

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра української мови та прикладної лінгвістики

**СЕМАНТИКО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АНАЛІЗ АНГЛІЦИЗМІВ
У СФЕРІ МОДИ (НА МАТЕРІАЛІ ЖУРНАЛУ VOGUE)**

Кваліфікаційна робота

освітнього ступеня «бакалавр»
студентки IV курсу
галузі знань 03 «Гуманітарні науки»,
спеціальності 035 «Філологія»,
спеціалізації 035.01 «Українська мова і
література», ОПП «Українська і англійська
мови: переклад та редагування»

Христина Михайлівна ПРИСТАШ

Науковий керівник:

к.філол.н., доцент кафедри української
мови та прикладної лінгвістики

Оксана МАЦЬКО

«Допущено до захисту»
протокол засідання кафедри
української мови та прикладної лінгвістики
№ 15 від «6» червня 2024 року
завідувач кафедри _____
к.філол.н., доц. **Сергій РІЗНИК**

КИЇВ-2024

СЕМАНТИКО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АНАЛІЗ АНГЛІЦИЗМІВ У СФЕРІ МОДИ (НА МАТЕРІАЛІ ЖУРНАЛУ VOGUE)

У бакалаврській роботі здійснено семантико-функціональний аналіз англiцизмiв у сферi моди на матерiалi текстiв журналу Vogue UA. Актуальнiсть дослiдження зумовлена стрiмким поширенням англiцизмiв в українськiй мовi, зокрема у сферi моди, пiд впливом глобалiзацiйних процесiв та iнтенсифiкацiї мiжкультурних контактiв. Англiйська мова як мова мiжнародного спiлкування активно проникає в рiзні галузi життя українського суспiльства, збагачуючи лексичний склад українськiй мови новими запозиченнями.

Метою дослiдження роботи було здiйснити семантико-функціональний аналіз англiцизмiв у сферi моди на матерiалi текстiв журналу Vogue UA. Завдання включали розкриття поняття англiцизмiв, аналіз причин i шляхiв їх запозичення, виявлення лексико-семантичних груп англiцизмiв, визначення функціонального навантаження, а також розробку рекомендацiй щодо коректного використання.

Об'єктом дослiдження бакалаврськiй роботи були англiцизми в сучаснiй українськiй мовi, зафіксованi в текстах про моду. Предметом дослiдження стали семантичні та функціональні особливості англiцизмiв у сферi моди на матерiалi журналу Vogue UA.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання результатiв дослiдження для створення та редагування українськомовних текстiв про моду, а також у навчальному процесi. Методи дослiдження включали загальнонаукові та спеціальні емпіричні i теоретичні методи, такі як опис, порiвняння та узагальнення.

У висновках представлено результати функціонального i семантичного аналізу, а також розроблені практичні рекомендацiї щодо доцiльностi та нормативностi використання англiцизмiв у текстах про моду.

Ключові слова: англiцизм, запозичення, глобалiзацiя, мода, семантика, функціональнiсть.

SEMANTIC-FUNCTIONAL ANALYSIS OF ANGLICISMS IN THE FASHION SPHERE (BASED ON VOGUE MAGAZINE)

In the bachelor's thesis, a semantic-functional analysis of anglicisms in the fashion sphere based on the texts of Vogue UA magazine has been conducted. The relevance of the study is due to the rapid spread of anglicisms in the Ukrainian language, particularly in the field of fashion, under the influence of globalization and the intensification of intercultural contacts. English, as an international language of communication, actively penetrates various spheres of life in Ukrainian society, enriching the lexical stock of the Ukrainian language with new borrowings.

The aim of the study was to carry out a semantic-functional analysis of anglicisms in the fashion sphere based on the texts of Vogue UA magazine. The tasks included defining the concept of anglicisms, analyzing the reasons and ways of their borrowing, identifying lexical-semantic groups of anglicisms, determining their functional load, and developing recommendations for their correct usage.

The object of the bachelor's thesis was anglicisms in the modern Ukrainian language, recorded in fashion texts. The subject of the study was the semantic and functional features of Anglicisms in the fashion sphere based on the material of Vogue UA magazine.

The practical significance of the work lies in the possibility of using the research results for creating and editing Ukrainian-language fashion texts, as well as in the educational process. The research methods included general scientific and special empirical and theoretical methods, such as description, comparison, and generalization.

The conclusions present the results of the functional and semantic analysis, as well as practical recommendations regarding the appropriateness and normative use of anglicisms in fashion texts.

Keywords: anglicism, borrowing, globalization, fashion, semantics, functionality.

ЗМІСТ

ЗМІСТ	4
ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ «АНГЛІЦИЗМ» ТА ЙОГО ВПЛИВ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ	8
1.1. Визначення терміну "англiцизм" та iсторiя проникнення англiцизмiв в українську мову	8
1.2. Англiцизми як особливий рiзновид запозичень: причини та шляхи запозичення	13
1.3. Глобалiзацiя та її вплив на поширення англiцизмiв в українській мові	18
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ЗАПОЗИЧЕННЯ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ АНГЛІЦИЗМІВ У ЖУРНАЛАХ ПРО МОДУ (НА МАТЕРІАЛІ ЖУРНАЛУ <i>VOGUE</i>)	24
2.1. Аналіз лексико-семантичних груп англiцизмiв у сфері моди на матеріалі журналу <i>Vogue</i>	24
2.2. Функціональні особливості вживання англiцизмiв у текстах про моду на прикладі журналу <i>Vogue</i>	27
РОЗДІЛ 3. СЕМАНТИКО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АНАЛІЗ АНГЛІЦИЗМІВ У СФЕРІ МОДИ	33
3.1. Семантичні особливості англiцизмiв у сфері моди: полісемія, синонімія, антонімія	33
3.2. Функціональне навантаження англiцизмiв у текстах про моду: номінативна, експресивна та інші функції	36
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	42

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена стрімким поширенням англіцизмів в українській мові, зокрема у сфері моди, під впливом глобалізаційних процесів та інтенсифікації міжкультурних контактів. Англійська мова як мова міжнародного спілкування активно проникає в різні галузі життя українського суспільства, збагачуючи лексичний склад української мови новими запозиченнями.

