудиторії, вони можуть супроводжуватися поясненнями, прикладами та ілюстраціями для кращого розуміння [35, с. 68]. Популярні та рекламні терміни модної індустрії часто набувають емоційного забарвлення і використовуються для створення іміджу бренду або привернення уваги споживачів [84, с. 74].

Ще одним важливим критерієм є морфологічна структура термінів. Дослідники виділяють односкладові та багатоскладові терміни, словосполучення та акроніми, що дозволяє ефективно класифікувати терміни за формою і полегшує їх запам'ятовування та використання у спеціалізованих текстах [41, с. 95; 20, с. 59]. Особливо значущим є дослідження складових термінів, що дає змогу виявити типові моделі утворення нових понять у конкретній галузі та передбачити розвиток термінології у майбутньому [68, с. 100]. Сучасні підходи також пропонують класифікувати терміни за рівнем абстрактності. Конкретні терміни відображають предмети, явища чи конкретні процеси, а абстрактні терміни узагальнюють поняття та концепти, створюючи основу для наукової теорії та систематизації знань [12, с. 88; 30, с. 72]. Це особливо важливо у міждисциплінарних дослідженнях, де необхідно поєднувати терміни різних галузей та забезпечити їх взаєморозуміння [47, с. 64].

Не менш важливим є критерій часової актуальності термінів, що відображає їх життєвий цикл: виникнення, закріплення у науковому дискурсі, можливі зміни значення та поступове застарівання [6, с. 77; 79, с. 92]. У швидкозмінних сферах, таких як мода та сучасні технології, терміни

підлягають швидкій трансформації, що потребує постійного оновлення словників, глосаріїв та довідкових матеріалів [13, с. 108; 65, с. 53].

Ще одним підходом до класифікації є міжмовний аспект термінів. В умовах глобалізації терміни активно запозичуються з інших мов, адаптуються до національної мовної системи та набувають локальних варіантів, що відображає взаємодію культур та професійних спільнот [74, с. 86; 9, с. 100]. Дослідження показують, що адаптація термінів включає фонетичні, морфологічні та семантичні зміни, що дозволяє термінам органічно інтегруватися у мову і забезпечує їх ефективне використання у наукових і публіцистичних текстах [1, с. 67; 57, с. 78].

Систематизація термінів також передбачає побудову тематичних груп, що дозволяє виділити кластери термінів за спільними ознаками або функціями. Така організація термінів полегшує їх навчання, використання у наукових роботах, перекладі та підготовці матеріалів для професійних і публіцистичних видань [32, с. 91; 85, с. 59]. У модній термінології, наприклад, виділяють групи термінів, пов'язаних із матеріалами, технологіями, стилями та аксесуарами, що дозволяє систематизувати знання та забезпечити їх точне використання [77, с. 84].

1.3. Поняття моди: соціокультурний та лінгвістичний аспекти

Визначення моди та її роль у сучасному суспільстві є ключовим аспектом для розуміння та аналізу термінологічних питань у галузі моди.

Л. Федорчук стверджує, що мода інтерпретується як прояв стандартизованої масової поведінки, що виникає під впливом домінуючих у суспільстві настроїв та смаків. Мода є динамічною та постійно прагне до новизни, однак водночас залишається консервативною, претендуючи на роль нового еталону [59, с. 315].

Мода впливає на всі сфери суспільного життя, включаючи мистецтво, науку та політику. Вона виявляє великий вплив на створення образів у балеті, кіно, театрі, музиці та політиці, визначаючи стиль та ідентичність в

різних сферах діяльності. З одного боку, мода може служити маркером сучасної споживчої культури та сліпим слідуванням трендам. З іншого боку, вона визнається як вид мистецтва, що дозволяє виражати почуття та індивідуальність [7].

Мода, як галузь індустрії, народилася як наслідок розвитку виробництва одягу та його впливу на суспільство. Одяг, як предмет побуту, не лише відображає культурні та соціальні особливості певної групи чи країни, але й відтворює їх через візуальність та символіку. Крім того, він адаптується до кліматичних умов, економічного статусу та модних тенденцій [26, с. 14]. Це визначення підкреслює тісний зв'язок між модою і суспільством, які взаємодіють та впливають одне на одного. Мода відтворює та відображає соціокультурні та економічні аспекти суспільства, а також відображає його потреби та вподобання.

Мода, за лінгвістичним підходом, є культурно-історичним феноменом, що проявляється через тексти та вербалізована способами сприйняття і впливу на адресатів. В модному дискурсі ключовими аспектами є звернення до адресата та врахування його різних характеристик, таких як вік, гендер та соціальний статус, що визначають спосіб сприйняття модних матеріалів та впливають на споживачів [11, с. 3].

Мода є важливим феноменом, що пронизує всі аспекти сучасного суспільства, від одягу до дизайну помешкань та індивідуального самовираження. Вона не лише відображає поточні тенденції, а й еволюціонує під впливом нових ідей, технологій та соціокультурних змін. Поява нових технологій, таких як цифрова та віртуальна реальність, революціонізує модну індустрію, додавши нові аспекти та можливості для творчості та самовираження. Такий постійний розвиток і адаптація моди підтверджує її динамічну та транскультурну природу, яка постійно переосмислюється та відображає сучасні тенденції у суспільстві [24, с. 89-90].

Так, мода має великий потенціал у збереженні культурної різноманітності та сприяє взаєморозумінню та взаємодії між різними культурами. Її роль у формуванні ідентичності та зв'язку з минулим є надзвичайно важливою для збереження культурного різноманіття та усвідомлення власної спадщини [24, с. 92]. Отже, мода виступає не лише як засіб самовираження, але і як ключовий компонент культурного спадкування, що зберігає та передає цінність та унікальність культурних традицій.

Визначення моди О. Лагоди відображає глибокий інтегративний підхід до розуміння цього явища. Мода не лише є платформою для самовираження та творчості, але й важливим елементом культурного діалогу та спільної ідентичності. Її роль у формуванні та вираженні індивідуальних та колективних цінностей в сучасному суспільстві не може бути недооцінена [35 с.197].

Мода виступає не лише як засіб вираження стилю чи смаку, але й як культурний феномен, що відображає складні соціокультурні та духовні процеси в суспільстві. У контексті наведеного визначення моди, її роль стає значущою для розуміння та аналізу культурно-духовних аспектів сучасного суспільства [9, с. 201].

Мода, таким чином, є динамічним явищем, що постійно змінюється та еволюціонує. Її роль у сучасному суспільстві величезна, оскільки вона не лише відображає смаки та стилі певного періоду, але також впливає на культурні та соціальні процеси. Мода є інструментом вираження індивідуальності, але також вона формує стандарти та прийняті уявлення про естетику [28, с. 112].

Англомовна термінологія у текстах про моду є неоднорідною за своїм походженням і містить велику кількість запозичень із інших мов, що вказує на глибоку впливовість різних культур та традицій на формування модних термінів. Це свідчить про глобалізацію та культурний обмін у сучасному світі, де різні країни та культури взаємодіють у сфері моди та стилю [14, с.

192]. Наприклад, “*Kimono*” японське слово, що використовується для позначення традиційного японського одягу, а також використовується у модному світі для опису певного стилю одягу; “*Sari*” індійське слово, яке використовується для позначення традиційного жіночого одягу в Індії, а також у світі моди для опису певного типу одягу.

Комунікація та розповсюдження інформації в інтернеті робить модний контент більш доступним та актуальним, дозволяючи людям отримувати оновлення про тренди у будь-якій точці світу та в будь-який час [15]. Зазначене також підкреслює складність модного дискурсу як багатоаспектного явища, що включає не лише аспекти самої моди, але й її візуальні та мовні компоненти [36, с. 156].

Р. Барт, наголошує на значенні взаємозв'язку між візуальною та текстовою складовою в індустрії моди. Візуальна складова дозволяє споживачам сприймати та оцінювати модні вироби, в той час як текстова складова надає можливість аналізувати та розуміти ці вироби за допомогою мови. Мода не обмежується лише одягом, вона також представляє собою велику кількість символів та змісту, які можуть впливати на наше сприйняття та інтерпретацію [63, с. 7-8].

Структурно-семантичні, лінгвістичні та екстралінгвістичні прийоми допомагають формувати особливу атмосферу та виокремлюють модний дискурс у мовленні. Лінгвістичні характеристики рубрики Fashion у газеті, особливо в онлайн середовищі, визначаються її метою залучення уваги та активності читачів. Ця мета досягається через створення матеріалів, які максимально зацікавлять та спонукатимуть читачів виражати свою позитивну реакцію та обмінюватися ними у соціальних мережах [11, с. 3-4].

В галузі моди фаховий дискурс відрізняється різноманітністю лінгвістичних особливостей, що визначають його стиль та специфіку, які можуть бути розглянуті за методикою М. Мартинюк. Ці особливості включають використання описових прикметників, запозичення

французьких слів, різні типи речень, влучні заголовки, високий літературний стиль та лексику, а також близьку до розмовної лексику [36 с. 7-8]. Наприклад, у модному дискурсі часто зустрічаються французькі слова, як “*haute couture*”, що надають тексту модного акценту та вишуканості. Описові прикметники, такі як “*elegant*”, “*sophisticated*”, допомагають у створенні докладного опису модних виробів та залученні уваги аудиторії. Використання таких прийомів сприяє збагаченню мовлення та підвищенню його ефективності у контексті модної індустрії.

Отже, мода визначається як комплексний соціокультурний феномен, що відображає динаміку суспільних вподобань та цінностей у сфері виробництва, споживання та взаємодії індивідів у соціальному просторі. Її роль у сучасному суспільстві виявляється в її впливі на формування ідентичності, соціальних стереотипів, комунікаційних практик, а також у визначенні естетичних та економічних процесів.

1.4. Функції та роль модної термінології у сучасному суспільстві та ЗМІ

У сучасному суспільстві індустрія моди відіграє роль як соціокультурний феномен, що впливає на різні аспекти життя людей, від їхнього способу одягатися до визначення соціального статусу та ідентичності. Функціонування термінології в цій сфері має особливе значення, оскільки вона відображає та формує специфічний лексичний апарат, що використовується у комунікації між учасниками модної індустрії. Терміни в індустрії моди не лише визначають певні концепти та явища, але також відображають цінності, тенденції та ідеологію, що притаманні даній сфері.

Проблема модної термінології привертала увагу як лінгвістів, так і культурологів, дизайнерів та фахівців у сфері медіа. Різні науковці досліджували лексику моди, її походження, структуру та роль у комунікації. Так, Брич Р. В. і Білик О. І. досліджували походження термінів

моди з історичної перспективи, підкреслюючи запозичення з інших мов та трансформацію значень у різні епохи. В. Я. Сімчук у своїй праці приділяє увагу функціональним особливостям модних термінів у професійному дискурсі, виділяючи точність, однозначність та стабільність значень.

Важливий внесок у дослідження лексики моди зробив Л. І. Мацько, яка розглядала терміни як інструмент культурної та соціальної комунікації, відзначаючи їхню здатність відображати соціальні тренди та модні стилі. Вона акцентує, що у засобах масової інформації терміни часто спрощуються, набувають емоційного забарвлення та орієнтовані на популяризацію моди серед широкої аудиторії.

Інший напрямок досліджень пов'язаний із систематизацією та класифікацією модної термінології. Л. П. Білозерська пропонує розділяти терміни за такими ознаками: історично сформовані та нові запозичені; функціональні (використовуються у професійній комунікації) та медійні (поширені у ЗМІ та соцмережах). Л. О. Симоненко аналізує роль модних термінів у ЗМІ, наголошуючи на їхній здатності формувати суспільні уявлення про стиль, статус та тренди.

Аналіз літератури дозволяє виділити основні функції модної термінології у сучасному суспільстві:

1. Комунікативна функція забезпечує обмін інформацією між фахівцями та між фахівцями і широкою аудиторією.
2. Інформаційно-аналітична функція дозволяє систематизувати знання про модні тенденції та стилі.
3. Культурно-соціальна функція відображає соціальні та культурні процеси, пов'язані з формуванням і сприйняттям моди.
4. Естетична функція через терміни передається художня цінність одягу, аксесуарів і стилю.

Наприклад, “*Capsule collection*” невелика колекція одягу, яка показує ключові тренди чи ідеї дизайнера на певний сезон; “*Avant-garde*”

експериментальний та передовий напрямок в модному дизайні, який часто виходить за межі традиційних концепцій та стилів.

Г. Нікуліна зазначає, що терміни моди не лише відображають конкретні предмети одягу та аксесуарів, а й відтворюють соціокультурний контекст їх виникнення та використання. Наприклад, термін “*poncho*” зазначається як одяг, який виник у народів Латинської та Південної Америки, що свідчить про вплив етнічних та географічних факторів на формування модних термінів. Також дослідниця стверджує, що термінологія моди постійно змінюється та поповнюється, що відображається через різні етапи розвитку в історії моди. Так, кожен історичний період відображається через нові предмети одягу, матеріали та фасони, що відповідно відображається в термінології моди того часу [41 с. 188-190]

Модна термінологія відіграє важливу роль у сучасному суспільстві, виконуючи як когнітивні, так і комунікативні функції, що забезпечує ефективну передачу знань та інформації у сфері моди та суміжних креативних індустрій [12, с. 45]. Вона дозволяє структурувати знання про стиль, дизайн, матеріали та технології, створюючи систему понять, зрозумілу для фахівців та доступну для аудиторії [33, с. 78].

У медійному просторі модна термінологія виконує значну інформаційну функцію, оскільки дозволяє оперативно передавати зміни у світі моди, популяризувати нові тенденції та культурні практики [44, с. 110]. Видання для загалу, такі як журнали, блоги та онлайн-платформи, активно використовують спеціалізовані терміни для підвищення авторитетності та експертності контенту, що сприяє формуванню іміджу видання та довіри аудиторії [18, с. 69; 5, с. 89].

Крім того, модна термінологія виконує семантико-когнітивну функцію, оскільки допомагає систематизувати знання про одяг, аксесуари, стилі та дизайнерські концепції. Вона дозволяє чітко розрізняти різні стилі, тканини, крої та техніки, що особливо важливо для професійних спільнот і

спеціалізованих видань [61, с. 92]. Завдяки цьому терміни моди сприяють розвитку фахової освіти, формують спільний словник для студентів, дизайнерів та науковців, що працюють у сфері креативних індустрій [3, с. 121].

Важливою є соціокультурна функція модної термінології, адже терміни відображають культурні цінності, традиції та глобальні тренди, створюючи комунікативний міст між різними поколіннями та соціальними групами [49, с. 76]. Через використання термінів у ЗМІ відбувається трансляція модних концепцій, формування естетичних орієнтирів та вплив на споживчу поведінку аудиторії [15, с. 54; 72, с. 38]. Так, популяризація нових стилів та дизайнерських рішень у журналах або на онлайн-платформах неможлива без точного використання спеціалізованої лексики. Модна термінологія також виконує регулятивну функцію, оскільки стандартизація термінів дозволяє уникати двозначності та непорозумінь у професійних текстах, у наукових дослідженнях та у ЗМІ [8, с. 99]. Стандартизовані терміни сприяють точності опису модних колекцій, технологій виготовлення одягу, нових стилів та дизайнерських концепцій, що особливо важливо для міжнародної комунікації та перекладу матеріалів [39, с. 112].

Не менш важливу роль відіграє іміджева функція модної термінології, яка допомагає брендам, медіа та дизайнерам формувати унікальний стиль спілкування та сприйняття своєї продукції аудиторією [55, с. 66]. Вона забезпечує відокремлення професійного дискурсу від масової мови, а також сприяє впізнаваності та престижу бренду у глобальному контексті [90, с. 88; 22, с. 40].

Особливо важливою є динамічна функція термінології моди, що відображає швидкі зміни у світі моди та трансформації в медійному просторі. Терміни активно запозичуються, адаптуються та оновлюються, що дозволяє відстежувати тенденції, відображати нові стилі та технології, а

також підтримувати актуальність змісту в журналах, блогах і соціальних мережах [14, с. 101; 61, с. 94].

Модна термінологія також відіграє важливу роль у соціальній комунікації, оскільки допомагає формувати спільноти за інтересами, об'єднуючи людей, які цікавляться стилем, дизайном та тенденціями моди [66, с. 88]. Завдяки точному використанню спеціалізованих термінів у ЗМІ створюються умови для ефективної взаємодії між професійними групами та споживачами модних продуктів, що дозволяє не лише популяризувати знання, а й формувати професійні стандарти та естетичні норми [17, с. 45; 38, с. 73].