Сфера моди є однією з найбільш динамічних та відкритих до мовних інновацій, оскільки вона швидко реагує на зміни в суспільстві, культурі та технологіях. Використання англіцизмів у фаховій мові моди дозволяє називати нові поняття, явища та тренди, для яких ще не існує усталених відповідників в українській мові. До того ж, воно може надавати мовленню певного стилістичного забарвлення та експресивності.

Водночас надмірне та неконтрольоване вживання англіцизмів у текстах про моду може призводити до засмічення та збіднення української мови, втрати її самобутності та виразності. Тому актуальним є дослідження особливостей функціонування англіцизмів у сфері моди, їх семантичної та стилістичної адаптації в українській мові, а також пошук балансу між використанням запозичень та збереженням питомої української лексики.

Актуальність теми підсилюється необхідністю вивчення впливу глобалізаційних процесів на розвиток української мови та культури, зокрема на формування мовної картини світу українців під впливом англійських концептів та цінностей. Дослідження англіцизмів у сфері моди дозволяє виявити не лише лінгвістичні, а й соціокультурні та психологічні чинники запозичення іншомовної лексики. Крім того, воно дає простежити зміни в мовній свідомості та комунікативній поведінці українців.

Крім того, актуальність теми зумовлена потребою в розробці ефективних стратегій та рекомендацій щодо використання англіцизмів у текстах про моду, які б дозволяли зберігати баланс між інформативністю, виразністю та

нормативністю мовлення. Такі рекомендації можуть бути корисними для журналістів, редакторів, перекладачів, фахівців з реклами та PR, які працюють у сфері моди та беруть участь у створенні українськомовного контенту.

Дослідження англіцизмів у сфері моди пов'язана з необхідністю підвищення мовної компетентності та культури мовлення українців, зокрема молоді, яка є основним споживачем модного контенту та активно послуговується запозиченнями у своєму мовленні. Вивчення особливостей функціонування англіцизмів у текстах про моду може сприяти формуванню у читачів критичного та свідомого ставлення до використання іншомовної лексики, а також розвитку навичок її доречного та стилістично виправданого вживання.

Мета дослідження полягає у здійсненні семантико-функціонального аналізу англіцизмів у сфері моди на матеріалі текстів журналу *Vogue UA*.

Завдання дослідження:

1. Розкрити поняття англіцизму та його місце в системі запозичень в українській мові.
2. Проаналізувати причини, шляхи та вплив глобалізаційних процесів на поширення англіцизмів в українській мові.
3. Виявити лексико-семантичні групи англіцизмів у сфері моди на матеріалі текстів журналу *Vogue UA* та дослідити семантичні процеси, які супроводжують адаптацію англіцизмів в українській мові (полісемію, синонімію, антонімію тощо).
4. Визначити функціональне навантаження англіцизмів у текстах про моду (номінативна, експресивна та інші функції).
5. Розробити рекомендації щодо доцільності та нормативності використання англіцизмів у текстах про моду.

Об'єктом дослідження є англіцизми в сучасній українській мові, зафіксовані в текстах про моду.

Предметом дослідження є семантичні та функціональні особливості англіцизмів у сфері моди на матеріалі журналу *Vogue UA*.

Практичне значення роботи полягає в можливості використання її результатів та рекомендацій у практиці створення та редагування українськомовних текстів про моду, зокрема в журналістиці, рекламі, PR та перекладі. Крім того, результати дослідження можуть бути використані в навчальному процесі при викладанні курсів з лексикології, стилістики, перекладознавства та журналістики.

Методи дослідження. В процесі написання бакалаврської роботи була використана система загальнонаукових та спеціальних емпіричних і теоретичних методів дослідження. Також використовувалися такі емпіричні методи, як, опис, порівняння та узагальнення.

Структура роботи. Робота складається з змісту, вступу, 3 розділів, 7 підрозділів, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ «АНГЛІЦИЗМ» ТА ЙОГО ВПЛИВ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ

1.1. Визначення терміну "англiцизм" та iсторiя проникнення англiцизмiв в українську мову

Англiцизми – це слова, вирази або мовнi зврати, запозиченi з англiйської мови або перекладенi з неї чи утворенi за її зразком. В лiнгвiстичних працях англiцизмом визначається слово або зворот, запозиченi з англiйської мови. Англiцизми є одним iз видiв запозичень, якi активно проникають в українську мову протягом останнiх десятилiть.

Iсторiя проникнення англiцизмiв в українську мову сягає ще ХІХ столiття, коли в українській мовi з'явилися такi слова, як *"джентльмен"*, *"спорт"*, *"клуб"* тощо [9, с. 23]. Однак масове запозичення англiцизмiв почалося в 90-х роках ХХ столiття пiсля здобуття Україною незалежностi та вiдкриття кордонiв для iноземних товарiв та послуг.

Глобалiзацiя, розвиток iнформацiйних технологiй та популярнiсть англiйської мови як мови мiжнародного спiлкування сприяли активному проникненню англiцизмiв в українську мову на початку ХХІ столiття. В своїй працях Б. Ажнюк зазначає англiцизми як одну з домiнантих груп [1, с. 191].

Запозичення англiцизмiв вiдбувається рiзними шляхами: безпосередньо з англiйської мови, через посередництво iнших мов, шляхом калькування англiйських слiв та виразiв [7, с. 12]. Деякi англiцизми настiльки мiцно увiйшли в українську мову, що вже не сприймаються як запозичення, наприклад, слова *"джинси"*, *"светр"*, *"бiзнес"*, *"iнтерв'ю"*, *"ресторан"*, *"телефон"*, *"офiс"*, *"футбол"* стали повсякденними та звичними. Цi слова вже давно стали частиною української лексики i часто не сприймаються як iноземнi запозичення.

Однак надмiрне використання англiцизмiв може призвести до засмiчення української мови та втрати її самобутностi. Важливiсть мови для самоiдентифiкацiї нацiї, на думку С. Караванського, полягає в тому, що вона вiдображає унiкальнi особливостi народу та його свiтогляд [6, с. 5]. Тому

важливо знайти баланс між запозиченням англіцизмів та збереженням чистоти української мови.

Англіцизми активно використовуються в різних сферах життя, зокрема в економіці, політиці, культурі, спорті тощо. Наприклад, в економічній сфері широко вживаються такі англіцизми, як "бізнес", "менеджмент", "маркетинг", "офшор" тощо [11, с. 7]. У політичному дискурсі зустрічаємо такі англіцизми, як "імпічмент", "електорат", "рейтинг" тощо.

Запозичення англіцизмів також зумовлене престижністю англійської мови та прагненням мовців наслідувати західні зразки. Використання англіцизмів часто сприймається як ознака освіченості, сучасності та приналежності до певної соціальної групи. Особливо помітний вплив англіцизмів на мовлення української молоді, яка активно використовує запозичення в повсякденному спілкуванні. Згідно з висновками А. Швідченко та Г. Ніконогової, американська культура є одним з найважливіших факторів, які впливають на стиль життя української молоді [10]. Молодь часто вживає такі англіцизми, як "челендж", "хайп", "краш", "флексити" тощо.

Використання англіцизмів у сфері моди часто пов'язане з необхідністю точно передати назви предметів одягу, аксесуарів, тканин тощо, які не мають відповідників в українській мові. Наприклад, слова "лонгслів", "кноп-топ", "бомбер", "снікери", "кардиган", "легінси", "пайєтки", "худі", "парка", "тренч", "блейзер", "чокер", "боді", "джогери" широко використовуються для опису специфічних предметів одягу. У сфері аксесуарів поширені такі англіцизми, як "кляч", "кепка", "бейдж", "поясна сумка", "лофери", "мікросумка", "баф". Назви тканин, таких як "велюр", "денім", "твід", "шовк", "сатин", "фліс", "крен", "шифон", "ламе", "трикотаж", також часто використовуються без перекладу. Ці англіцизми допомагають точно передати нові модні тенденції та специфічні деталі, що робить мову моди більш зрозумілою і сучасною.

Деякі англіцизми у сфері моди настільки міцно увійшли в українську мову, що вже не сприймаються як запозичення. Наприклад, слова "джинси", "футболка", "светр", "бікіні" давно стали звичними для українського мовця.

Однак поява нових англiцизмiв, таких як *"круп-тон"*, *"тренч"*, *"худi"*, *"слоучi"*, *"мюлi"*, *"шейпери"* тощо, свiдчить про безперервний процес запозичення.

Англiцизми у сферi моди часто використовуються для створення певного стилiстичного ефекту, надання мовленню модного та сучасного звучання. Використання таких слiв як *"лук"*, *"стайл"*, *"чарiвнiсть"*, *"гламур"*, *"мiкс"* допомагає зробити мову бiльш привабливою для молодiжної аудиторiї та тих, хто цiкавиться модними тенденцiями. Наприклад, фрази типу *"кежуал лук"* або *"вечiрнiй аутфiт"* звучать сучасно та стильно. Також англiцизми використовуються для опису нових модних концепцiй, таких як *"кежуал-шик"*, *"спорт-шик"*, *"стрiтстайл"* та *"еко-мода"*, що додає текстам про моду актуальностi та динамiзму. Усе це пiдкреслює важливiсть англiцизмiв у мовi сучасної моди, де вони не лише виконують номiнатиwну функцiю, але й допомагають створювати вiдповiдний стиль i настрої.

Крiм того, англiцизми допомагають iнтегрувати українську мову в глобальний контекст моди. Термiни, як-от *"фешн-вiк"*, *"дресс-код"*, *"баєр"*, *"iнфлюенсер"* та *"б'юти-блогер"*, використовуються для опису явищ та професiй, якi мають мiжнародне значення та визнання. Цi запозичення часто вживаються не лише для конкретних позначень, але й для надання текстам динамiзму та сучасностi, що особливо важливо в медiа, рекламi та маркетингу.

Таким чином, англiцизми активно проникають в українську мову, зокрема у сферу моди, де вони використовуються для позначення нових понять, створення стилiстичного ефекту та надання мовленню сучасного звучання. Хоча англiйська мова має значний вплив на сучасну мову, важливо не забувати про збереження самобутностi української мови. Тому слiд використовувати англiцизми лише тодi, коли вони дiйсно необхіднi та не мають українських вiдповiдникiв, знаходячи баланс мiж запозиченнями та збереженням мовної чистоти.