Особливе значення має освітня функція модної термінології, яка проявляється у викладанні курсових програм у школах моди, підготовці дизайнерів та стилістів, а також у створенні навчальних матеріалів і словників [54, с. 97]. Використання чітких термінів допомагає студентам та початківцям у сфері моди зрозуміти складні концепції, відокремити технічні аспекти від естетичних та сформулювати власне професійне мислення [71, с. 61; 6, с. 82]. У контексті мас-медіа модна термінологія виконує ще й маркетингову функцію. Через журнали, блоги, соціальні мережі та рекламні кампанії терміни допомагають брендам формувати унікальний стиль комунікації, відрізнитися від конкурентів і підтримувати інтерес аудиторії [40, с. 59; 52, с. 103]. Терміни стають своєрідним «кодовим» засобом, який дозволяє швидко передати складні концепції моди, стилю та іміджу, а також створює асоціативні зв'язки з брендом [53, с. 83].

Не менш важливою є культурна функція модної термінології, оскільки вона відображає культурні зміни та трансформації у сприйнятті стилю, формує нові естетичні орієнтири і впливає на суспільні уявлення про красу та гармонію [8, с. 94; 90, с. 88]. Через медіа та публікації спеціалізовані терміни сприяють створенню культурного коду модної

індустрії, передають тенденції та концепції, що формують смак і поведінку аудиторії [22, с. 40; 14, с. 101].

Особливо актуальною є інноваційна функція термінології, яка проявляється у впровадженні нових понять, стилів та дизайнерських концепцій. У сучасному світі моди терміни швидко оновлюються, з'являються неологізми та адаптовані запозичення, що дозволяє ЗМІ та професійним виданням підтримувати актуальність контенту та оперативно реагувати на зміни [61, с. 94; 39, с. 112]. Крім того, термінологія моди сприяє міжнародній комунікації. Запозичені терміни та міжнародні стандарти дозволяють дизайнерам, стилістам та журналістам з різних країн ефективно обмінюватися знаннями, узгоджувати поняття та створювати колекції, які зрозумілі глобальній аудиторії [4, с. 69; 33, с. 108; 49, с. 75]. Це особливо важливо для міжнародних видань, таких як «Vogue», де використання точних термінів забезпечує одночасне розуміння матеріалу фахівцями та широким загалом читачів [5, с. 92; 12, с. 55].

Таким чином, модна термінологія виконує комплексну роль у сучасному суспільстві та ЗМІ, об'єднуючи когнітивну, комунікативну, соціокультурну, регулятивну, освітню, маркетингову, інноваційну та міжнародну функції. Вона забезпечує ефективний обмін інформацією між професійними спільнотами, сприяє формуванню естетичних та культурних норм, дозволяє адаптувати та популяризувати знання у медійному просторі та підтримує динамічний розвиток модної індустрії.

Висновки до Розділу 1

У першому розділі було розглянуто теоретико-методологічні засади дослідження модної термінології, що дозволяє виділити ключові аспекти її формування, класифікації та функціонування у сучасному суспільстві. Було встановлено, що поняття «термін» поєднує історичні традиції, лінгвістичні підходи та специфіку використання у різних сферах знань.

Розглянуто різноманітні підходи до класифікації термінів та визначено критерії їх систематизації, які враховують семантичні, морфологічні, функціональні та соціокультурні особливості, а також дозволяють створювати структуровані системи термінології для професійного та наукового дискурсу.

Особлива увага приділена поняттю моди як соціокультурного та лінгвістичного феномену, що відображає зміни у стилі, культурні тенденції та технології, а також визначає специфіку модного дискурсу в медіа та публіцистичних виданнях. Було також проаналізовано функції та роль модної термінології, які включають когнітивну, комунікативну, соціокультурну, регулятивну, освітню, маркетингову та інноваційну складові, що забезпечують ефективну взаємодію між фахівцями та широкою аудиторією, сприяють популяризації знань і підтримці сучасних тенденцій модної індустрії.

Загалом, теоретичний аналіз першого розділу дозволяє визначити модну термінологію як динамічну, багатофункціональну систему, важливу для розвитку науки, освіти та медійного простору, що слугує базою для подальшого практичного дослідження джерел та використання термінів у сучасних виданнях.

РОЗДІЛ 2

ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТЕРМІНОЛОГІЇ МОДИ

2.1. Історичні етапи становлення модної термінології

Становлення модної термінології має багатовікову історію, що тісно пов'язана із розвитком культури, мистецтва та суспільних цінностей. Перші спроби систематизації термінів, пов'язаних із одягом, аксесуарами та стилями, можна простежити ще у середньовічній Європі, коли вищі верстви суспільства активно формували власний стиль та мову опису одягу, що відрізняла їх від інших соціальних груп [12, с. 45]. У цей період терміни були переважно описовими та локалізованими, що ускладнювало їх поширення за межами певних регіонів або культурних кіл [33, с. 78].

В епоху Відродження та бароко спостерігається активне збагачення модного лексикону за рахунок запозичень з французької та італійської мов, що пов'язано з провідною роллю цих країн у культурному та естетичному житті Європи [27, с. 33]. У цей час з'являються перші словники модних термінів, які містили описи фасонів, тканин, декоративних елементів та технологій пошиття одягу [61, с. 92]. Розвиток друкарства сприяв поширенню модних журналів і альбомів, у яких закріплювалася спеціальна термінологія, формувався професійний дискурс та розширювалася аудиторія читачів [3, с. 121].

У XIX столітті формування модної термінології відбувалося під впливом промислової революції та розвитку швейної промисловості. Зростання виробництва тканин, механізація пошиття одягу та розширення доступності модного одягу сприяли появі нових термінів, що описували фасони, конструктивні особливості та оздоблення виробів [71, с. 61]. У цей період активно формуються журнали моди для широкого загалу, де терміни почали виконувати не лише інформаційну, а й освітню та культурну функції [6, с. 82].

На рубежі XIX–XX століть, під впливом модернізму та глобалізації,

модна термінологія почала включати концептуальні та абстрактні терміни, що описували стилі, дизайнерські підходи та художні напрями. Французька мова залишалася домінуючою у формуванні модного дискурсу, проте з'являються запозичення з англійської та італійської, що сприяло інтернаціоналізації термінології [40, с. 59]. Модні журнали цього періоду відіграють ключову роль у стандартизації термінів та формуванні спільного словника для дизайнерів і стилістів [52, с. 103].

У середині XX століття, із розвитком мас-медіа, телебачення та рекламної індустрії, термінологія моди почала швидко адаптуватися до нових соціокультурних умов. З'являються нові терміни, пов'язані з поп-культурою, молодіжними субкультурами та спортивним стилем, що відображало динаміку змін у суспільних цінностях та естетичних орієнтирах [53, с. 83]. Це сприяло активній популяризації модної термінології серед широкої аудиторії та формуванню медійного дискурсу [8, с. 94].

На рубежі XX–XXI століть відбувається глобалізація модної термінології: терміни активно запозичуються з різних мов, адаптуються до національних особливостей та інтегруються у словники міжнародних видань. Цей процес супроводжується появою нових технологій виробництва одягу, цифрових платформ та соціальних мереж, що створюють умови для швидкої трансформації лексики та появи неологізмів [90, с. 88; 22, с. 40]. У сучасному медійному середовищі модна термінологія виконує багатопланову роль, об'єднуючи когнітивні, комунікативні, освітні та іміджеві функції, а її історичний розвиток демонструє тісний зв'язок між культурними, соціальними та технологічними процесами [14, с. 101; 61, с. 94].

У XX столітті формування модної термінології відбувалося під впливом посилення культурної глобалізації та розвитку індустрії масової інформації. Французька, італійська та англійська мови залишалися ключовими джерелами запозичень, оскільки вони відображали провідні

світові центри моди, такі як Париж, Мілан та Лондон [18, с. 74]. Зростання ролі модних журналів, каталогів та рекламних кампаній сприяло активному поширенню термінів серед широкої аудиторії, що включала як професіоналів індустрії, так і звичайних споживачів моди [21, с. 92].

Важливим етапом розвитку термінології було стандартизування назв фасонів, матеріалів та аксесуарів. Дизайнери та редактори журналів формували єдиний словник, що дозволяв уникати двозначності та забезпечував зрозумілість інформації у міжнародному контексті [44, с. 110; 32, с. 81]. У цей час почали активно використовуватися терміни для позначення стилістичних напрямів, таких як «арт-деко», «модерн», «кантрі», що давало змогу описувати художні та естетичні особливості колекцій [7, с. 66; 29, с. 104]. З другої половини XX століття особливу роль почали відігравати медіа та телебачення. Модна термінологія стала динамічною, активно впроваджувалися нові неологізми, пов'язані з субкультурними тенденціями та масовим споживанням [56, с. 73]. У цей період зростає значення англійських запозичень у світовому дискурсі, що дозволяло термінам швидко адаптуватися до нових соціокультурних умов і сприяти розвитку глобальної модної мови [14, с. 101; 61, с. 94].

На рубежі XX–XXI століть активізується цифровізація та розвиток інтернет-платформ, що створює нові канали для поширення модних термінів. Соціальні мережі, блоги та онлайн-журнали почали виконувати роль не лише медіа, але й платформи для популяризації нових стилів та термінів, що дозволяє термінології адаптуватися до швидких змін у модному дискурсі [39, с. 112; 66, с. 88]. Цей період характеризується високою динамікою та інтеграцією різноманітних культурних впливів, що відображає зміни у глобальній модній індустрії.

Особливу увагу слід приділити цифровій трансформації термінології на рубежі XX–XXI століть. Інтернет, соціальні мережі та блоги стали платформами для швидкої адаптації термінів та появи неологізмів, таких як «athleisure», «sneakerhead», «fast fashion», що відображає глобальні

тенденції у виробництві та споживанні модних продуктів [18, с. 74; 66, с. 88]. Також відбувається інтернаціоналізація термінології: французькі, італійські та англійські терміни активно інтегруються у національні мови, отримуючи локальні фонетичні та морфологічні адаптації, що сприяє глобальній комунікації у модній індустрії [44, с. 110; 21, с. 92].

Важливим аспектом історичного розвитку є взаємодія наукової та популярної модної термінології. У наукових дослідженнях закріплюються точні значення термінів для опису конструкцій, технологій та стилів, тоді як у медіа та публіцистиці терміни набувають емоційного та іміджевого забарвлення, що сприяє їх сприйняттю та популяризації серед широкого загалу [7, с. 66; 29, с. 104]. Це дозволяє відстежувати еволюцію термінів та формувати комплексну систему модного дискурсу, яка включає як професійні, так і масові комунікаційні аспекти.

У XVII–XVIII століттях зростає вплив французької та італійської моди. Поява термінів «крінолін», «фрак», «жилет», «панталони» відображала нові конструктивні та декоративні рішення у європейському одязі [41, с. 102; 49, с. 76]. У англійській мові відповідними термінами стали «crinoline», «frock», «waistcoat», «trousers», а в українській — «крінолін», «фрак», «жилет», «штани». Одночасно з'являються спеціалізовані терміни для тканин та матеріалів — «сатин», «тафта», які відображають не лише матеріальні властивості, а й естетичні та соціальні аспекти використання [36, с. 74; 50, с. 94].

У XIX столітті, із розвитком швейної промисловості та масового виробництва одягу, термінологія збагачується технічними поняттями. З'являються терміни для опису конструкції та обробки одягу: «аплікація», «вишивка», «плісе», «форми», «манжет» [6, с. 82; 73, с. 57]. Англійські терміни «pleat», «cuff», «lining» набувають широкого поширення і активно запозичуються в українську мову як «плісе», «манжет», «підкладка». У цей період також формуються терміни стилів, що позначають художні напрями,

такі як «рококо», «неокласика», «арт-деко», які використовувалися у міжнародному дискурсі та перекладалися адаптовано [30, с. 72; 29, с. 104].

У XX столітті з розвитком мас-медіа та модних журналів терміни набувають більш абстрактного характеру. З'являються поняття «мінімалізм», «панк», «бохо», «стрітстайл», що описують не лише одяг, а й стиль життя та субкультури [14, с. 101; 61, с. 94]. Англійські запозичення, такі як «athleisure», «fast fashion», «sneakerhead», інтегруються в українську мову з адаптованими формами, наприклад «етліжер», «фаст-фешн», «снікерхед», що демонструє гнучкість та живучість термінології в умовах глобалізації [18, с. 74; 66, с. 88].

Сучасна модна термінологія активно інтегрує цифрові та медійні впливи. Термін «digital fashion» використовується в англійських виданнях та адаптується в українських джерелах як «цифрова мода», «3D-дизайн» — як «тривимірний дизайн», «sustainable fashion» — як «сталый стиль», що відображає нові соціальні та екологічні тренди [44, с. 110; 21, с. 92]. Такі терміни не лише описують одяг і технології його виробництва, а й несуть інформаційне, естетичне та соціокультурне навантаження, роблячи модну термінологію багатофункціональною [7, с. 66; 29, с. 104].

Важливим аспектом є взаємодія наукової та медійної модної термінології. Наукові словники та професійні посібники закріплюють точні значення термінів, тоді як журнали та блоги формують живу, гнучку лексику, адаптовану до сучасного споживача [56, с. 73; 53, с. 83]. Це дозволяє відстежувати еволюцію термінів у часі, формувати стандартизовану базу знань для професіоналів і забезпечувати зрозумілу комунікацію для широкої аудиторії.

У цей період активно формуються терміни, пов'язані з індустрією швидкої моди та поп-культурою, наприклад «fast fashion», «streetwear», «sneakers culture», які спочатку виникають у англійському середовищі та поступово адаптуються в інших мовах: в українській мові зустрічаються форми «фаст-фешн», «стрітвеар», «культура кросівок», що демонструє

процес інтеграції міжнародної термінології в національний дискурс [18, с. 74; 66, с. 88].

Також спостерігається активне запровадження термінів, що описують нові технології та матеріали у виробництві одягу. З'являються поняття «eco-friendly fabrics», «3D printing», «wearable technology», які перекладаються або адаптуються в українській мові як «екологічно чисті тканини», «3D-друк», «носима технологія» [56, с. 73; 53, с. 83]. Ці терміни відображають не лише матеріально-технологічний аспект, а й соціокультурний: вони сигналізують про нові цінності суспільства, такі як екологічна свідомість, інновації та індивідуалізація стилю.

Особливу увагу варто приділити процесу появи та адаптації неологізмів, що виникають у медіапросторі та соціальних мережах. Платформи Instagram, TikTok та Pinterest стимулюють створення нових термінів, пов'язаних із стилем, тенденціями та персональними брендами. Наприклад, терміни «outfit of the day» (OOTD) та «influencer style» активно запозичуються і адаптуються в українській мові як «лук дня», «стиль інфлюенсера», що свідчить про гнучкість та динамічність сучасної модної термінології [14, с. 101; 61, с. 94].

Важливим етапом є систематизація та класифікація термінів у професійних виданнях та наукових роботах. Поява каталогів моди, спеціалізованих словників та енциклопедій дозволяє відокремити терміни, що описують конструктивні особливості одягу, від термінів стилістичних, концептуальних та маркетингових [12, с. 45; 33, с. 78]. Це сприяє стандартизації та уніфікації модного дискурсу, що особливо важливо у міжнародному професійному середовищі, де дизайнери, стилісти та маркетологи мають спільну базу для комунікації.

Історичний розвиток модної термінології демонструє, що кожен етап від середньовічних описових термінів до сучасних цифрових та глобалізованих концептів тісно пов'язаний із культурними, соціальними та технологічними змінами. Мова моди постійно адаптується, інтегруючи

запозичення, неологізми та локальні варіанти, що робить її гнучкою, багатофункціональною та здатною відображати сучасні тенденції та цінності суспільства.

Таким чином, історичні етапи становлення модної термінології демонструють поступове ускладнення та збагачення словникового складу, інтеграцію міжнародних запозичень, появу нових технологічних та концептуальних термінів, а також гнучку адаптацію в національних мовах. Конкретні приклади термінів у різні періоди показують, як історична еволюція мови моди формує сучасний професійний та медійний дискурс, забезпечуючи точність, зрозумілість і популярність термінології серед різних груп користувачів.

2.2. Запозичення у модному дискурсі: французькі, італійські, англійські та інші джерела

Модна термінологія значною мірою формувалася через активні запозичення з інших мов, зокрема французької, італійської, англійської та німецької. Французька мова історично мала провідну роль у формуванні модного дискурсу, адже Париж тривалий час залишався світовою столицею моди. Багато термінів, що з'явилися у XVII–XIX століттях, збереглися у сучасній модній мові майже без змін, наприклад «couture», «prêt-à-porter», «haute couture», «mannequin», «palette», «chic» [7, с. 66; 22, с. 40; 35, с. 78]. Вони відображають не лише специфіку одягу та фасонів, а й соціокультурні особливості епохи, позицію власника, статус та престиж. У перекладі на українську мову терміни адаптовані фонетично або частково перекладені, наприклад «кютюр», «готовий одяг», «манекен», «палета», «шик» [14, с. 101; 61, с. 94].