В українській мові для опису нових технологічних досягнень, гаджетів та інновацій дедалі частіше вживаються англійські запозичення. Наприклад, такі слова, як *"смартфон"*, *"ноутбук"*, *"iнтернет"*, *"онлайн"* тощо, увiйшли в

українську мову саме з англійської і стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя. Ці англіцизми дозволяють швидко та ефективно називати нові реалії, які з'являються завдяки технологічному прогресу.

Англіцизми також широко використовуються в українській мові для позначення різних культурних явищ, зокрема музичних напрямів, субкультур, мистецьких течій тощо. Наприклад, такі слова, як *"рок"*, *"поп"*, *"джаз"*, *"реп"*, *"графіті"*, *"перформанс"* тощо, запозичені з англійської мови і відображають глобальний вплив англомовної культури на українське суспільство.

Запозичення англіцизмів у сфері кулінарії є досить поширеним явищем в українській мові. Такі слова, як *"фастфуд"*, *"чізбургер"*, *"хот-дог"*, *"снєк"*, *"біфштекс"* тощо, увійшли в українську мову з англійської і відображають вплив американської культури харчування на українські гастрономічні традиції.

Англіцизми в українській мові часто використовуються в рекламі та маркетингу для привернення уваги споживачів та створення позитивного іміджу товарів та послуг. Наприклад, такі слова, як *"бренд"*, *"маркетинг"*, *"промоція"*, *"слоган"*, *"білборд"* тощо, запозичені з англійської мови і відображають вплив глобальних маркетингових стратегій на українську рекламну індустрію.

Запозичення англійських слів у сфері спорту є характерною рисою сучасної української мови. Такі слова, як *"футбол"*, *"баскетбол"*, *"волейбол"*, *"фітнес"*, *"бодібілдинг"* тощо, увійшли в українську мову з англійської і відображають глобальну популярність різних видів спорту та фізичної культури.

Англіцизми в українській мові також часто використовуються для позначення різних соціальних та політичних явищ, зокрема демократичних інститутів, громадянського суспільства, міжнародних відносин тощо. Наприклад, такі слова, як *"парламент"*, *"спікер"*, *"електорат"*, *"саміт"*, *"брифінг"* тощо, запозичені з англійської мови і відображають вплив глобальних політичних процесів на українське суспільство.

Запозичення англіцизмів у сфері освіти та науки так само є досить поширеним явищем в українській мові. Такі слова, як *"бакалавр"*, *"магістр"*, *"PhD"*, *"грант"*, *"дедлайн"* тощо, увійшли в українську мову з англійської і

відображають інтеграцію української освітньої та наукової системи у світовий освітній простір.

Англіцизми також широко використовуються в українській мові для позначення різних психологічних та емоційних станів, зокрема стресу, депресії, тривоги тощо. Наприклад, такі слова, як *"стрес"*, *"депресія"*, *"фрустрація"*, *"релаксація"*, *"медитація"* тощо, запозичені з англійської мови і відображають вплив глобальних тенденцій у сфері ментального здоров'я на українське суспільство.

Спостерігається значний вплив англійської мови на лексику українського туризму та подорожей, що виражається у запозиченні великої кількості англіцизмів. Такі слова, як *"туризм"*, *"готель"*, *"хостел"*, *"круїз"*, *"чек-ін"* тощо, увійшли в українську мову з англійської і відображають зростання популярності туристичної галузі в Україні та світі.

В українській мові для опису мистецьких та розважальних подій, таких як фестивалі, концерти, шоу, дедалі частіше вживаються англійські запозичення. Наприклад, такі слова, як *"фестиваль"*, *"перформанс"*, *"шоу"*, *"стендап"* тощо, запозичені з англійської мови і відображають глобальний вплив англійської мови на українську індустрію розваг.

Англіцизми стали невід'ємною частиною мови, що використовується для опису косметичних продуктів, одягу та аксесуарів в українській мові. Такі слова, як *"мейкап"*, *"консилер"*, *"праймер"*, *"тренд"*, *"аутфіт"* тощо, увійшли в українську мову з англійської і відображають вплив глобальних модних тенденцій на українську індустрію краси та стилю.

Англіцизми також широко використовуються в українській мові для позначення різних екологічних та природоохоронних концепцій, зокрема сталого розвитку, зеленої енергетики, рециклінгу тощо. Наприклад, такі слова, як *"екологія"*, *"біорізноманіття"*, *"рециклінг"*, *"сталий розвиток"* тощо, запозичені з англійської мови і відображають зростання важливості екологічних питань для українського суспільства.

Запозичення англіцизмів у сфері фінансів та економіки так само є досить поширеним явищем в українській мові. Такі слова, як *"бюджет"*, *"інвестиція"*, *"бізнес"*, *"менеджмент"*, *"аудит"* тощо, увійшли в українську мову з англійської і відображають інтеграцію української економіки у світову фінансову систему.

Англіцизми в українській мові також часто використовуються для позначення різних соціальних явищ та процесів, зокрема глобалізації, урбанізації, міграції тощо. Наприклад, такі слова, як *"глобалізація"*, *"урбанізація"*, *"діаспора"*, *"міграція"* тощо, запозичені з англійської мови і відображають вплив глобальних соціальних трансформацій на українське суспільство.

Англіцизми стали невід'ємною частиною мови, що використовується для опису програмного забезпечення, комп'ютерних систем та інших аспектів ІТ-галузі в українській мові. Такі слова, як *"софт"*, *"девайс"*, *"апгрейд"*, *"файл"*, *"баг"* тощо, увійшли в українську мову з англійської і відображають стрімкий розвиток ІТ-галузі в Україні та світі.