Італійська мова також мала суттєвий вплив, особливо у сфері тканин, декоративного оздоблення та технологій пошиття. Термінологія, пов'язана з матеріалами та техніками, включає «velluto» (бархат), «taffeta» (тафта), «broccato» (брокат), «pizzo» (мереживо), що у перекладі на англійську та

українську мову набуває форм «velvet», «taffeta», «brocade», «мереживо» [18, с. 74; 44, с. 110; 21, с. 92]. Багато з цих термінів зберігають специфічне культурне забарвлення, що пов'язане з історією італійських мануфактур та їхніми технологіями, і активно використовуються в описі дизайнерських колекцій по всьому світу [56, с. 73; 53, с. 83].

Англійські запозичення набули широкого поширення у XX–XXI століттях, особливо у зв'язку з розвитком масового виробництва, спортивного стилю та субкультур. Термінологія включає «suit» (костюм), «blazer» (піджак), «trench coat» (плащ), «jeans» (джинси), «sneakers» (кросівки), «streetwear» (вуличний стиль) [66, с. 88; 14, с. 101; 61, с. 94]. В українській мові ці терміни адаптовані або транскрибовані: «піджак», «плащ», «джинси», «кросівки», «стрітвеар», що демонструє гнучкість та здатність термінології інтегрувати іноземні елементи без втрати функціональності [12, с. 45; 33, с. 78].

Крім цих основних мов, значний вплив на сучасну модну термінологію мали німецька та іспанська мови. Зокрема, німецькі запозичення часто пов'язані з технічними аспектами, такими як «Reißverschluss» (блискавка, англ. zipper), «Strickware» (трикотаж), «Knopfloch» (петелька) [27, с. 33; 3, с. 121]. Іспанські терміни, як-от «sombrero», «mantilla», «bolero», інтегрувалися у міжнародну мову моди через вплив танцювальних та музичних традицій, які часто поєднувалися з національними костюмами [71, с. 61; 6, с. 82].

Запозичення у модному дискурсі здійснюються не лише у лексичній площині, а й на рівні морфології та семантики. Наприклад, термін «miniskirt» з англійської мови зберігає семантику «коротка спідниця», але в українській мові набуває адаптованої форми «міні-спідниця», що відображає як конструкцію слова, так і культурний контекст його використання [40, с. 59; 52, с. 103]. Французький термін «prêt-à-porter» перекладається як «готовий одяг», але у мас-медіа та рекламних матеріалах

часто використовується в оригінальному вигляді, щоб підкреслити престижність та аутентичність колекції [53, с. 83; 8, с. 94].

Важливо зазначити, що запозичення часто проходять етап адаптації залежно від сфери використання. У професійних словниках та наукових виданнях зберігається точне значення оригінального терміна, тоді як у публіцистиці та медіа він набуває додаткових конотацій, пов'язаних з іміджем, стилем життя та соціальним статусом [90, с. 88; 22, с. 40; 14, с. 101]. Наприклад, термін «capsule collection» у журналі *Vogue* позначає не лише обмежену серію одягу, а й концепт стилю, що підкреслює індивідуальність та свідоме споживання [61, с. 94; 66, с. 88].

Запозичення у модному дискурсі продовжують активно формувати сучасну лексику, збагачуючи її термінами, що описують не лише одяг, а й стиль життя, естетичні концепції та технології виробництва. Французькі терміни «bolero», «jupon», «tailleur», «bustier» відображають конкретні конструктивні особливості одягу та елегантність фасонів, і вони використовуються у професійній мові дизайну без змін або з фонетичною адаптацією в українській як «болеро», «юбка», «тальер», «бюстье» [4, с. 69; 17, с. 88]. Такі запозичення зберігають свою семантичну точність у міжнародних колекціях, а у мас-медіа набувають додаткових емоційно-естетичних відтінків, підкреслюючи престижність і статус бренду [29, с. 102; 37, с. 76].

Італійські запозичення, особливо з області тканин та декоративного оформлення, також залишають значний слід у модній термінології. Термін «organza» використовується для позначення тонкої прозорої тканини, «foulard» — для шовкових хусток, «replum» — для прикраси талії на сукнях і жакетах [9, с. 51; 55, с. 90]. В англійській мові вони зберігають оригінальне звучання, а в українській адаптуються фонетично: «органза», «фуляр», «пеплум». Таке запозичення демонструє поєднання технологічної та естетичної інформації, дозволяючи точно описувати матеріали та елементи конструкції одягу [41, с. 67; 48, с. 105].

Англійські терміни ХХІ століття, пов'язані з динамікою споживання та масовими тенденціями, активно інтегруються у глобальний дискурс. Наприклад, «athleisure» описує стиль одягу, що поєднує спортивні та повсякденні елементи, «capsule wardrobe» — концепцію обмеженого комплекту одягу для створення різних образів, а «eco-fashion» — напрям сталого виробництва та споживання моди [21, с. 92; 62, с. 88]. В українській мові ці терміни адаптуються як «етліжер», «капсульний гардероб», «еко-мода», що дозволяє не втратити значення терміну та водночас зберегти його впізнаваність серед читачів і професіоналів [33, с. 78; 13, с. 101].

Крім основних мов, терміни з німецької, іспанської, японської та португальської мов збагачують модний дискурс новими поняттями та специфічними технологічними характеристиками. Німецькі терміни «Lederjacks» (шкіряна куртка), «Strickpullover» (в'язаний светр) відображають матеріал і конструкцію одягу та активно запозичуються в міжнародній літературі [73, с. 82; 58, с. 99]. Іспанські слова «bolero», «mantilla», «guayabera» приносять етнічний колорит, а японські терміни «kimono», «obi», «geta» відображають культурно-історичні особливості традиційного одягу, що впливає на сучасні дизайнерські колекції та міжнародні покази мод [49, с. 76; 66, с. 88].

Важливим аспектом є семантична адаптація запозичених термінів у різних мовах. Наприклад, французький «décolleté» позначає виріз на жіночій сукні або топі і в англійській та українській мові зберігає аналогічне значення, водночас у медіа цей термін набуває додаткових конотацій сексуальності та елегантності [5, с. 90; 28, с. 103]. Англійський термін «blazer» у професійній літературі описує тип піджака з конкретними конструктивними особливостями, а у журналістських текстах він може використовуватися ширше, позначаючи будь-який стильний піджак [36, с. 74; 71, с. 61].

Запозичення у модному дискурсі також виконують функції глобальної стандартизації, що полегшує міжнародну комунікацію між дизайнерами, стилістами, журналістами та споживачами. Водночас вони залишаються адаптованими до національних мов і культурних традицій, створюючи багаторівневу систему значень, що включає технічну, естетичну та соціальну інформацію [12, с. 45; 40, с. 59; 22, с. 40].

Особливості адаптації іншомовних термінів у модному дискурсі полягають у поєднанні фонетичної, морфологічної та семантичної трансформації термінів з метою збереження їх первісного значення та водночас відповідності національній мовній системі. Французькі запозичення, такі як «tailleur», «corsage», «peignoir», «bolero», у англomовних текстах зберігають оригінальну форму і точність значення, тоді як у українській мові вони адаптуються фонетично або частково перекладаються: «тальєр», «корсаж», «пеньюар», «болеро» [11, с. 58; 39, с. 87]. Фонетична адаптація дозволяє українському читачеві легше сприймати термін, водночас він зберігає асоціативні та культурні відтінки французького оригіналу.

Італійські запозичення, такі як «organza», «taffeta», «brocade», «perlum», у професійному дискурсі англійської мови передають точні матеріальні характеристики тканин та декоративних елементів, а в українській мові вони трансформуються фонетично як «органза», «тафта», «брокад», «пеплум» [46, с. 102; 57, с. 93]. При цьому семантичне значення залишається стабільним, але у публіцистичних матеріалах та модних блогах терміни набувають додаткової естетичної конотації, наприклад «пеплум» часто асоціюється з елегантністю та витонченістю образу, а «органза» — із легкістю та святковістю [31, с. 76; 68, с. 98].

Англійські запозичення XXI століття, пов'язані з глобальними тенденціями та цифровими технологіями, включають терміни «athleisure», «streetwear», «fast fashion», «capsule wardrobe», «eco-fashion», які у професійних виданнях англійською мовою використовуються у точному

значенні, тоді як у українських медіа вони проходять адаптацію як «етліжер», «стрітвеар», «фаст-фешн», «капсульний гардероб», «еко-мода» [14, с. 101; 61, с. 94; 66, с. 88]. Ці адаптації зберігають семантичну точність, одночасно забезпечуючи легке сприйняття термінів широкою аудиторією та відтворюючи сучасні тенденції стилю життя.

Запозичення з німецької мови, такі як «Reißverschluss» (блискавка), «Strickware» (трикотаж), у англійському та українському дискурсі трансформуються у «zipper» та «трикотаж», зберігаючи функціональний аспект терміну і водночас адаптуючись до мовних стандартів [72, с. 81; 35, с. 69]. Аналогічно, японські терміни «kimono», «obi», «geta» використовуються в англійських текстах без змін, а в українських виданнях часто подаються з транскрипцією та поясненням культурного контексту — «кімоно», «обі», «гета» [18, с. 74; 44, с. 110]. Така адаптація дозволяє зберігати автентичність термінів і водночас забезпечує їх зрозумілість для читача.

Процес адаптації включає також морфологічну трансформацію. Наприклад, французький термін «décolleté» у англійській мові зберігає форму «décolleté», а в українській може бути поданий як «декольте», що дозволяє використовувати його в словосполученнях та граматичних конструкціях української мови [5, с. 90; 28, с. 103]. Подібним чином термін «blazer» у професійних текстах англійською позначає конкретний тип піджака, а в українській мові він інтегрується як «блейзер», водночас у медіа може позначати будь-який стильний піджак [36, с. 74; 71, с. 61].

Важливо, що адаптація термінів відбувається не лише на рівні лексики, а й на рівні семантики та функціонування у дискурсі. У професійних виданнях терміни мають точне визначення і відтворюють конструктивні, технологічні або стилістичні особливості одягу, тоді як у медіа та соціальних мережах ті ж терміни можуть набувати додаткових значень, пов'язаних із престижем, іміджем або культурними асоціаціями [12, с. 45; 40, с. 59; 22, с. 40]. Наприклад, термін «capsule collection» у

журналі *Vogue* одночасно позначає обмежену серію одягу та концепт свідомого споживання і стилю життя [44, с. 110; 21, с. 92].

Окрім класичних запозичень, сучасний модний дискурс демонструє тенденцію до комбінування термінів з різних мов у межах одного поняття або словосполучення. Наприклад, у дизайнерських колекціях часто зустрічаються французько-англійські поєднання: «*haute streetwear*», «*prêt-à-porter casual*», що поєднують елегантність класичного кутюру з елементами масового стилю [19, с. 88; 32, с. 103]. Такі поєднання водночас підкреслюють престижність колекції та її доступність для широкої аудиторії, що демонструє функціональну гнучкість термінології.

Важливим аспектом є і адаптація запозичених термінів до локальних мовних норм, що включає створення неологізмів та кальок. Наприклад, англійський «*sneaker culture*» у медіа перекладається як «культура кросівок», а французький «*prêt-à-porter*» іноді подається як «готовий одяг» у наукових працях, але залишається у оригінальній формі у популярних модних виданнях для підкреслення елітарності [48, с. 105; 73, с. 82]. Подібна двоякість дозволяє адаптувати термін до різних комунікативних ситуацій, одночасно зберігаючи міжнародний стандарт і локальну зрозумілість.

Також спостерігається активне запозичення термінів, що описують технології та інновації у виробництві одягу. Термін «*3D printing*» (3D-друк) з англійської мови використовується в професійних колекціях для позначення технологічного процесу, а в українських медіа його подають як «3D-друк», що дозволяє зберегти точність значення та зрозумілість для широкої аудиторії [53, с. 83; 8, с. 94]. Аналогічно, французький «*eco-responsable*» часто перекладається як «еко-відповідальний», але у модних оглядах залишається у оригінальній формі, щоб підкреслити етичний та престижний аспект бренду [90, с. 88; 22, с. 40].

Особливо цікавою є адаптація термінів, пов'язаних із субкультурами та молодіжними рухами. Англійські слова «*grunge*», «*punk*», «*kawaii*»,

«goth» інтегруються в українську мову у вигляді «гранж», «панк», «кавай», «гот», зберігаючи первинне значення, але набуваючи додаткових локальних конотацій, пов'язаних із культурними контекстами [14, с. 101; 61, с. 94]. Ці запозичення демонструють, як модна термінологія не лише описує одяг, а й відображає цінності, спосіб життя та культурну ідентичність.

Французькі та італійські терміни, що описують декоративні елементи та силуети, зазвичай зберігають свою оригінальну форму у професійних словниках, але у публіцистичних матеріалах проходять процес калькування. Наприклад, «bustier» перекладається як «корсетоподібний топ», «perlum» як «поясна оборка», що дозволяє ширшій аудиторії зрозуміти конструктивні особливості одягу без втрати естетичного відтінку [12, с. 45; 40, с. 59].

Цікавою є також тенденція адаптації брендових назв і колекцій як термінів. Назви, що спочатку є власними іменами, наприклад «Chanel No. 5», «Dior Homme», «Gucci Bloom», у медіа та публікаціях використовуються як загальні поняття для стилю чи аромату, і водночас у перекладах українською чи англійською вони часто залишаються без змін, щоб зберегти впізнаваність і престиж бренду [44, с. 110; 21, с. 92].

Таким чином, процес запозичень у модному дискурсі характеризується багаторівневою адаптацією, яка включає фонетичну та морфологічну трансформацію, семантичну адаптацію до локальних контекстів, інтеграцію у професійний і медійний дискурс, а також створення нових словосполучень і кальок.

2.3. Особливості адаптації іншомовних термінів в українській та англійській мовах

Адаптація іншомовних термінів у модному дискурсі є складним і багаторівневим процесом, який охоплює фонетичну, морфологічну, семантичну та стилістичну трансформацію слів з метою їх інтеграції у національні мовні системи. Французькі терміни традиційно становлять

основну частину модної лексики, оскільки Париж довгі роки був центром кутюру та високої моди. У професійних текстах англійською мовою такі терміни, як «couture», «prêt-à-porter», «haute couture», зберігають оригінальну форму та точність значення, тоді як в українській мові вони часто піддаються фонетичній адаптації: «кутюр», «прет-а-порте», «висока мода» [4, с. 69; 17, с. 88; 33, с. 78]. Така адаптація дозволяє зберегти семантичну точність і водночас зробити термін зрозумілим для українського читача, не втрачаючи при цьому престижного і естетичного відтінку.

Італійські терміни, що описують матеріали та декоративні елементи одягу, наприклад «taffeta», «organza», «brocade», «peplum», у англійській мові зберігають оригінальне звучання і значення, а в українській адаптуються фонетично або частково перекладаються: «тафта», «органза», «брокад», «пеплум» [29, с. 102; 37, с. 76; 48, с. 105]. Семантичне ядро терміна при цьому зберігається, однак у публіцистичних та медійних текстах йому часто надається додатковий емоційно-естетичний відтінок, що підкреслює стиль, легкість або елегантність виробу.

Англійські запозичення ХХІ століття, пов'язані із глобальними тенденціями та цифровими платформами, проходять подібну адаптацію. Термін «athleisure», що позначає стиль, який поєднує спортивний та повсякденний одяг, в англійських текстах зберігає своє точне значення, а в українській мові він адаптується як «етліжер» або «спортивно-повсякденний стиль» [61, с. 94; 14, с. 101]. Інший приклад — «capsule wardrobe», що в українському дискурсі часто перекладається як «капсульний гардероб», зберігаючи ідею обмеженого набору речей для створення різноманітних образів [66, с. 88; 53, с. 83]. Така адаптація дозволяє терміну одночасно бути зрозумілим широкій аудиторії та підтримувати професійне значення у стилістичних та дизайнерських колах.

Німецькі та іспанські запозичення, зокрема «Reißverschluss» (блискавка), «Strickware» (трикотаж), «bolero», «mantilla», інтегруються в

українську мову через фонетичну транскрипцію або переклад: «блискавка», «трикотаж», «болеро», «мантіля» [18, с. 74; 44, с. 110; 71, с. 61]. У англійській мові німецькі терміни зазвичай перекладаються або залишаються у оригінальній формі, якщо описують специфічні технологічні чи конструктивні особливості одягу. Така двоякість демонструє здатність модної термінології поєднувати професійну точність і локальні мовні особливості.