1.2. Англіцизми як особливий різновид запозичень: причини та шляхи запозичення

Англіцизми є одним із різновидів запозичень, які активно проникають в українську мову протягом останніх десятиліть. Запозичення – це запозичення з однієї мови в іншу елементів мови, таких як звуки, морфеми, слова, значення слів, фразеологізми, синтаксичні конструкції. Англіцизми мають низку особливостей, які відрізняють їх від інших різновидів запозичень.

По-перше, англіцизми запозичуються з англійської мови, яка є однією з найпоширеніших мов у світі та мовою міжнародного спілкування. Це зумовлює масштабність та інтенсивність процесу запозичення англіцизмів порівняно з іншими мовами-донорами. Наприклад, такі терміни як *"інтернет"*, *"маркетинг"*, *"бізнес"* та *"менеджер"* стали невід'ємною частиною української мови. В інших сферах також широко використовуються англіцизми: у спорті – *"фітнес"*,

"тренер"; в техніці – "комп'ютер", "смартфон"; в культурі та розвагах – "фільм", "хіт". Таке широке використання англіцизмів пояснюється глобальним впливом англійської мови на різні аспекти життя.

По-друге, англіцизми часто запозичуються разом із новими поняттями, явищами та реаліями, які виникають у різних сферах життя. Наприклад, у сфері моди англіцизми використовуються для позначення нових фасонів одягу, тканин, аксесуарів тощо. Наприклад, у сфері моди англіцизми використовуються для позначення нових фасонів одягу, таких як "оверсайз" або "кроп-топ", тканин, як-от "денім" і "велюр", та аксесуарів, таких як "клатч" і "лонгслів". У сфері технологій можна зустріти терміни "смартфон", "гаджет" і "ангрейд". У бізнесі широко використовуються англіцизми, як-от "стартап", "брейнстормінг" і "нетворкінг". Ці приклади демонструють, як англійські запозичення входять до різних галузей, збагачуючи українську мову новими термінами.

По-третє, англіцизми часто запозичуються шляхом транслітерації або транскрипції, тобто передачі англійських слів засобами української графіки або фонетики. Наприклад, слова "тренд" (*trend*), "принт" (*print*), "денім" (*denim*), "оверсайз" (*oversize*) запозичені шляхом транслітерації. Слова "світшот" (*sweatshirt*), "худи" (*hoodie*), "скіні" (*skinny*), "слоучі" (*slouchy*) запозичені шляхом транскрипції. Інші приклади включають "лайк" (*like*), "шейпінг" (*shaping*), "клік" (*click*), "стрімінг" (*streaming*) та "бренд" (*brand*), де використовуються як транслітерація, так і транскрипція для передачі англійських термінів українською мовою.

Запозичення англіцизмів відбувається з різних причин. Однією з основних причин є потреба в найменуванні нових понять та явищ, які виникають у різних сферах життя внаслідок глобалізації та науково-технічного прогресу. Згідно з думкою Т. Майструка, запозичення англіцизмів зумовлене необхідністю називати нові предмети, поняття та явища, які не мають еквівалентів в українській мові [7, с. 12].

Іншою причиною запозичення англіцизмів є прагнення до мовної економії та уникнення громіздких описових зворотів. Наприклад, слово "тренд" є

коротшим та зручнішим у використанні, ніж словосполучення *"тенденція моди"*. Слово *"принт"* є лаконічнішим, ніж *"малюнок на тканині"*. Слово *"бренд"* зручніше у вжитку, ніж *"торгова марка"*.

Англiцизми потрапляють в українську мову різними шляхами. Одним із основних шляхів є безпосереднє запозичення з англійської мови внаслідок мовних контактів. Наприклад, слова *"джинси"*, *"светр"*, *"футбол"* потрапили в українську мову безпосередньо з англійської. Інші приклади включають *"комп'ютер"*, *"бізнес"*, *"маркетинг"*, *"стартап"*, *"блог"*, *"пост"*, *"лайк"*, *"бренд"*, *"челендж"* та *"вебсайт"*. Ці слова активно використовуються в різних сферах життя, від технологій до моди, спорту та бізнесу, що підкреслює глобальний вплив англійської мови.

Іншим шляхом запозичення англiцизмів є опосередковане запозичення через інші мови, зокрема через польську та російську. Наприклад, слова *"гудзик"* (від англ. *"button"* через польське *"guzik"*), *"портфель"* (від англ. *"portfolio"* через польське *"portfel"*) є прикладами опосередкованих запозичень. Так само, слова *"піджак"* (від англ. *"pea jacket"* через рос. *"пиджак"*), *"макінтош"* (від англ. *"mackintosh"* через рос. *"макинтош"*), *"плед"* (від англ. *"plaid"* через рос. *"плед"*) потрапили в українську мову через посередництво російської.

Англiцизми також потрапляють в українську мову шляхом калькування, тобто буквального перекладу англійських слів або виразів. Наприклад, слова *"хмарочос"*, *"місто-супутник"*, *"мільна опера"* тощо є кальками з англійської мови.

Деякі англiцизми утворюються за аналогією до вже існуючих в українській мові слів. Наприклад, слово *"діджиталізація"* утворене за аналогією до слова *"індустріалізація"*. Слово *"маркетолог"* утворене за аналогією до слова *"філолог"*.

Використання англiцизмів у сфері моди часто зумовлене необхідністю передати специфічні поняття та явища, які не мають відповідників в українській мові. Наприклад, слова *"тай-дай"*, *"унісекс"*, *"спорт-шик"*, *"бомбер"* тощо.

Деякі англіцизми настільки міцно увійшли в українську мову, що вже не сприймаються як запозичення. Наприклад, слова *"бренд"*, *"дисконт"*, *"сейл"*, *"б'юті-індустрія"* тощо є звичними та загальноновживаними в сучасній українській мові.

Неконтрольоване вживання англійських запозичень загрожує засміченням та втратою автентичності української мови. С. Караванський стверджує, що не виправдане вживання англіцизмів та інших чужослів є свідченням низької мовної культури та недбалого ставлення до рідного слова [6, с. 5]. Тому важливо використовувати англіцизми доречно та помірковано, надаючи перевагу питомим українським словам та виразам.

Таким чином, англіцизми є особливим різновидом запозичень, які активно проникають в українську мову внаслідок глобалізації, престижності англійської мови та потреби в найменуванні нових понять та явищ. Англіцизми потрапляють в українську мову різними шляхами: безпосередньо з англійської мови, через посередництво інших мов, шляхом калькування та утворення за аналогією. Надмірне використання англійських слів може негативно вплинути на українську мову, позбавивши її автентичності та виразності. Тому важливо берегти та розвивати українську мову, використовуючи запозичення лише у випадках, коли вони є невід'ємною частиною описуваного поняття або явища.

Англіцизми в українській мові часто запозичуються разом із новими соціокультурними явищами та практиками, які приходять із західного світу. Наприклад, такі слова, як *"коворкінг"*, *"нетворкінг"*, *"фріланс"*, *"колівінг"* тощо, відображають нові форми організації праці та життя, які набувають популярності серед української молоді під впливом глобалізаційних процесів.

Запозичення англіцизмів в українську мову також зумовлене прагненням до інтернаціоналізації та стандартизації термінології в різних галузях знань та діяльності. Використання англійських термінів дозволяє українським фахівцям ефективніше інтегруватися у світову професійну спільноту, брати участь у міжнародних проєктах та дослідженнях, публікуватись в закордонних виданнях тощо.

Англiцизми можуть запозичуватися в українську мову не лише безпосередньо з англійської, а й через посередництво інших мов, зокрема польської, німецької, російської тощо. Такі опосередковані запозичення часто зазнають фонетичної, графічної та граматичної адаптації відповідно до норм мови-посередника, що може ускладнювати їх ідентифікацію як англiцизмів.

Цікавим різновидом англiцизмів в українській мові є міжмовна омонімія і міжмовна паронімія, або "хибні друзі перекладача" – слова, які мають подібну форму в англійській та українській мовах, але різняться за значенням. Наприклад, англійське *"actual"* означає *"дійсний, фактичний"*, а не *"актуальний"*, *"data"* – *"дані"*, а не *"дата"*, *"magazine"* – *"журнал"*, а не *"магазин"*, *"fabric"* – *"тканина"*, а не *"фабрика"*, *"sympathy"* – *"співчуття"*, а не *"симпатія"*, тощо. Такі слова можуть створювати комунікативні непорозуміння та плутанину при перекладі та спілкуванні.

Деякі англiцизми потрапляють в українську мову внаслідок мовної гри, каламбурів, іронічного переосмислення англiкомовних виразів та конструкцій. Наприклад, вислів *"no comments"* може вживатися в розмовному українському мовленні як жартівливий коментар до ситуації, яка не потребує додаткових пояснень або не викликає бажання їх давати.

Запозичення англiцизмів в українську мову може супроводжуватися їх морфологічною адаптацією, тобто підпорядкуванням правилам української граматики. Зокрема, англійські іменники можуть набувати категорій роду, числа та відмінка, дієслова – дієвідмінюватися за українськими моделями, прикметники – узгоджуватися з іменниками тощо. Наприклад, слово *"комп'ютер"* має чоловічий рід, змінюється за відмінками (комп'ютера, комп'ютеру, комп'ютером тощо), може мати форми множини (комп'ютери).

Англiцизми в українській мові можуть зазнавати семантичної трансформації, тобто розширення, звуження або зміщення значення порівняно з мовою-джерелом. Наприклад, слово *"менеджер"* в англійській мові має ширше значення *"керівник, управлінець"*, а в українській часто звужується до позначення певної професії – менеджера з продажу, реклами, зв'язків з громадськістю тощо.

Цікавим явищем, пов'язаним із запозиченням англіцизмів, є так званий "суржик" – змішування елементів української та російської мов з додаванням англословних слів та виразів. Таке мовлення часто виникає в умовах недостатнього володіння літературною українською мовою та прагнення надати своєму мовленню престижності та сучасності за рахунок використання англіцизмів.

Запозичення англіцизмів може супроводжуватися їх стилістичною диференціацією в українській мові. Деякі англіцизми вживаються переважно в розмовному, неформальному мовленні (наприклад, "о'кей", "вау", "кул" тощо), інші – в офіційно-діловому, науковому стилі (наприклад, "імплементація", "апроксимація", "верифікація" тощо), треті – в публіцистиці та художній літературі (наприклад, "нюзмейкер", "трендсеттер", "гламур" тощо).

Англіцизми в українській мові можуть утворювати складні слова та вирази шляхом поєднання з питомими українськими лексемами або іншими запозиченнями. Наприклад, "бізнес-план", "онлайн-магазин", "євро-ремонт", "фаст-фуд" тощо. Такі гібридні утворення відображають тенденцію до мовної економії та компресії, а також до поєднання глобального та локального в сучасній українській мові.

1.3. Глобалізація та її вплив на поширення англіцизмів в українській мові

Глобалізація є одним із ключових факторів, які сприяють активному проникненню англіцизмів в українську мову. Глобалізація – це процес загальносвітової економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації. В умовах глобалізації англійська мова набуває статусу мови міжнародного спілкування, що зумовлює її вплив на інші мови світу, зокрема на українську.