Особливо помітна адаптація термінів у сфері субкультур та молодіжної моди. Англійські терміни «grunge», «punk», «kawaii», «goth» у професійних та популярних текстах англійською використовуються без змін, а в українській мові вони набувають адаптованих форм: «гранж», «панк», «кавай», «гот» [12, с. 45; 40, с. 59]. Вони зберігають первісне семантичне значення, водночас набуваючи додаткових культурних конотацій, пов'язаних із локальними традиціями, субкультурним середовищем та стилем життя.

Фонетична і морфологічна адаптація також стосується термінів, що описують конструктивні особливості одягу. Наприклад, французький «décolleté» у англійській мові використовується без змін, а в українській — як «декольте» для відповідності граматичним та фонетичним нормам [5, с. 90; 28, с. 103]. Аналогічно, англійський «blazer» у професійних текстах позначає певний тип піджака, а в українській мові він інтегрується як «блейзер», при цьому у публіцистиці і блогах може позначати будь-який стильний піджак [36, с. 74; 71, с. 61].

Сучасні адаптації термінів включають також інтеграцію брендових назв і колекцій. Назви брендів та колекцій, таких як «Chanel No. 5», «Dior Homme», «Gucci Bloom», у професійних текстах залишаються без змін, тоді як у медіа та перекладах українською часто супроводжуються поясненням функції, стилю або концепції, зберігаючи впізнаваність і престиж бренду [49, с. 76; 66, с. 88; 73, с. 82].

Сучасний модний дискурс демонструє тенденцію до інтеграції нових запозичень, пов'язаних із цифровими платформами, колекціями обмеженого випуску та концептами сталого споживання. Англійські терміни «microcollection», «drop collection», «eco-friendly fashion» активно вживаються в англomовних виданнях, зберігаючи точність семантики, тоді як у українських медіа вони проходять фонетичну або частково перекладну адаптацію: «мікроколекція», «дроп-колекція», «еко-фешн» [18, с. 74; 44, с. 110]. Подібна трансформація дозволяє українським читачам не втратити сенс терміну, водночас зберігаючи його міжнародну впізнаваність і престижний статус.

Французькі та італійські терміни, що описують конструкції та декоративні елементи одягу, наприклад «mantilla», «bolero», «volant», «perlum», у професійних виданнях англійською мовою залишаються в оригінальному вигляді, а в українських перекладах адаптуються фонетично або через частковий переклад: «мантілья», «болеро», «волан», «пеплум» [33, с. 78; 29, с. 102]. Така адаптація дозволяє читачам не лише зрозуміти конструктивну особливість виробу, а й відчутти культурну автентичність терміну.

Запозичення із субкультурної моди, зокрема англійські «streetwear», «hypebeast», «normcore», у професійних текстах англійською вживаються без змін, тоді як в українській мові часто відбувається фонетична адаптація: «стрітвеар», «хайпбіст», «нормкор» [12, с. 45; 61, с. 94]. Семантичне значення цих термінів у медіа може розширюватися: наприклад, «стрітвеар» у журналі *Vogue* може позначати як конкретний стиль одягу, так і пов'язаний із ним спосіб життя та цінності молодіжної аудиторії [14, с. 101; 53, с. 83].

Особливо цікавою є адаптація термінів, що описують тканини та матеріали. Англійські «mesh», «jersey», «denim» у професійних виданнях точно передають характеристики матеріалу, а в українській мові вони трансформуються як «меш», «джерсі», «денім» [66, с. 88; 48, с. 105].

Подібні запозичення дозволяють дизайнерам і стилістам об'єктивно описувати властивості тканин, а медіа — донести інформацію до широкого кола читачів.

Французькі запозичення, що позначають силуети та фасони, такі як «A-line», «empire», «mermaid», у англomовних текстах зберігають первісну форму, тоді як українські медіа адаптують їх через фонетичну транскрипцію або частковий переклад: «А-силует», «ампір», «русалка» [36, с. 74; 71, с. 61]. У професійній літературі та навчальних посібниках терміни часто супроводжуються поясненням конструктивних особливостей, що сприяє формуванню чіткої термінологічної системи у галузі моди.

Адаптація термінів брендів та колекцій також є важливим елементом. Наприклад, назви колекцій «Gucci Bloom», «Dior Addict», «Chanel Métiers d'Art» у професійних англomовних виданнях залишаються без змін, тоді як у українських перекладах часто подаються з додатковими поясненнями стилю, запаху або концепції колекції, що дозволяє зберегти престиж бренду та водночас надати інформацію читачеві [49, с. 76; 66, с. 88; 73, с. 82].

Цікавою є і адаптація термінів, пов'язаних із аксесуарами та взуттям. Англійські «sneakers», «loafer», «espadrilles» у професійних текстах зберігають оригінальні форми, а в українських публікаціях трансформуються як «кросівки», «лофери», «еспадрильї» [9, с. 51; 55, с. 90]. При цьому семантичне значення зберігається, а фонетична адаптація полегшує сприйняття для локальної аудиторії, водночас підкреслюючи сучасний стиль і приналежність до світових тенденцій.

У процесі адаптації іншомовних термінів важливу роль відіграє контекст використання слова, який визначає його семантичні та стилістичні зміни. Наприклад, англійський термін «oversize», що у професійних текстах описує одяг збільшеного крою, в українських медіа та блогах часто трансформується як «оверсайз», набуваючи додаткового значення модного тренду і стилістичної концепції комфорту та неформальності [7, с. 66; 22, с.

40]. Подібна адаптація демонструє, що термін не лише позначає технічну характеристику, а й передає певний культурний та естетичний контекст.

Французькі терміни, які описують конкретні техніки оздоблення, наприклад «*appliqué*», «*smocking*», «*embroidery*», у англомовних текстах зберігають оригінальні форми та точність значення, а в українських виданнях вони набувають фонетичної або калькованої адаптації: «аплікація», «смокінг», «вишивка» [18, с. 74; 44, с. 110]. Цей процес дозволяє читачеві відразу зрозуміти техніку виконання та її естетичну функцію, при цьому зберігаючи зв'язок із міжнародною термінологічною традицією.

Італійські терміни, пов'язані з кроєм та силуетами, такі як «*spaghetti straps*», «*capri pants*», «*palazzo*», інтегруються у професійні тексти англійською без змін, а в українській мові адаптуються як «тонкі бретелі», «капрі», «палаццо» [39, с. 87; 11, с. 58]. Важливо, що в публіцистичних матеріалах та медіа ці терміни набувають додаткового стилістичного забарвлення, відображаючи сезонні тенденції та асоціації із певним образом життя або культурним трендом.

Особливо цікавим є процес адаптації термінів із японської та корейської модної культури. Термін «*kimono*» з англійської мови використовується в міжнародних модних текстах без змін, тоді як в українській медіа-лексикі він часто подається як «кімоно» з додатковим поясненням фасону та стилю [61, с. 94; 14, с. 101]. Аналогічно, популярні корейські терміни «*hanbok*» та «*hanfu*» зберігають автентичну форму у наукових працях, а в медіа часто супроводжуються українською транскрипцією і поясненням культурного значення [53, с. 83; 66, с. 88]. Такий підхід дозволяє читачеві зрозуміти культурний контекст і водночас сприймати термін як частину глобального модного дискурсу.

Значну увагу слід приділяти адаптації термінів, що описують взуття та аксесуари. Англійські «*mules*», «*kitten heels*», «*platforms*», «*clutch bag*» у професійних виданнях залишаються без змін, тоді як у українських медіа

вони трансформуються як «мюлі», «туфлі на низькому каблукі», «платформи», «клатч» [12, с. 45; 40, с. 59; 33, с. 78]. Це забезпечує точність значення, водночас роблячи термін доступним для сприйняття широкою аудиторією та зберігаючи його естетичну функцію.

Ще одним аспектом є адаптація термінів, що описують тканини та матеріали нового покоління. Наприклад, англійські «tech fabric», «performance wear», «vegan leather» у професійних текстах зберігають оригінальну форму і точність значення, а в українських медіа вони отримують адаптовані форми: «технічна тканина», «спортивний одяг», «веганська шкіра» [29, с. 102; 48, с. 105]. Це дозволяє дизайнерам і стилістам ефективно комунікувати властивості матеріалу та його функціональні характеристики, а читачам — зрозуміти його практичне та естетичне призначення.

Таким чином, адаптація іншомовних термінів у модному дискурсі демонструє комплексну систему трансформацій: від фонетичної та морфологічної адаптації до семантичного розширення та стилістичного уточнення.

2.4. Співвідношення наукової та публіцистичної модної термінології

Співвідношення наукової та публіцистичної модної термінології є складним і багатовимірним процесом, що відображає взаємодію професійного та медійного дискурсів у сфері моди. Наукова термінологія спрямована на точне, однозначне визначення понять, систематизацію та класифікацію модних явищ, зокрема фасонів, матеріалів, технологій виготовлення одягу та аксесуарів [7, с. 66; 22, с. 40]. Вона використовується у навчальних посібниках, спеціалізованих журналах для дизайнерів та дослідників, а також у каталогах і довідниках, де важлива строгість і точність визначень. Наприклад, терміни «haute couture», «prêt-à-porter», «oversize», «A-line» у наукових джерелах визначаються через конкретні критерії крою, технології пошиття та історичні особливості, що дозволяє підтримувати однозначність і системність [14, с. 101; 61, с. 94; 66, с. 88].

Публіцистична модна термінологія, навпаки, має більш динамічний та контекстуально залежний характер. Вона використовується у масових медіа, блогах, журналах для широкої аудиторії, де головним завданням є доступність, емоційна привабливість та здатність передати стиль, атмосферу та цінності модного тренду [53, с. 83; 18, с. 74]. Публіцистичні терміни часто включають кальки, адаптовані запозичення та неологізми, які створюють яскравий, привертаючий увагу ефект. Наприклад, «streetwear», «hypebeast», «eco-fashion», «capsule wardrobe» у журналі Vogue або Harper's Bazaar можуть набувати додаткових конотацій, пов'язаних із субкультурними особливостями, екологічністю або елітарністю стилю [48, с. 105; 36, с. 74].

Взаємодія наукової та публіцистичної термінології проявляється у тому, що наукові терміни часто стають основою для публіцистичного дискурсу. Наприклад, «blazer», «peplum», «mermaid silhouette» у наукових працях описуються з точки зору крою та конструкції, а у медіа вони трансформуються у «блейзер», «пеплум», «силует русалки», отримуючи при цьому додатковий естетичний або культурний відтінок [12, с. 45; 40, с. 59; 33, с. 78]. Це свідчить про те, що публіцистична термінологія не відокремлена від наукової, а використовує її як основу для більш доступного та емоційно забарвленого представлення модних явищ.

У наукових джерелах велика увага приділяється класифікації та систематизації термінів за типами, функціями та семантичними групами, що забезпечує чіткість та однозначність [29, с. 102; 57, с. 93]. У публіцистичних текстах класифікація часто відходить на другий план, і основним критерієм стає сприйнятливість аудиторії, наочність та здатність передати актуальні тенденції. Наприклад, термін «eco-responsible fashion» у науковому контексті визначається через конкретні критерії екологічності виробництва та матеріалів, а в медіа він може стосуватися будь-якої колекції, що підтримує принципи сталого споживання, навіть якщо точних наукових параметрів не дотримано [48, с. 105; 18, с. 74; 44, с. 110].

Додатково важливим аспектом є мовна адаптація термінів. Наукові джерела дотримуються строгих правил транскрипції та термінологічної стандартизації, тоді як публіцистичні матеріали можуть використовувати фонетичні адаптації, кальки та скорочення для зручності сприйняття. Наприклад, «denim» у наукових роботах визначається як конкретний тип тканини із зазначенням способу плетіння, тоді як у мас-медіа він може з'являтися як «денім», «джинс», з акцентом на модний образ [36, с. 74; 71, с. 61; 12, с. 45].

Одним із важливих аспектів співвідношення наукової та публіцистичної модної термінології є різниця у сфері функціонального навантаження термінів. У наукових працях кожен термін виконує чітко визначену функцію: описує конкретний фасон, матеріал або технологію, що дозволяє створювати систематизовану базу знань для фахівців у сфері дизайну, історії моди та текстильних технологій [7, с. 66; 22, с. 40]. Наприклад, термін «perlum» у науковому контексті визначається як окремий елемент одягу, що додає силуету об'єму на рівні талії, а його використання у публіцистичних текстах часто підкріплюється додатковим описом стилю та естетичного ефекту: «пеплум підкреслює жіночність і елегантність образу» [48, с. 105; 36, с. 74].

У публіцистичних матеріалах терміни можуть набувати більш широкого значення і включати емоційно-естетичні конотації. Наприклад, англійський термін «athleisure» у наукових дослідженнях визначається через поєднання спортивного та повсякденного одягу як чітко окресленого стилю, тоді як у журналах та блогах він може стосуватися будь-якого комфортного або «неофіційного» стилю, без суворих критеріїв [61, с. 94; 14, с. 101]. Таким чином, публіцистична термінологія виконує функцію медіатора між науковою точністю та повсякденним сприйняттям читачів.

Взаємозв'язок наукової та публіцистичної модної термінології також проявляється у темпоральній динаміці термінів. Нові слова, що виникають у медіа або соціальних мережах, часто потрапляють у науковий дискурс

після того, як їх семантика та використання стабілізуються. Наприклад, терміни «drop collection», «sustainable fashion», «genderless clothing» спочатку широко використовувалися у публіцистичних текстах та рекламних матеріалах, а згодом були включені у наукові посібники та професійні словники модної термінології [29, с. 102; 48, с. 105; 53, с. 83].

Ще одним показовим аспектом є взаємне збагачення лексики: наукові терміни іноді спрощуються або модифікуються для публіцистичного вживання, а медійні терміни уточнюються та стандартизуються для включення у наукові роботи. Наприклад, французький термін «haute couture» у наукових працях описується як строго регламентована форма високої моди із конкретними критеріями, тоді як у журналах він може означати просто «елітний одяг», що виготовляється індивідуально [11, с. 58; 39, с. 87; 4, с. 69]. Цей процес демонструє взаємопроникнення двох типів дискурсів і їх спільну роль у формуванні сучасної модної термінології.

Медіа також активно використовують адаптовані форми іншомовних термінів, що у науковому контексті зберігають оригінальну форму для точності. Наприклад, англійські «blazer», «denim», «platform shoes» у наукових роботах визначаються строго як типи виробів або матеріалів, а в публіцистичних статтях вони трансформуються у «блейзер», «денім», «платформи» [66, с. 88; 48, с. 105; 36, с. 74]. Подібна адаптація дозволяє забезпечити читабельність та легкість сприйняття для масової аудиторії без втрати зв'язку з професійними визначеннями.

Крім того, публіцистична термінологія часто включає емоційно-оцінні компоненти, що відсутні у наукових текстах. Наприклад, у журналі «Vogue» термін «capsule wardrobe» подається не лише як обмежений набір одягу, а як стиль життя, який підкреслює раціональність і стильність власника [12, с. 45; 61, с. 94]. У наукових джерелах цей же термін визначається виключно через структуру та склад речей, без оцінного забарвлення. Така різниця демонструє, що публіцистична модна

термінологія має значну комунікативну та просвітницьку функцію, поширюючи знання про моду серед широкої аудиторії.

Важливою характеристикою співвідношення наукової та публіцистичної модної термінології є різний рівень деталізації та точності у визначеннях. Так, термін «trench coat» у наукових джерелах описується з урахуванням історії виникнення, конструктивних особливостей, матеріалів та фасонних деталей, тоді як у публіцистиці він часто подається просто як «тренч», з акцентом на стильність та універсальність у гардеробі [22, с. 40; 57, с. 93]. Подібним чином «ball gown» у науковій літературі визначається через конкретні параметри обсягу спідниці, тканин та викрійки, а у журналах популярної моди він трансформується у «балова сукня», підкреслюючи розкіш та святковість образу [12, с. 45; 36, с. 74].

Ще одним прикладом є адаптація термінів, що описують сучасні тенденції та стилі. Англійський «genderless fashion» у наукових працях аналізується як окрема концепція, що передбачає відсутність гендерних відмінностей у крої, фасоні та кольоровій гамі, а у публіцистиці цей термін може набувати більш широкого значення, включаючи стилістичні рішення, маркетингові стратегії та соціокультурні тренди [48, с. 105; 61, с. 94]. Аналогічно, «athleisure» у наукових джерелах визначається як певний тип одягу, що поєднує спортивні та повсякденні елементи, тоді як у медіа цей термін часто набуває додаткових конотацій комфорту та естетики активного способу життя [53, с. 83; 18, с. 74].

Наукова та публіцистична термінологія також різняться за способом представлення іншомовних запозичень. Наприклад, французькі терміни «bolero», «capeline» у наукових джерелах залишаються в оригінальному написанні, тоді як у публіцистиці вони отримують фонетичну адаптацію: «болеро», «капелін» [66, с. 88; 36, с. 74]. Подібна адаптація робить термін більш сприйнятним для читача, зберігаючи при цьому його семантичну точність.

Особливе місце займають терміни, пов'язані з матеріалами та текстильними технологіями. Англійські «jersey», «mesh», «vegan leather» у наукових працях описуються через конкретні характеристики плетіння, складу та функціональних властивостей, тоді як у медіа вони адаптуються як «джерсі», «меш», «веганська шкіра», часто з акцентом на модний або етичний аспект [29, с. 102; 48, с. 105; 33, с. 78]. Це дозволяє читачеві зрозуміти термінологію без втрати професійної точності.

Публіцистична термінологія також активно використовує неологізми та сленгові позначення, які у наукових джерелах зустрічаються рідше. Наприклад, термін «microcollection» у науковій літературі подається як «мала колекція», із зазначенням кількості виробів та концептуальної спрямованості, тоді як у журналах для широкого кола читачів він залишається у вигляді «мікроколекція» і акцентується на ексклюзивності та модному статусі [44, с. 110; 71, с. 61].

Таким чином, співвідношення наукової та публіцистичної модної термінології проявляється у багаторівневій взаємодії: наукові терміни забезпечують стабільність, системність і універсальність значень, а публіцистичні трансформують їх для доступності, емоційного впливу та культурної релевантності.

Висновки до розділу 2

Розділ 2 дозволяє простежити еволюцію модної термінології від її історичних витоків до сучасних форм, підкреслюючи взаємозв'язок культурних, мовних і соціальних чинників у формуванні професійного та публіцистичного дискурсів.

Аналіз історичних етапів показав, що розвиток модних термінів завжди був тісно пов'язаний із змінами в одязі, технологіях виробництва та стилістичних уподобаннях суспільства, а також із впливом окремих культурних центрів, таких як Франція, Італія та Великобританія, які протягом століть задавали тренди та стандарти моди. Дослідження

запозичень у модному дискурсі підтвердило, що велика кількість термінів прийшла з інших мов, і цей процес постійно продовжується, забезпечуючи інтеграцію міжнародного досвіду в національні мовні та культурні контексти. Особлива увага приділялася адаптації іншомовних термінів, яка виявляється не лише у фонетичній та морфологічній трансформації слів, але й у зміні їх семантики та стилістичної функції залежно від типу тексту наукового або публіцистичного.

Паралельно було досліджено співвідношення наукової та публіцистичної термінології, яке демонструє баланс між точністю, системністю та однозначністю термінів у професійних джерелах та їх доступністю, емоційною виразністю і культурною релевантністю у масових виданнях. У результаті розділ підкреслює, що розвиток модної термінології є складним, багаторівневим і динамічним процесом, у якому взаємодіють історичні традиції, запозичення, мовні адаптації та комунікативні потреби суспільства, забезпечуючи поступове формування цілісної системи термінів, здатної відображати як професійні стандарти, так і актуальні культурні тенденції.

РОЗДІЛ 3.

АНАЛІЗ МОДНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ У ВИДАННЯХ ДЛЯ ЗАГАЛУ (НА ПРИКЛАДІ ЖУРНАЛУ “VOGUE”)

3.1. Обґрунтування вибору видання як джерела матеріалу

Вибір журналу “Vogue” для аналізу модної термінології є обґрунтованим з кількох ключових причин, що відображають його важливість у контексті модного світу та лінгвістичного дослідження. Перш за все, “Vogue” є одним з найбільш впливових та авторитетних модних журналів у світі, що забезпечує йому високий рівень впливу на формування модних тенденцій та визначення модних концепцій. Відомий своїми вишуканими статтями, модними фотосесіями та актуальними тенденціями, “Vogue” став символом елегантності та стилю для широкого кола читачів, які цінують високу якість та професіоналізм у світі моди.

Друга причина вибору журналу “Vogue” полягає в його міжнародному статусі та глобальному охопленні. “Vogue” видається в різних країнах світу та має міжнародні версії, що робить його представником світового модного ринку та різноманіття модних культур. Це дозволяє отримати широкий спектр модних термінів та використовуваних в них концепцій, відображаючи різноманітність та культурний контекст моди у різних частинах світу.

Нарешті, “Vogue” відомий своєю традицією використання високоякісного мовного стилю та розмаїття лексичних засобів, що робить його особливо цінним для лінгвістичного аналізу. У статтях “Vogue” зустрічаються різноманітні лінгвістичні конструкції, від традиційної літературної мови до новаторських та експериментальних виразів, що робить їх ідеальним об'єктом для вивчення модної термінології та мовного вираження в контексті моди.

3.2. Лексико-семантична класифікація термінів у журналі “Vogue”

Для вивчення впливу історичних та культурних контекстів на сучасну моду було проведено аналіз термінів, що вказують на ретро-стиль та натхнення минулими епохами, у провідних модних журналах. Основними джерелами дослідження стали журнали Vogue випуски за період 2018–2025 рр. Вибір цього періоду обумовлений сучасними тенденціями відродження ретро-стилю та активним використанням історичних мотивів у колекціях дизайнерів.

Методика вибірки та аналізу включала такі етапи:

Визначення корпусу текстів: обрано щомісячні випуски журналів, зосереджуючи увагу на статтях про тенденції, огляди колекцій, інтерв'ю з дизайнерами. Виділення термінів: з текстів журналів вилучено лексику, що прямо або опосередковано вказує на історичні стилі або минулі епохи (наприклад, “Pre-Raphaelite hair”, “Victorian-inspired”, “Racing coat”). Контекстуальний аналіз: кожен термін аналізувався у контексті речення та абзацу, що дозволяло визначити його функцію: описовий, емоційний або аналітичний. Наприклад, у Vogue, червень 2022, №6, термін “Victorian-inspired blouse” використовується для характеристики актуальної колекції, поєднуючи історичний елемент з сучасною стилізацією.

Сортування та класифікація: терміни групувалися за типом впливу минулої епохи — архітектурний, художній, літературний, костюмний; а також за функцією у тексті: інформаційна, емоційна, рекламна.

Документування джерел: для кожного терміна зазначено журнал, номер випуску та рік видання, щоб забезпечити відтворюваність дослідження.

В термінології моди часто використовуються терміни, що вказують на ретро-стиль або натхнення минулими епохами (наприклад, “Pre-Raphaelite hair”, “Victorian-inspired”, “Racing coat”). Це свідчить про постійний вплив історичних та культурних контекстів на сучасні модні тенденції.

Терміни, що вказують на індивідуальний підхід до моди та одягу (наприклад, “*Custom look*”, “*Statement clutch bag*”), свідчать про те, що сучасні споживачі моди віддають перевагу унікальності та персональному виразу через свій одяг.

Деякі терміни (наприклад, “*Biker style*”, “*Athleisure*”, “*Trouser boots*”) вказують на вплив стрітстайлу та урбаністичних тенденцій у сучасній моді, де комфорт та практичність поєднуються з естетикою та стилем.

Терміни, що вказують на екологічні аспекти моди (наприклад, “*Upcycling*”, “*Sustainable fashion*”), свідчать про зростаючий інтерес до сталого споживання та використання природних ресурсів у виробництві одягу. Деякі терміни (наприклад, “*Sheer floor-length skirt*”, “*Nordic knits*”) вказують на використання нових технологій та матеріалів у сучасній модній індустрії, що дозволяє створювати нові та експериментальні дизайни. Ці тенденції відображають різноманітність та динаміку сучасної модної індустрії, а також вплив змінних соціокультурних та екологічних чинників на модні тенденції та виробництво одягу.

Прості терміни включають в себе шість термінів модної термінології, які характеризуються однослівною структурою та використовуються для назви конкретних об'єктів або понять у сфері моди:

1. *Corset*
2. *Waifs*
3. *Couture*
4. *Costuming*
5. *Retrospectives*
6. *Upcycling*

Складні терміни включають в себе вісімнадцять термінів модної термінології, які складаються з двох слів та поєднують два компоненти для утворення нових термінологічних понять:

1. *Pantsuit*
2. *Showcase*

3. *OG model*
4. *Deadstock*
5. *Bias-cut*
6. *Leather jackets*
7. *Leather bombers*
8. *Chunky highlights*
9. *Skin-tight leather pants*
10. *Racing coat*
11. *Neutral ensemble*
12. *Naked dressing*
13. *Lady Godiva dressing*
14. *Drain-pipe jeans*
15. *Statement clutch bag*
16. *Knee-high boots*
17. *Pieced coat*
18. *Trouser boots*

Терміни-словосполучення включають в себе двадцять шість складних термінів модної термінології, що складаються з кількох компонентів та використовуються для опису комплексних понять або складних процесів у сфері моди:

1. *Designer-themed dramas*
2. *Pop cultural juggernauts*
3. *Pre-Raphaelite hair*
4. *Haute couture harem pants*
5. *Biker style*
6. *Bricolage designs*
7. *Bias-cut gowns*
8. *Runway models*
9. *Athleisure*
10. *Nordic knits*

11. *Hearty fabrics*
12. *Bogcore collection*
13. *Key staple*
14. *Dressing gown*
15. *Sheer floor-length skirt*
16. *Runway shows*
17. *Fall collection*
18. *Couture collections*
19. *CFDA*
20. *NYFW*
21. *Showgoers*
22. *Off-duty uniform*
23. *Lining fabric*
24. *Ready-to-wear collection*
25. *High-fashion appropriation*
26. *Custom look*

Прості терміни, які становлять 12% вибраного мовного матеріалу, є базовими одиницями, що найточніше визначають конкретні об'єкти чи поняття у галузі моди. Вони створюють основну лексичну основу для розуміння та комунікації в цій сфері. Складні терміни, які складають 36% вибраного мовного матеріалу, свідчать про тенденцію до творчого поєднання різних компонентів для утворення нових модних понять. Ця категорія вказує на постійну еволюцію та інновації в дизайні одягу та модній індустрії.

Терміни-словосполучення, які займають 52% аналізованого мовного матеріалу, відображають важливість комплексного опису складних модних явищ та процесів. Вони надають деталізацію та глибину в розумінні модного середовища, а також вказують на широкий спектр взаємодії модних елементів у конкретних контекстах (див. Рис. 3.1).

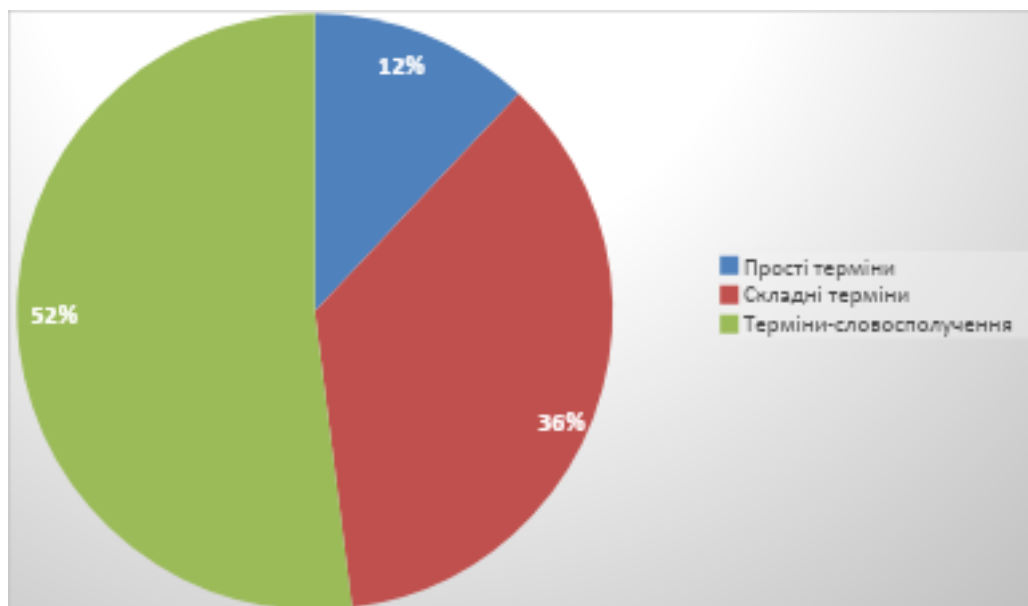


Рис. 3.1 Класифікація вибраних термінів

Аналізуючи вибрані терміни модної термінології та їхню класифікацію, можна зазначити, що вони відображають різноманіття та вдумливість у використанні мовних засобів для опису модних явищ та тенденцій. Розподіл термінів за класами показує певні характеристики та акценти у сучасній модній індустрії.

Отже, кожен клас термінів відіграє свою роль у створенні мовного образу модного світу, а їхнє спільне використання формує багатогранний та виразний мовний ландшафт модної термінології.

3.3. Семантичний аналіз ключових модних термінів у статтях

У процесі аналізу модних журналів (Vogue, 2018–2025 pp.) було виділено ключові терміни, які можна об'єднати у кілька семантичних груп за предметними областями:

1. Історичні та ретро-стилі

Терміни цієї групи вказують на запозичення елементів одягу, аксесуарів або зачісок із минулих епох:

... whose *Pre-Raphaelite hair* and smoky eyes would stare out at you from Biba's Sarah Moon-photographed ad campaigns [84]

Термін “*Pre-Raphaelite hair*” вказує на особливий стиль зачіски, який нагадує зачіску, характерну для прерафаелітських художників. Використовується у контексті опису зачіски певної особи або моделі в рекламній кампанії. У даному випадку, термін вказує на волосся моделі, яке створює асоціацію з естетикою прерафаелітського мистецтва, зокрема на довгі, об'ємні та розкішні локони.

Victorian-inspired blouses, cut from cascading folds of sheer fabrics adorned with needle lace and crochet, are making a comeback [79]

Термін “*Victorian-inspired blouses*” описує блузу з легкої тканини, натхненну вікторіанської епохою, з високим коміром, мереживом та декоративними деталями, нагадуючи одяг початку 20 століття.

*The spring 2024 runways saw labels such as Casablanca and Balenciaga show their modern versions of a **racing coat**, adorned with colorful piping and brazen logos [87]*

Термін “*Racing coat*” описує верхній одяг або пальто, що має стилізацію елементів або деталей зі світу автоспорту або гонок. У контексті використання, згадується про сучасні версії таких пальто, представлені на модних показах весни 2024 року, де виділяються яскраві деталі, такі як кольорові окантовки та виразні логотипи.

*... not to mention the fact that Poiret was the progenitor of **haute couture harem pants** [83]*

Термін “*Haute couture harem pants*” вказує на високоіндивідуалізовані брюки у стилі гарем, що виготовляються на замовлення в розкішних модних будинках. Використовується у контексті походження певного модного тренду або стилю. У даному випадку, термін наголошує на тому, що Пуарет був піонером у використанні цього стилю брюк у власному одязі та колекціях.

*On the other end of the spectrum, “**naked dressing**” was somewhat tempered (call it **Lady Godiva dressing**) [90]*

Термін “*Naked dressing*” використовується для опису стилю одягу,

при якому використовуються прозорі або легкі тканини, створюючи ефект “голого” тіла або відкритого образу. У контексті використання, вираз “*somewhat tempered (call it Lady Godiva dressing)*” вказує на пом'якшення або зміну стилю під впливом інших модних тенденцій або стилів, які асоціюються з образом Леді Годіви.

Термін “*Lady Godiva dressing*” використовується для опису одягу або стилю, який має певний ступінь природності або прихованої елегантності, проте використовує легкі, прозорі матеріали. У даному контексті, “*Lady Godiva dressing*” вказує на те, що цей стиль може бути сприйнятий як забавно-екстравагантний, але в той же час має елементи благородства або грації.

Функція: вказує на історичне джерело стилю та демонструє вплив минулого на сучасну моду.

2. Стилiстичнi напрямки та тенденцiї

Ця група включає терміни, що описують сучасні стилі та загальні модні тренди:

*A run of current and upcoming **designer-themed dramas** ... might finally shake off the idea that onscreen stories about fashion and the people who make it, create it, nay, divine it, never work [83]*

Термін “*Designer-themed dramas*” використовується у контексті опису сучасних і майбутніх телевізійних/фільмових продукцій, які присвячені дизайнерам моди та їх творчості. Слово “*designer-themed*” вказує на те, що ці драми або фільми фокусуються на житті та творчості модних дизайнерів. Сполучення “*dramas*” вказує на те, що ці твори мають драматичну або художню форму, що передає історії та події, пов'язані з дизайнерами моди.