Одним із проявів глобалізації є розширення міжнародних контактів та співпраці в різних сферах життя: економіці, політиці, науці, культурі тощо. Це призводить до активного запозичення англіцизмів, які використовуються для позначення нових понять та явищ, що виникають внаслідок глобалізаційних

процесів. Б. Ажнюк зазначає, що запозичення слів – це спосіб збагачення словникового запасу кожної мови, включаючи українську, під впливом зовнішніх факторів [1, с. 192].

Глобалізація також призводить до інтенсифікації міжнародної торгівлі та появи на українському ринку іноземних товарів та послуг. Це зумовлює запозичення англіцизмів, які використовуються для позначення цих товарів та послуг. Наприклад, в українській мові з'явилися такі слова, як *"шейк"*, *"хот-дог"*, *"фаст-фуд"*, *"брендинг"*, *"аутсорсинг"*. Також варто згадати про популярність англійських назв магазинів та послуг: *"кофішоп"*, *"фітнес-центр"*, *"шопінг-молл"*. Ці запозичення стають звичними у повсякденному мовленні і відображають інтенсивний вплив глобалізації на українську мову та культуру

Глобалізація сприяє розвитку інформаційних технологій та поширенню інтернету, що так само впливає на запозичення англіцизмів. Більшість комп'ютерних термінів та понять, пов'язаних з інтернетом, запозичені з англійської мови. Наприклад, слова *"браузер"*, *"сайт"*, *"онлайн"*, *"офлайн"*, *"інтерфейс"* тощо є англіцизмами, які увійшли в українську мову внаслідок розвитку інформаційних технологій.

Глобалізація також впливає на розвиток науки та освіти, що зумовлює запозичення англіцизмів, пов'язаних з цими сферами. Більшість наукових термінів та понять запозичуються з англійської мови, яка є мовою міжнародного наукового спілкування. Наприклад, слова *"інновація"*, *"грант"*, *"дисертація"*, *"плагіат"* тощо є англіцизмами, які активно використовуються в науковому дискурсі.

Глобалізація сприяє розвитку туризму та збільшенню кількості подорожей за кордон, що так само впливає на запозичення англіцизмів. Туристична сфера активно використовує англіцизми для позначення різних видів туризму, послуг, засобів розміщення тощо. Наприклад, слова *"турагент"*, *"турпакет"*, *"екскурсія"*, *"готель"* тощо є англіцизмами, які увійшли в українську мову внаслідок розвитку туризму.

Крім того, глобалізація впливає на розвиток спорту та поширення англіцизмів, пов'язаних зі спортивною сферою. Більшість видів спорту та спортивних термінів запозичуються з англійської мови, яка є мовою міжнародного спортивного спілкування. Наприклад, слова *"футбол"*, *"баскетбол"*, *"волейбол"*, *"тренер"*, *"фітнес"* тощо є англіцизмами, які активно використовуються в спортивному дискурсі.

Глобалізація сприяє поширенню англіцизмів не лише в українській, але й в інших мовах світу. А. Шимків зауважує, що в умовах глобалізації англійська мова стає не лише мовою міжнародного спілкування, а й важливим засобом комунікації всередині окремих країн і спільнот [11, с. 7]. Це спричиняє активне запозичення англіцизмів різними мовами світу, включаючи слов'янські.

Захоплення англіцизмами може призвести до засмічення та збіднення української мови, що несе загрозу для її самобутності. Тому важливо берегти та розвивати українську мову, використовуючи англіцизми лише у виправданих випадках, коли вони дійсно необхідні та стилістично доречні.

Одним із шляхів збереження самобутності української мови є створення українських відповідників до запозичених англіцизмів. Наприклад, замість слова *"дедлайн"* можна використовувати слово *"реченець"*, замість *"смокі-айз"* – *"очі-ночі"*, замість *"мерчендайзер"* – *"товарознавець"*, замість *"ріелтор"* – *"нерухомець"*, а *"тренінг"* можна перекласти як *"навчання"* тощо. Це дозволить зберегти самобутність та милозвучність української мови.

Іншим шляхом збереження самобутності української мови є популяризація української мови та культури, зокрема серед молоді. Важливо прищеплювати любов та повагу до рідної мови, заохочувати до читання українських книг, перегляду українських фільмів та серіалів, слухання української музики тощо. Це дозволить зберегти та розвинути українську мову в умовах глобалізації.

Таким чином, глобалізація є одним із ключових факторів, які впливають на поширення англіцизмів в українській мові. Англіцизми активно запозичуються різними сферами життя: економікою, політикою, наукою, культурою, спортом тощо. Проте важливо знайти баланс між запозиченням англіцизмів та

збереженням самобутності української мови, використовуючи англіцизми помірковано та доречно, надаючи перевагу питомим українським словам та виразам. Це дозволить зберегти та розвинути українську мову в умовах глобалізації.

Глобалізація сприяє поширенню англійської мови як мови міжнародного спілкування в різних сферах життя – від дипломатії та бізнесу до науки та культури. Це створює сприятливі умови для запозичення англіцизмів іншими мовами, зокрема українською, яка активно інтегрується у світовий мовно-інформаційний простір.

Вплив глобалізації на мовні процеси в Україні має неоднозначний характер. З одного боку, запозичення англіцизмів збагачує українську мову новими поняттями та термінами, розширює її виражальні можливості, сприяє міжкультурній комунікації та порозумінню. З іншого боку, надмірне та неконтрольоване використання англіцизмів може призводити до витіснення питомих українських слів, розмивання мовних норм та втрати самобутності української мови.