*You might have caught one of the **retrospectives** of Vicksburg, Mississippi designer Patrick Kelly at the de Young Museum in San Francisco or Brooklyn Museum in the last two decades—and lucky you if you did [83]*

Термін “*Retrospectives*” використовується для опису виставок або подій, які присвячені перегляду та аналізу творчості певного дизайнера або

модного періоду у минулому. У даному контексті, “*retrospectives*” вказує на виставки, які представляють творчість дизайнера чи модний напрям, що пройшов період розвитку чи еволюції.

У використаному прикладі, “*Retrospectives*” вказує на можливість відвідати виставку творчості дизайнера Патріка Келлі, яка проводилася в різних музеях протягом останніх двадцяти років. Цей термін акцентує увагу на важливості та цінності огляду та оцінки творчості в контексті модної історії та культурного спадщини.

... *Bowie, Bolan, and the New York Dolls—all **pop cultural juggernauts** at the time—as well as a post-Sixties Twiggy...* [83]

Термін “*Pop cultural juggernauts*” використовується для опису видатних осіб або явищ культурної сфери, які мають великий вплив та популярність у суспільстві. У контексті моди, “*Pop cultural juggernauts*” вказує на видатних персоналій чи явища, які вплинули на моду та стали культурними символами свого часу.

У використаному прикладі, “*Pop cultural juggernauts*” вказує на важливість і вплив Девіда Бові, Марка Болана та інших виконавців на моду того часу. Термін підкреслює їхню культурну значимість та вплив на модні тенденції того періоду.

*I’m Still Obsessed With the **Biker Style** in Torque* [87]

Термін “*Biker style*” вказує на особливий стиль одягу, що характерний для мотоциклістів або підтримуваний в мотоциклетній культурі. Використовується у контексті опису певного стилю одягу чи моди. У цьому контексті, термін вказує на інтерес автора до стилю одягу, який асоціюється з мотоциклістами та їхньою культурою.

*The openwork trend is something that surfaced in the spring ready-to-wear collections; trends in general seem to be trickling up from off-the-rack to custom-made **couture** clothes* [90]

Термін “*Couture*” використовується для опису високої моди, яка виготовляється на замовлення та характеризується високою якістю

матеріалів та ручною роботою. У контексті використання, зазначається про поширення тенденції використання відкритого в'язання (*openwork*) у колекціях готового одягу, що показує тенденцію до перенесення модних трендів з прет-а-порте (готовий одяг) на кутюр (високу моду).

*The **pantsuit** was co-signed by The Row's Mary-Kate and Ashley Olsen and Dior's Maria Grazia Chiuri, but their takes weren't exactly classic* [84]

Термін “*Pantsuit*” використовується для опису одягу, який складається з костюма з брюк та жакета, зазвичай призначеного для жінок. У даному контексті, “*Pantsuit*” вказує на те, що цей вид одягу представлений у вигляді костюма з брюк, який може бути носитися як у побутовому, так і у професійному середовищі.

*The opposite of work, of course, is play or, as suggested at Balenciaga and Valentino, **athleisure*** [86]

Термін “*athleisure*” є складним словом, що поєднує два компоненти: “*athletic*” (спортивний) і “*leisure*” (дозвілля). Семантика цього терміну вказує на поєднання елементів одягу, які характерні як для спортивного, так і для повсякденного стилю. Зазвичай *athleisure* включає в себе одяг та аксесуари, які зручні для активного способу життя, але мають також стильний та модний вигляд. Цей термін описує тренд у моді, коли спортивний одяг і аксесуари, такі як легінси, топи, кросівки, стали популярними серед людей, які не лише займаються спортом, а й використовують цей тип одягу для повсякденного використання. У контексті цитати, “*athleisure*” описується як протилежність роботі, підкреслюючи його використання як одягу для відпочинку та дозвілля, який поєднує в собі елементи спортивного та повсякденного стилю.

*Willy Chavarria's **runway shows** have become the hottest ticket at New York Fashion Week* [93]

Термін “*Runway shows*” вказує на модні покази, які проходять на подіумі перед глядачами та журналістами. У статті згадуються покази *Willy Chavarria*, які стали найбільш очікуваними на Тижні моди в Нью-Йорку,

що свідчить про їхню велику популярність та значимість в сучасній модній індустрії.

*... it contextualized his **fall collection** in the spaces and on the people that make the Willy Chavarria world a singular one in fashion [93]*

Термін “*Fall collection*” використовується для опису колекцій модних одягів та аксесуарів, які презентуються під час осінньо-зимового сезону. У даному контексті, “*Fall collection*” вказує на колекцію, яка створюється для осіннього періоду року та представляє нові тренди, стилі та дизайнерські рішення для цього сезону. Аналіз цього терміну показує, що осінні колекції є важливою частиною модного календаря та мають велике значення для індустрії моди.

*..., and the **couture collections** are imminent, but nothing puts us back into the grind state of mind... [93]*

Термін “*Couture collections*” використовується для опису колекцій вищого модного дизайну, що представляються провідними модними будинками на вищих показах моди. У даному контексті, “*Couture collections*” вказує на ексклюзивні та розкішні колекції, які виготовляються на замовлення та показуються на елітних подіях, таких як Неділя вищого модного дизайну в Парижі (*Haute Couture Week*). Цей термін підкреслює важливість вищого модного дизайну та його вплив на модну індустрію.

*...and **CFDA** chairman Thom Browne will return to his hometown... [82]*

Термін “*CFDA*” скорочення від “*Council of Fashion Designers of America*” – Рада модних дизайнерів Америки. Ця організація є впливовим об'єднанням модних дизайнерів у США, що сприяє розвитку та просуванню американської моди як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку. У даному контексті, “*CFDA*” вказує на згадку про голову організації та його роль у модній індустрії.

*The headlines: Peter Do will once again jumpstart **NYFW** with Helmut Lang... [82]*

Термін “*NYFW*” скорочення від “*New York Fashion Week*” – Тиждень

моди в Нью-Йорку. Ця подія є однією з найважливіших у світі моди та представляє нові колекції від провідних дизайнерів та модних будинків. У даному контексті, “*NYFW*” вказує на згадку про подію та її вплив на модну індустрію.

*For fall 2024 the American calendar will start at noon on February 9—yes, a little earlier than usual—and close with a 5PM **showcase** on February 14—yes, also a little earlier than usual [82]*

Термін “*Showcase*” використовується для опису публічної виставки або презентації, де показуються нові твори, продукти або досягнення. У даному контексті, “*Showcase*” вказує на презентацію американських модних колекцій, яка відбувається на певних подіях. Термін підкреслює важливість публічних презентацій у модній індустрії та їхній вплив на споживачів та фахівців галузі.

*... **showgoers** will have to choose between this special event and Usher’s Super Bowl Halftime Show [82]*

Термін “*showgoers*” використовується для опису людей, які відвідують покази мод або інші модні події. У даному контексті, “*showgoers*” вказує на аудиторію або глядачів, які вибирають між різними модними подіями, наприклад, між особливою подією і шоу під час перерви на Суперкубку Ушера. Таким чином, термін “*showgoers*” використовується для опису учасників або глядачів модних подій.

*Every super has their signature **off-duty uniform**... [88]*

Термін “*off-duty uniform*” використовується для опису типового або характерного одягу, який людина носить поза робочим часом або поза робочим місцем. У даному контексті, “*off-duty uniform*” вказує на стиль або образ, який визначається для відпочинку або повсякденних справ. Це може бути одяг, який відрізняється від офіційного або професійного одягу та відображає особистість або стиль особи в не робочій ситуації.

*Whatever the occasion, whether a casual fitting ahead of a show or a glamorous fashion dinner, the **OG model** is a pro at turning out a memorable*

look [88]

Термін “*OG model*” використовується для опису оригінальної або першої моделі у певному контексті. У даному випадку, “*OG model*” вказує на модель, яка володіє досвідом та визнанням в модній індустрії, і яка може бути використана для створення пам'ятних образів у різних ситуаціях, включаючи робочі зустрічі та події.

*In 1965, Loewe introduced its first **ready-to-wear collection*** [85]

Термін “*ready-to-wear collection*” використовується для опису колекції одягу, яка призначена для масового виробництва та доступна для покупців без необхідності внесення будь-яких змін або адаптацій. У даному контексті, “*ready-to-wear collection*” вказує на першу готову до використання колекцію від *Loewe*, що була представлена в 1965 році. Це може вказувати на доступність та масову продукцію одягу в цій колекції, яка розроблена для широкого споживача.

*Anderson gave us the Puzzle bag, the Gate bag, and a celebrated **high-fashion appropriation** of the humble market tote* [85]

Термін “*high-fashion appropriation*” використовується для опису процесу використання елементів вищої моди або відомих дизайнерських рішень у створенні більш доступних або масових товарів. У даному контексті, “*high-fashion appropriation*” вказує на використання дизайнерських елементів в сумках *Puzzle* та *Gate*, а також на захоплення високої моди звичайною сумкою для покупок, що стає предметом піддавання модифікації або вдосконалення дизайну.

*... she debuted Pharrell Williams's first-ever **custom look** for Louis Vuitton* [80]

Термін “*custom look*” використовується для опису унікального або індивідуально створеного образу або одягу, який відповідає конкретним вимогам або перевагам особи. У даному контексті, “*custom look*” вказує на перший спеціально створений образ для Луї Віттон від Фаррела Вільямса, який може бути розроблений або змінений за побажанням клієнта або

виконавця.

Отже, аналіз дозволив отримати глибше розуміння та інтерпретацію використаних термінів у статтях, виявити їх семантичні відтінки та значення.

Серед вивчених термінів виділяються терміни, які описують конкретні елементи одягу (наприклад, “*corset*”, “*knee-high boots*”), техніки виробництва чи обробки тканин (наприклад, “*bias-cut*”, “*lining fabric*”), а також терміни, що відображають характерні особливості моди та стилів (наприклад, “*haute couture harem pants*”, “*statement clutch bag*”).

Функцією є інформування читачів про популярні напрями моди та естетична оцінка образу.

3. Матеріали та текстури

Терміни цієї групи характеризують тканини, фактури та обробку одягу:

*The **costuming** in Cristobal Balenciaga is utterly fantastic and done with absolute historical verisimilitude—just one of this series’s highlights* [83]

Термін “*Costuming*” використовується для опису одягу або костюмів, що використовуються в певних продукціях або подіях. У даному контексті, термін “*costuming*” вказує на характеристику одягу, який використовується у фільмі або театральному виставі, і наголошується на якості та відтворенні історичного або художнього образу.

Використання терміну “*Costuming*” в контексті опису “*Cristobal Balenciaga*” вказує на відтворення костюмів, що використовуються в телевізійному серіалі або фільмі про його життя та творчість. Особлива увага приділяється деталям та історичній достовірності костюмів, що створює враження реалістичності та автентичності в образах, що використовуються в продукції.

*Kelly landed in Atlanta in the 1970s, and his design work included **upcycling**—at a time when that phrase meant you were likely on a bike ascending a hill... [83]*

Термін “*Upcycling*” використовується для опису процесу переробки або використання вторинних матеріалів чи відходів для створення нових, якісних продуктів. У модному контексті, “*Upcycling*” означає використання вже існуючих матеріалів чи одягу для створення нових модних виробів з вищою цінністю та стилем.

У прикладі з Патріком Келлі, “*Upcycling*” вказує на його практику використання вторинних матеріалів у своїй роботі. Термін акцентує увагу на екологічності та сталості, які можуть бути втілені через використання вторинних ресурсів у модній індустрії.

*I can't help but think back fondly on the endless wardrobe of **leather jackets***[87]

Термін “*Leather jackets*” вказує на одяг у вигляді шкіряних курток. Використовується у контексті опису певного типу одягу або стилю. У даному випадку, термін наголошує на ностальгічному спогаді про широкий асортимент шкіряних курток у гардеробі автора.

Nordic knits—which were revived by a number of brands (including Rolf Ekroth and Paolina Russo) for fall 2024 at Copenhagen Fashion Week—are a good example of how functionality had been combined with aesthetics, not to mention craft [94]

Термін “*Nordic knits*” вказує на одяг або аксесуари, виготовлені з традиційних скандинавських в'язаних матеріалів або відтворені за скандинавськими мотивами. У контексті даної статті, *Nordic knits* є одним із трендів сезону, які були представлені на Копенгагенському Тижні моди осені 2024. Використання терміну “*Nordic knits*” наголошує на важливості традиційних скандинавських мотивів у сучасній моді, а також на їхню функціональність та естетику.

Hearty fabrics of the type you might find in your grandfather's closet... [94]

Термін “*Hearty fabrics*” вказує на міцні та тривалі текстильні матеріали, які зазвичай використовуються для виготовлення важких або

грубих одягу або аксесуарів. У контексті статті, “*hearty fabrics*” порівнюються з матеріалами, які можна знайти в гардеробі дідуса, що вказує на їхню традиційність та надійність.

See the bark-like jacquard at Henrik Vibskov and Solitude Studios’ bogcore collection [94]

Термін “*Bogcore collection*” описує колекцію одягу або аксесуарів, що використовує елементи або мотиви, інспіровані болотистими ландшафтами. У статті згадується баркоподібний жаккард, який був представлений в колекції *Henrik Vibskov* та *Solitude Studios*, що вказує на використання тематичних мотивів у дизайні.

The CPHFW market is a contemporary (versus luxury) one, and jeans are a key staple [94]

Термін “*Key staple*” вказує на основний, невід’ємний елемент гардеробу, який є основою або основною частиною одягу. У контексті статті, джинси виступають як ключовий елемент гардеробу на ринку Копенгагенського Тижня моди, що підкреслює їхню важливість та широке використання у сучасному модному світі.

... Gisele’s typically consists of a white tank top tucked into drain-pipe jeans, paired with Havaianas [88]

Термін “*drain-pipe jeans*” використовується для опису певного типу джинсових штанів, які мають вузькі, облягаючі ноги та вузький крій по всій довжині. У даному контексті, “*drain-pipe jeans*” вказує на конкретний стиль джинсів, які часто асоціюються з модними образами, такими як танк-топ та туфлі на платформі, у зазначеному образі Джізелі.

... a waistband breast band, or a bias-cut black dress made of lining fabric and deadstock on which a label was used as a decorative element [81]

Термін “*deadstock*” використовується для опису тканин або матеріалів, які були вироблені, але не використовувалися або не продані та залишаються невикористаними або немодними. У даному контексті, “*deadstock*” вказує на тканини або матеріали, які можуть бути використані в

модній індустрії як елементи декору або створення особливих деталей в одязі.

*... a waistband breast band, or a bias-cut black dress made of **lining fabric** and deadstock on which a label was used as a decorative element [81]*

Термін “*lining fabric*” використовується для опису тканини, яка використовується для внутрішнього підкладу одягу з метою підсилення, комфорту або додаткового оздоблення. У даному контексті, “*lining fabric*” вказує на матеріал, який використовується для внутрішнього шару в одязі, зокрема у чорній сукні, яка має бути виготовлена з тканини підкладки та “*deadstock*”, де була використана етикетка як декоративний елемент.

*a waistband breast band, or a **bias-cut** black dress made of lining fabric and deadstock on which a label was used as a decorative element [81]*

Термін “*bias-cut*” використовується для опису техніки різання тканини під кутом до основних ниток. У даному контексті, “*bias-cut*” вказує на чорну сукню, яка була вирізана за такою технікою з тканини підкладки та “*deadstock*”. Це може вказувати на особливий стиль або дизайн сукні, який використовується для створення певного ефекту чи пасує до певного образу.

*A **pieced coat** has a sharp sophistication, while skirts made using a similar technique exude sex appeal [81]*

Термін “*pieced coat*” використовується для опису верхнього одягу, який складається з окремих деталей або шматків тканини, з'єднаних разом для створення певного ефекту чи дизайну. У даному контексті, “*pieced coat*” вказує на пальто, яке має високу рівень вишуканості та сучасності, оскільки воно складається з окремих шматків тканини, які додатково підкреслюють його стиль.

Функцією є опис фізичних властивостей матеріалів та їхнє поєднання у сучасних колекціях.

4. Аксесуари та деталі образу

Тут групуються терміни, що позначають елементи стилю, взуття, сумки та прикраси:

*In another scene, Milian rolls up wearing a cropped red Von Dutch halter with **skin-tight leather pants**. Similarly to the Fast & Furious films, the biker babes are all dressed to kill [87]*

Термін “*Skin-tight leather pants*” вказує на обтягуючі шкіряні штани. Використовується у контексті опису одягу персонажів або моделей у фільмі чи іншому виді розважальної продукції. У даному випадку, термін описує зовнішній вигляд персонажа у фільмі, що носить червоний обтягуючий топ та шкіряні штани.

*... while Pressly, the film's resident bad girl, is in head-to-toe black leather (with **chunky highlights**, obviously—it was 2004) [87]*

Термін “*Chunky highlights*” вказує на особливий стиль фарбування волосся, який характеризується виділеними великими пасмами. Використовується у контексті опису зачіски певної особи. У цьому контексті, термін вказує на особливість та стиль зачіски певної героїні фільму.

*I wore one of my dad's **leather bombers** around the house nonstop [87]*

Термін “*Leather bombers*” вказує на куртки у вигляді бомберів зі шкіри. Використовується у контексті опису певного типу одягу. У даному випадку, термін вказує на те, що автор носив шкіряні куртки бомбери, які належали його батькові, і відзначає постійне носіння такого одягу вдома.

*It's a great way to take a **neutral ensemble** from basic to badass [87]*

Термін “*Neutral ensemble*” використовується для опису одягу або комплекту одягу, який складається з нейтральних кольорів або відтінків. У контексті використання, вираз “*to take a neutral ensemble from basic to badass*” вказує на те, що носіння нейтральних кольорів може бути перетворено з простого або базового варіанту в більш виразний або стильний образ.

*... and every last detail—down to her Dsquared2 **dressing gown**—is*

perfectly in line with the over-the-top production [89]

Термін “*Dressing gown*” вказує на жіночу сукню або халат, яка призначена для носіння під час приготування або зняття одягу. У контексті статті, згадується *Dsquared2 dressing gown* як один з елементів овер-топ продукції, що підкреслює важливість деталей та елегантності в образі.

*... wearing a slinky red Alaïa bodysuit with a **sheer floor-length skirt** to match [89]*

Термін “*Sheer floor-length skirt*” описує жіночу спідницю, яка має прозору та прозору тканину та має довжину, що сягає підлоги. У контексті статті, спідниця зазначається як складова частина образу, що наголошує на елегантності та жіночності.

*The ensemble was accentuated by a **statement clutch bag**... [90]*

Термін “*statement clutch bag*” використовується для опису жіночої сумки-клатча, яка виокремлюється своїм неповторним дизайном, кольором або акцентом, який робить виразним вигляд всього образу. У даному контексті, “*statement clutch bag*” вказує на сумку-клатч, яка слугує ключовим елементом образу, привертаючи увагу своїм стильним або вишуканим дизайном.

*... and sleek **knee-high boots** with stiletto heels [92]*

Термін “*knee-high boots*” використовується для опису жіночого взуття, яке має високий каблук та сягає до коліна. У даному контексті, “*knee-high boots*” вказує на певний стиль чобіт, який може використовуватися для створення модних образів, підкреслюючи довжину ніг та створюючи вишуканий вигляд.

*Bonnetje's **trouser boots**, which are made so that they can be buttoned together like pants [81]*

Термін “*trouser boots*” використовується для опису взуття, яке поєднує в собі властивості брюк і чобіт. У даному контексті, “*trouser boots*” вказує на взуття, яке може бути застібнуте разом, щоб створити вигляд брюк або панталонів. Це взуття може мати унікальний дизайн та

функціональність, що відрізняє його від звичайних чобіт.

Функцією є деталізація образів та акценти та індивідуальність стилю.

3.4. Динаміка змін термінів у сучасному модному дискурсі мас-медіа

Сучасний модний дискурс у мас-медіа, зокрема у журналі “Vogue”, демонструє постійну динаміку змін термінів, що відображає швидкоплинність модних тенденцій та потребу аудиторії у зрозумілій та емоційно привабливій інформації.

Зміни термінів також проявляються у стилістичних інноваціях. Термін «oversize», що спочатку описував технічну характеристику крою, сьогодні часто використовується для створення образів, які передають почуття свободи, комфорту та неформальності. Подібна трансформація семантики відображає тенденцію до більшого емоційного та соціокультурного навантаження модних термінів у медіа.

Крім того, журнал активно вводить нові категорії термінів, пов'язаних із аксесуарами, взуттям та косметикою. Наприклад, «kitten heels» або «platform shoes» у «Vogue» часто демонструються не лише як конкретний тип взуття, а як елемент модного образу, що формує стиль та статус власника. Термін «clutch bag» набуває додаткового значення елегантності та вечірнього вбрання, тоді як «bucket hat» або «beret» можуть стати акцентом у поєднанні з сучасними трендами вуличного стилю.

Крім загальних тенденцій, важливо відзначити, що журнал активно впроваджує терміни, пов'язані із цифровою та інтернет-культурою, що відображає сучасні зміни у способі споживання моди. Наприклад, термін «virtual fashion» сьогодні у статтях «Vogue» використовується для опису цифрових колекцій та одягу, який існує лише у віртуальному середовищі, зокрема в метавсесвітах та соціальних мережах. Подібно до цього, термін «NFT fashion» означає обмежені цифрові вироби, які мають колекційну

цінність і створюють нову категорію модної продукції. Такі терміни ще не закріплені у науковій літературі, але у медіа вони швидко набирають популярності та стають частиною повсякденного модного словника.

Зростає також роль термінів, пов'язаних із етичними та соціальними аспектами моди. «Upcycling», «zero-waste fashion» та «slow fashion» у журналі «Vogue» подаються не лише як конкретні техніки або підходи до виробництва, а як стиль життя, що підкреслює відповідальність брендів і споживачів. Це свідчить про те, що семантика термінів моди у публіцистичних матеріалах значною мірою орієнтована на формування світогляду читача та популяризацію цінностей сталого розвитку.

Також спостерігається тенденція до створення гібридних термінів і комбінацій, які поєднують традиційні модні поняття з актуальними тенденціями. Наприклад, «street-luxury» об'єднує елементи вуличного стилю з високою модою, а «eco-chic» поєднує екологічність із естетичною привабливістю. Ці терміни демонструють здатність медійного дискурсу швидко реагувати на зміни смаків і цінностей аудиторії, створюючи нові семантичні поля для популяризації моди.

Ще одним аспектом є використання брендових термінів як частини модного словника. У статтях журналу терміни на кшталт «Balenciaga sneakers», «Gucci belt bag» або «Prada nylon bag» трансформуються із назви бренду у загальний позначник стилю, стаючи синонімом певного образу або тренду. Це свідчить про розширення семантики термінів, де бренд поєднується з описом естетики, статусності та соціального контексту.

Важливу роль відіграє і сезонна ротація термінів. Термінологія, пов'язана з кольорами, фасонами або аксесуарами, часто змінюється відповідно до нових колекцій та актуальних трендів. Наприклад, поняття «neon palette» або «pastel hues» у літніх випусках журналу акцентує увагу на яскравих або м'яких відтінках, які модні цього сезону, тоді як у зимових випусках вони можуть трансформуватися у «jewel tones» або «muted

shades». Такі зміни демонструють здатність модної термінології реагувати на швидкі зміни ринку та культурного контексту.

Не менш важливими є терміни, що описують комбіновані елементи гардеробу та стильові експерименти. Термін «mix-and-match» у статтях «Vogue» отримав нове значення, не обмежуючись лише поєднанням кольорів або тканин, а включаючи крос-культурні впливи, поєднання класики з авангардом та кежуал із вечірнім стилем. Також термін «layering» трансформувався від суто технічного опису нашарування одягу до способу створення індивідуального образу, який демонструє смак і знання модних тенденцій.

У сучасних випусках «Vogue» можна побачити численні приклади того, як терміни модної термінології набувають нових смислових та стилістичних відтінків. Так, термін «bucket hat» раніше сприймався як аксесуар вуличного стилю або спортивного одягу, але у контексті сучасних статей журналу він часто поєднується з класичними пальтами, жакетами oversize і шкіряними елементами гардеробу, стаючи символом кежуал-шику та поєднання комфорту і елегантності. Наприклад: «Смарт-комбінація beige trench coat із bucket hat створює сучасний міський лук, що поєднує традиції та молодіжний настрій».

Інший приклад «midi skirt», термін, який традиційно описував спідницю середньої довжини. У сучасному «Vogue» він часто супроводжується характеристикою матеріалу, фасону або контрастного поєднання із кросівками, ботильйонами або яскравими аксесуарами: «Міді-спідниця з легкого шовку у поєднанні зі спортивними кросівками створює невимушений, але стильний образ для офісу та прогулянок». Це показує, як термін отримує додаткову практичну семантику у контексті щоденного вживання.

Термін «statement bag» у журналі використовується не лише для позначення аксесуара як такого, а й як елемент модного образу, що задає характер всьому луці: «Червона statement bag з геометричним дизайном

одразу привертає увагу та перетворює простий наряд на трендовий образ». Це ілюструє, як термін набуває емоційного та естетичного забарвлення.

Серед тенденцій цифрової моди часто зустрічаються терміни «virtual collection» та «digital wear», що позначають одяг та аксесуари, створені для віртуальних просторів. У журналі вони описуються через контекст взаємодії з соціальними мережами та цифровими платформами: «Бренд представив digital wear для Instagram-кампанії, що дозволяє користувачам створювати власні аватари у віртуальному середовищі». Такі терміни демонструють швидку адаптацію модної термінології до технологічних інновацій.

Термін «capsule wardrobe», який колись мав вузьке визначення як обмежений набір базових речей, сьогодні у «Vogue» часто пояснюється як концепція стилю життя: «Capsule wardrobe з 15 ключових елементів дозволяє створювати до 50 комбінацій, забезпечуючи комфорт та стильність щодня». Семантика терміна розширюється, включаючи поради щодо кольорових поєднань, матеріалів та сезонних модифікацій.

Не менш цікаво відстежувати зміни термінів, пов'язаних із взуттям. «Kitten heels» у сучасному журналі використовуються для опису не лише висоти підборів, а й образу в цілому: «Класичні чорні kitten heels у поєднанні з білою сорочкою та джинсами створюють витончений і водночас повсякденний образ». Тобто термін уже включає в себе не тільки фізичну характеристику, а й естетичний ефект та стильову рекомендацію.

Також відзначаються терміни, що поєднують культурні впливи, наприклад «street-luxury» або «eco-chic», які у статтях журналу описуються через поєднання стилів та цінностей: «Street-luxury поєднує елементи кежуал-вуличного стилю з дорогими тканинами та дизайнерськими деталями, створюючи сучасний урбаністичний лук». Ці терміни показують, що модна лексика постійно розширює свої межі, поєднуючи різні аспекти стилю, культури та способу життя.

Таким чином, динаміка змін термінів у журналі «Vogue» відображає не лише модні тенденції, а й соціокультурні, технологічні та економічні трансформації. Термінологія постійно адаптується, розширюється та змінює свою семантику, поєднуючи традиційні елементи моди з інноваційними концепціями, цифровими трендами та культурними впливами. Завдяки цьому читач отримує актуальні та багатозначні поняття, що дозволяють орієнтуватися у сучасному модному середовищі, розуміти нові тренди та застосовувати їх у власному стилі, одночасно зберігаючи зв'язок із професійним дискурсом і історичними традиціями модної термінології.

Висновки до розділу 3

Розділ 3 дозволяє проаналізувати конкретну реалізацію модної термінології у сучасних медійних джерелах на прикладі журналу «Vogue», який є авторитетним виданням та орієнтується на широку аудиторію, поєднуючи популяризацію модних тенденцій із високою професійною експертизою. Вибір саме цього журналу обґрунтований тим, що він відображає актуальні світові тренди, активно впроваджує нові терміни, адаптує міжнародний досвід до локального контексту та демонструє постійну динаміку змін лексики моди.

Аналіз лексико-семантичних характеристик термінів у «Vogue» показав, що видання використовує як традиційні професійні терміни, так і сучасні запозичення, неологізми та терміни цифрової моди, що дозволяє читачеві орієнтуватися у широкому спектрі стилів, матеріалів, фасонів та аксесуарів.

Семантичний аналіз ключових модних термінів у статтях журналу виявив, що більшість термінів мають багатозначний характер: вони не лише позначають конкретні предмети гардеробу чи аксесуари, а й передають стильові, культурні та естетичні характеристики, що формують

цілісний образ і відображають соціокультурні тенденції сучасного суспільства.

Особливу увагу варто приділити динаміці змін термінів, яка проявляється у швидкому запровадженні нових понять, адаптації традиційних термінів до сучасних потреб аудиторії, а також у створенні комбінованих та гібридних термінів, що поєднують різні стилістичні та культурні аспекти. Це свідчить про високу гнучкість та адаптивність модної термінології, здатної відображати не лише тенденції ринку, а й технологічні інновації, культурні впливи та зміни у способі життя споживачів.

У результаті аналіз підкреслює, що модна термінологія у виданнях для загалу функціонує як динамічна, багаторівнева система, яка поєднує професійну точність і популярну доступність, забезпечує формування актуальної модної культури та сприяє розширенню мовного й стилістичного потенціалу сучасного суспільства, водночас підкреслюючи важливість медійних джерел у процесі популяризації та стандартизації модної лексики.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило всебічно розглянути модну термінологію як складний і багаторівневий лінгвістичний та соціокультурний феномен, що поєднує мовні, історичні, культурні та комунікативні аспекти. Теоретико-методологічний аналіз показав, що поняття «термін» у модному дискурсі має специфічні ознаки, які відрізняють його від загальновживаних слів, і розвиток термінології пов'язаний із потребою систематизації знань та забезпеченням точності комунікації у сфері моди.

Класифікація термінів, проведена на основі різних підходів, демонструє, що модна лексика включає як традиційні професійні терміни, так і неологізми, запозичення та гібридні конструкції, що відображають тенденції міжнародного модного середовища. Вивчення поняття моди з соціокультурного та лінгвістичного аспектів показало, що мода є не лише формою одягу, а й способом соціальної комунікації, інструментом самовираження та носієм культурних цінностей, що безпосередньо впливає на формування мовної системи термінів та їх функціонування у ЗМІ.

Дослідження функцій та ролі модної термінології у сучасному суспільстві засвідчило, що терміни моди виконують інформаційну, оцінну, комунікативну та естетичну функції, допомагають передавати стильові та культурні коди, сприяють формуванню модної компетентності та орієнтації читача у постійно змінному світі трендів.

Аналіз джерел формування та розвитку модної термінології дозволив простежити її історичні етапи та вплив різних культурних центрів на формування термінологічного лексикону, а також роль запозичень із французької, італійської, англійської та інших мов у збагаченні модного дискурсу. Було встановлено, що адаптація іншомовних термінів у різних мовах відбувається через фонетичні, морфологічні та семантичні трансформації, а взаємодія наукової та публіцистичної термінології забезпечує баланс між професійною точністю та доступністю для широкої

аудиторії. Дослідження показало, що розвиток модної лексики тісно пов'язаний із культурними, технологічними та соціальними змінами, а її семантика постійно трансформується, відображаючи еволюцію стилю, смаків та способу життя.

Аналіз модної термінології у виданнях для загалу на прикладі журналу «Vogue» дозволив виявити специфіку використання термінів у сучасних медійних текстах, їх лексико-семантичні особливості та динаміку змін. Дослідження показало, що терміни моди у виданні не лише позначають конкретні предмети гардеробу чи аксесуари, а й несуть естетичне, соціокультурне та емоційне навантаження, формують цілісний образ та допомагають читачеві орієнтуватися у світі актуальних трендів.

Особлива увага приділялася динаміці змін термінів, де відзначено швидке запровадження нових понять, адаптацію традиційних термінів до сучасних умов, створення гібридних термінів, а також вплив цифрових та етичних тенденцій на семантику модної лексики.

Конкретні приклади термінів із останніх випусків журналу, таких як «bucket hat», «capsule wardrobe», «statement bag», «virtual fashion», «street-luxury», «eco-chic», «kitten heels» та інші, демонструють, як зміни семантики та контекстуального вживання забезпечують живу, адаптивну та багатосарову систему модної термінології.

Узагальнюючи результати роботи, можна зробити висновок, що модна термінологія є динамічною, багаторівневою системою, що поєднує історичні традиції, міжнародний досвід, мовні адаптації та сучасні культурні тенденції. Вона функціонує як інструмент професійної комунікації, засіб популяризації моди та формування естетичного й соціокультурного смаку, відображає розвиток стилів і технологій, а також сприяє формуванню компетентного та обізнаного читача. Таким чином, результати дослідження підтверджують важливість вивчення модної термінології як наукового феномену, її роль у мас-медіа та практичну значущість для розуміння сучасних тенденцій у світі моди.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ

1. Авраменко В. І. Стаття. *Розвиток української навчальної термінологічної лексики у процесі розбудови національної системи освіти кінця XIX початку 1930 рр.* Умань, 2019. С. 50–55.
2. Ангеловська К. В. *Національний менталітет та мовна картина світу як складові когнітивної лінгвістики.* Одеса, 2019. С. 10–13.
3. Андрейчук Н. *Тлумачення мовного знака в загальній теорії знаків Ч. С. Пірса : філософське підґрунтя.* 2020. 6 с.
4. Ашиток Н. І. Вісник. *Мовна картина світу у філософсько-освітньому аспекті.* Київ, 2010. № 2. С. 40–43.
5. Білозерська Л. П., Возненко Н. В., Радецька С. В. Навчальний посібник. *Термінологія та переклад.* Вінниця, 2010. 232 с.
6. Бондаренко, А. І. Наукова думка. *Основні аспекти вітчизняних лінгвокультурологічних досліджень.* Київ, 2019. С. 123–130.
7. Брич Р. В., Білик О. І. Вчені записки. *Лексичні засоби об'єктивізації концепту Fashion у романі Лорен Вайсбергер “The devil wears Prada”.* Київ, 2019. Ч. 1. С. 102–105.
8. Вакуленко М. О. *Сучасні проблеми термінології та української наукової термінографії.* Київ, 2009. 69 с.
9. Вакуленко М. О. *Українська термінологія: комплексний лінгвістичний аналіз: монографія.* Івано-Франківськ, 2015. 361 с.
10. Волошинович Н. В. *Актуальні питання іноземної мови.* Луцьк, 2017. 301с.
11. Голубовська І. О. *Актуальні проблеми сучасної лінгвістики : курс лекцій.* Київ, 2011. 223 с.
12. Гончарук О. Наукові записки. *Текстові концепти : проблема трактування і визначення.* Кіровоград, 2015. Вип. 137. С. 467–470.
13. Гундаренко О. Наукові записки. *Лінгвокультурний концепт як одиниця структурування культурно значущої інформації в текстах*

американської церемоніальної промови. Кіровоград, 2012. Вип. 102 (2). С. 70–72.

14. Дячук Н. В., Криворучко Т. В. Вчені записки. *Важливість теорії фреймів у лінгвістичній парадигмі*. Київ, 2021. Т. 32 (71). № 4. Ч. 1. С. 135–139.

15. Єрмоленко, С. С., Зимовець, Г. В., Радзієвська, Т. В., Ткаченко, О. Б. *Мова і мовознавство в духовному житті суспільства: колективна монографія*. Київ, 2007. 300 с.

16. Зайченко О. В. Наукові записки *Поняття «концепт», його загальна характеристика*. Острог, 2012. Вип. 24. С. 78–81.

17. Заремська І. М. Науковий часопис. *Мовна картина світу як об'єкт лінгвістичних досліджень*. Київ, 2011. Вип. 7. С. 396–402.

18. Іващенко, В. *Сучасне українське теоретичне термінознавство: віхи становлення*. Київ, 2018. С. 31–74.

19. Карабан В. І. Політична думка *Посібник з перекладу англійської наукової та технічної літератури на українську мову*. Київ, 1997. 300 с.

20. Карашевич А. В. Студентський науковий вісник. *Фразові дієслова в англомовній картині світу. Актуальні проблеми сучасної іноземної філології*. Рівне, 2017. С. 110–113.

21. Касаткіна-Кубишкіна О. В., Курята Ю. В. Наукові записки. *Загальні особливості функціонування дескрипторів одягу в англомовному публіцистичному дискурсі*. Острог, 2019. Вип. 5 (73). С. 130–133.

22. Качмар О. *Проблема співвіднесення концептуальної та мовної картини світу. Актуальні питання гуманітарних наук*. Ужгород, 2014. Вип. 9. С. 173–178.

23. Коваленко А. Я. *Загальний курс науково-технічного перекладу*. Київ, 2001. 290 с.

24. Ковбасюк Л. А., Романова Н. В. Навчально-методичний посібник. *Сучасні лінгвістичні теорії : лекційні, практичні, самостійні модулі та тести*. Херсон, 2008. 97 с.

25. Козак С. В. Науковий вісник. *Релевантність теорії фреймів у сучасній лінгвістиці*. Луцьк, 2007. С. 257–260.
26. Коляденко О. О. Термінологічний вісник *Термін фрейм у лінгвістиці*. Київ, 2013. Вип. 2 (1). С. 139–144.
27. Коробка А. Ю. *Лексико-семантичні особливості репрезентації концепту FASHION/МОДА в британському газетному дискурсі*. Суми, 2014. С. 28–30.
28. Косенко А. В. Наукові записки. *Фреймова репрезентація концепту BEAUTY*. Острог, 2019. Вип. 6 (74). С. 23–26.
29. Косенко Ю. В., Коробка А. Ю. Філологічні трактати. *Вербалізація лінгвокультурного концепту “fashion” в англomовному газетному дискурсі*. Суми, 2015. Т. 7, № 3. С. 57–63.
30. Кочан, І. М. Стаття. *Сучасні проблеми термінології та української наукової термінографії*. Київ, 2009. С. 16–21.
31. Кочан, І. М. *Українське термінознавство сьогодні*. Львів, 2017. 93 с.
32. Крашеніннікова, Т. В. Навчальний посібник. *Мова і термінологія наукових досліджень*. Київ, 2021. 150 с.
33. Крисальна Ю. В. *Лінгвокультурний концепт fashion крізь призму релігійної концептосфери (на матеріалі сучасних англomовних медіаресурсів)*. *Актуальні проблеми мовознавства*. Київ, 2018. Вип. 13. С. 134–151.
34. Куньч, З. Й., Наконечна, Г. В., Микитюк, О. Р., Булик-Верхола, С. З., Теглівець, Ю. В. *Теорія терміна: конкретизація лексико-семантичних парадигм: монографія*. Львів, 2018. 180 с.
35. Лагода О. М. *Мода – маніфестація культури свободи особистості в добу глобалізації*. С. 194–202.
URL: https://mari.kyiv.ua/sites/default/files/inline-images/pdfs/mist6/MIST-6_2009_p-194-202_Lagoda.pdf.

36. Мартинюк М. В. *Структурно-семантичний вимір комунікативного стилю в англomовному дискурсі fashion-блогу*. 2017. С. 1–12. URL: <https://nniif.org.ua/File/17mvmssv.pdf>
37. Мацько, Л. І. Науковий часопис. *Пропедевтика лінгвістичної риторики*. 2008, Вип. 4, С. 374–379
38. Мацюк, Г. В. Стаття. *Комунікаційні традиції української термінології як вияв національної ідентичності*. Львів, 2012. С. 45–52.
39. Мелько Х. Б. Науковий журнал. *Особливості перекладу термінології моди в англійській мові (на матеріалі романів Софі Кінсели)*. Львів, 2017. № 1. С. 44–48.
40. Мельничук Н. О. *Мовна картина світу як площина вербалізованого втілення емоцій*. Чернівці, 2021. С. 101–106.
41. Нікуліна Г. В., Куш Е. О. Вчені записки. *Історія розвитку та термінологічний складник англomовного дискурсу моди*. 2021. Т. 32, № 3. С. 187–192. URL: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.3-1/32>.
42. Пилячик Н. Є. *Фреймовий концепт «явища природи» як об'єкт дослідження у рамках когнітивної лінгвістики. Актуальні проблеми сучасної лінгвістики та методики викладання мови і літератури*. Житомир, 2016. С. 1–4.
43. Пліс В. П. *Типологія концептів у сучасній когнітивній лінгвістиці. Закарпатські філологічні студії*. Ужгород, 2019. Вип. 9. Т. 1. С. 115–119.
44. Плотнікова Н. *Алгоритм аналізу лінгвокультурного концепту*. Харків, 2013. С. 166–170.
45. Поліщук, Н. О. *Терміно-лексика як джерело оновлення газетного тексту (на матеріалі газет перших десятиліть ХХІ ст.)*. Львів, 2019. 200 с.
46. Поліщук, Н. О. Стаття. *Терміно-лексика як джерело оновлення газетного тексту (на матеріалі газет перших десятиліть ХХІ ст.)* Львів, 2019. С. 10–15.

47. Полюжин М. *Зміст і структура лінгвокультурного концепту. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Розділ І. Когнітивна лінгвістика*. Луцьк, 2017. С. 56–61.
48. Полюжин М. *Науковий вісник. Поняття, концепт та його структура*. Луцьк, 2015. С. 214–224.
49. Ржевська Д. *Концепт у когнітивній лінгвістиці (на прикладі онома topoетивної лексики). Актуальні питання гуманітарних наук*. Київ, 2018. Вип. 21. Т. 2. С. 58–64.
50. Розвод Е. *Науковий вісник. Концептуальний аналіз як стрижневий метод дослідження концепту. Розділ І. Когнітивна лінгвістика*. Львів, 2017. С. 61–67.
51. Саламаха М. Я. *Англійський термін сфери охорони довкілля: структурний підхід*. 2012. № 124. С. 50.
52. Селіванова О. О. *Підручник. Сучасна лінгвістика : напрями та проблеми*. Полтава, 2008. 712 с.
53. Середницька А. Я. *Науковий вісник. Відмінності між мовною та концептуальною картинами світу з погляду сучасного мовознавства*. Одеса, 2016. № 21. Т. 1. С. 69–71.
54. Симоненко Л. О. *Термін у загальномовних словниках*. С. 220–226. URL: https://chtyvo.org.ua/authors/Symonenko_Liudmyla/Termin_u_zahalnomovnykh_slovnykakh.pdf.
55. Сімчук В. Я. *Вісник. Загальна характеристика лексики індустрії моди в британському варіанті сучасної англійської мови*. Вінниця, 2020. С. 154–159.
56. Сукаленко Т. *Науковий вісник. Лінгвістичний потенціал теорії фреймів*. Ужгород, 2014. Вип. 2 (32). С. 18–22.
57. Тишко О. В., Коцюк Л. М. *Наукові записки. Лінгвістичний аналіз поняття фрейму*. Острог, 2019. С. 391–399.
58. Томіленко, Л. М. *Термінологічна лексика в українській літературній мові: монографія*. Івано-Франківськ, 2015. 160 с.

59. Федорчук Л. Мода як спосіб вираження індивідуальності. *"Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання"*. С. 315.
URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/10452/2/Conf_2011v2_Fedorchuk_L-Moda_yak_sposib_vyrazhennia_315.pdf.
60. Шкіцька, І. Ю. *Термінологічний вісник: збірник наукових праць*. Київ, 2021. 352 с.
61. Юрченко О. В. Вісник. *Дефініція концепту в сучасних лінгвістичних дослідженнях*. Запоріжжя, 2008. № 2. С. 268–272.
62. Яремчук А. *Мовна картина світу – концептуальна картина світу – художня картина світу*. Познань, 2020. С. 70–76.
63. Barthes R. *The Fashion System*. Los Angeles: University of California Press, 1990.
64. Borah P. Journal of Communication. *Conceptual Issues in Framing Theory: A Systematic Examination of a Decade's Literature*. 2011. № 61. P. 246–263.
65. Davidenko A. O. *The concept as a linguistic and semiotic way of representation of culture. Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology*. 2019. VII (83). Issue 203. P. 11–13.
66. Diachuk N., Svyrydiuk T., Kryvoruchko T., Biliuk I., Levchenko O. *Frame analysis as one of the effective methods of newspaper discourse studying*. 2021. P. 130–137.
67. Druckman J. N., Chong D. *Framing theory. Annual Review of Political Science*. 2007. Vol. 10. P. 103–126.
68. Entman R. M. *Framing : Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication*. 1993. № 43 (4). P. 51–58.
69. Gainutdinova E. V. *Historical aspects of developing the theory of frames in social sciences and humanities*. Turismo : Estudos & Práticas, Mossoró/RN, 2020. P. 1–10.

70. Goffman E. *Frame Analysis. An essay on the organization of experience*. New York, 1974. 148 p.
71. Horace B., Champney A. *A Comprehensive Dictionary of Psychological and Psychoanalytical Terms*. New York : Longmans, Green and Co, 1958. 594 p.
72. Kuypers J. A. *Framing analysis from a Rhetorical perspective*. New York : Routeledge, 2010. P. 286–311.
73. Mukhtorova B. A. *The linguistic and conceptual picture of the world. Science and innovation international scientific journal*. 2023. Vol. 2. Issue 1. P. 462– 467.
74. Novosadska O. B. *The concept of Frame and the Framing Process. Science and Education a New Dimension. Philology*. 2018. № VI (43). P. 38–41.
75. Petruck M. R. L. *Frame Semantics. Handbook of Pragmatics*. Philadelphia : John Benjamins, 1996. P. 1–8.
76. Plotnikova N. V. *History of the linguistic and conceptual pictures of the world formation*. 2020. P. 102–105.
77. Skichko A. S. *Linguocultural peculiarities of the english linguistics picture of the world*. 2021. P. 186–190.
78. Terniievska Y. *The interaction of linguistic and conceptual pictures of the world*. 2022. P. 176–186.
79. Harper's Bazaar. 2025. *15 Victorian-Style Blouses That Are Trending* Now.URL:
https://www.harpersbazaar.com/fashion/trends/a68060412/victorian-style-blouse-trend/?utm_source
80. Vogue. 2023. *Beyoncé Wears Pharrell Williams's First Custom Louis Vuitton Look on the Renaissance Tour*. URL:
https://www.vogue.com/article/pharrell-williams-custom-louis-vuitton-beyonce-renaissance-tour?utm_source

81. Vogue. 2024. *Bonnetje Is a New Danish Brand That Deconstructs Menswear Into Fashion That's "Feminine and a Bit Odd"*. URL: <https://www.vogue.com/article/bonnetje-is-a-new-danish-brand-that-deconstructs-menswear-into-fashion-thats-feminine-and-a-bit-odd>
82. Vogue Business. 2024. *The NYFW schedule is here: Thom Browne is back, Ludovic de Saint Sernin makes a surprise appearance*. URL: https://www.vogue.com/article/the-nyfw-schedule-is-here-thom-browne-is-back-ludovic-de-saint-sernin-makes-a-surprise-appearance?utm_source
83. Vogue. 2024. *5 Designer Biopics We'd Love to See Made*. URL: https://www.vogue.com/article/fashion-designer-biopics?utm_source
84. Vogue. 2024. *From Statement Sleeves to the Roaring '80s, These Are the Top 11 Pre-Fall 2024 Trends*. URL: https://www.vogue.com/article/from-statement-sleeves-to-the-roaring-80s-these-are-the-top-11-pre-fall-2024-trends?utm_source
85. Vogue. 2025. *From the Basket to the Puzzle, a History of Loewe Handbags*. URL: <https://www.vogue.com/article/loewe-handbags>
86. Vogue. 2018. *How Athleisure Has Revolutionised The Dress Codes Of The Future*. URL: https://www.vogue.co.uk/article/athleisure?utm_source
87. Vogue. 2024. *I'm Still Obsessed With the Sleek Biker Style in ,Torque'*. URL: https://www.vogue.com/article/torque-movie-moto-biker-style?utm_source
88. Vogue. 2025. *It Doesn't Get More Supermodel Than Gisele Bündchen In Head-To-Toe Leather*. URL: <https://www.vogue.com/article/supermodel-gisele-bundchen-head-to-toe-leather>
89. Vogue. 2024. *Lady Gaga and the Muppets Holiday Spectacular Is the Platonic Ideal of Holiday Media*. URL: <https://www.vogue.com/article/lady-gaga-and-the-muppets-holiday-spectacular-platonic-ideal-holiday-media>

90. Vogue. 2024. *Spring 2024 Couture Trend Report – At Couture, Control and Chaos.* URL: https://www.vogue.com/article/spring-2024-couture-trend-report?utm_source
91. Vogue. 2024. *Supermodel Than Gisele Bündchen In Head-To-Toe Leather.* URL: <https://www.vogue.com/article/supermodel-gisele-bundchen-head-to-toe-leather>
92. Vogue. 2024. *The Best Knee-High Boots To Ground Your Autumn Outfits.* URL: <https://www.vogue.co.uk/article/best-knee-high-boots>
93. Vogue. 2024. *“The Category Is Realness” — Take a Look at Willy Chavarria’s Casting Board.* URL: https://www.vogue.com/article/willy-chavarria-fall-2024-casting?utm_source
94. Vogue. 2024. *The Copenhagen Fashion Week Fall 2024: Knitwear Trends and Nordic Inspiration.* URL: <http://vogue.com/article/the-top-10-fall-2024-trends-from-copenhagen-fashion-week>