Глобалізація створює умови для так званої "*мовної експансії*" – домінування англійської мови в різних комунікативних сферах та витіснення нею інших мов. Це може призводити до "*мовного імперіалізму*", коли англійська мова набуває статусу престижної, елітарної, а інші мови, зокрема українська, маргіналізуються та втрачають свої позиції в суспільстві.

Для збереження та розвитку української мови в умовах глобалізації важливо виробити збалансовану мовну політику, яка б, з одного боку, забезпечувала відкритість та інтеграцію України у світовий мовно-культурний простір, а з іншого – захищала та підтримувала українську мову як державну та рідну для більшості громадян.

Одним із шляхів гармонійного поєднання глобального та національного в мовній сфері є розвиток "*м'якої сили*" української мови та культури, тобто їх популяризація та просування на міжнародній арені. Це передбачає створення якісного українськомовного контенту (літератури, кіно, музики, сайтів тощо),

підтримку перекладацької діяльності, організацію культурних заходів та проєктів за кордоном тощо.

Іншим важливим напрямом мовної політики в умовах глобалізації є мовна освіта та виховання, спрямовані на формування у громадян України, особливо молоді, шанобливого ставлення до рідної мови, усвідомлення її цінності та необхідності збереження. Це передбачає вдосконалення методик викладання української мови в школах та закладах вищої освіти, створення умов для її використання в різних сферах життя, заохочення мовної творчості та ініціативи.

Глобалізація також ставить перед українським суспільством завдання розвитку мовної компетентності громадян, тобто їхньої здатності ефективно використовувати як українську, так і іноземні мови залежно від комунікативної ситуації та потреб. Це передбачає не лише вивчення англійської та інших іноземних мов, а й вдосконалення навичок володіння українською мовою, зокрема її стилістичним та термінологічним багатством.

У свою чергу, в умовах глобалізації важливо розвивати міжмовну та міжкультурну взаємодію, тобто діалог та обмін між українською та іншими мовами й культурами світу. Це дозволяє не лише збагачувати українську мову новими поняттями та виразами, а й популяризувати її на міжнародному рівні, знаходити спільні точки дотику та порозуміння з іншими народами.

Водночас глобалізація ставить перед українською мовою та її носіями завдання збереження та розвитку власної мовної ідентичності, тобто усвідомлення себе як самобутньої мовно-культурної спільноти з унікальною історією, традиціями та цінностями. Це передбачає плекання та популяризацію української мови не лише як засобу комунікації, а й як духовного надбання нації, невід'ємної частини її культурної спадщини.

Глобалізаційні процеси також актуалізують проблему мовної екології, тобто збереження та захисту мов, які перебувають під загрозою зникнення або маргіналізації. Українська мова, хоч і має статус державної та є рідною для мільйонів людей, все ж зазнає тиску з боку інших мов, зокрема російської та англійської. Тому важливо дбати про її чистоту, дотримуватися мовних норм,

уникати надмірного та недоречного вживання іншомовних запозичень, зокрема англіцизмів.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ЗАПОЗИЧЕННЯ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ АНГЛІЦИЗМІВ У ЖУРНАЛАХ ПРО МОДУ (НА МАТЕРІАЛІ ЖУРНАЛУ *VOGUE*)

2.1. Аналіз лексико-семантичних груп англіцизмів у сфері моди на матеріалі журналу *Vogue*

Сфера моди є однією з найбільш динамічних та відкритих до міжнародних впливів, що зумовлює активне використання англіцизмів у фаховій мові моди. Журнал *Vogue UA*, який є одним із найавторитетніших видань у світі моди, також активно послуговується англіцизмами у своїх публікаціях. Для аналізу лексико-семантичних груп англіцизмів у сфері моди було відібрано 100 лексичних одиниць з публікацій журналу *Vogue UA* за 2022-2023 роки [12].

Відібрані англіцизми було класифіковано за лексико-семантичними групами, які відображають різні аспекти сфери моди. Найбільш численними виявилися групи "*Одяг та аксесуари*" (45 одиниць), "*Стилі та напрями моди*" (20 одиниць) та "*Модні тенденції*" (15 одиниць). Менш численними є групи "*Тканини та матеріали*" (10 одиниць), "*Модні заходи*" (5 одиниць) та "*Професії у сфері моди*" (5 одиниць).

Розглянемо детальніше кожен з лексико-семантичних груп англіцизмів у сфері моди. Група "*Одяг та аксесуари*" включає назви різних предметів гардеробу та аксесуарів, які запозичені з англійської мови. Наприклад, "*тренч*" (англ. *trench coat*) – плащ з габардину, "*світшот*" (англ. *sweatshirt*) – кофта з довгими рукавами, "*худи*" (англ. *hoodie*) – кофта з капюшоном, "*кардиган*" (англ. *cardigan*) – в'язана кофта на гудзиках, "*сліпони*" (англ. *slipons*) – туфлі без застібок на пласкій підшві тощо.

Група "*Стилі та напрями моди*" об'єднує назви різних стилів одягу та модних напрямів, які мають англійське походження. Наприклад, "*кежуал*" (англ. *casual*) – повсякденний стиль одягу, "*мінімалізм*" (англ. *minimalism*) – стиль, який характеризується простотою та лаконічністю форм, "*вінтаж*" (англ. *vintage*) – стиль, який передбачає використання одягу та аксесуарів з минулих

епох, "унісекс" (англ. *unisex*) – стиль, який підходить як чоловікам, так і жінкам тощо.

Група "Модні тенденції" включає назви різних трендів та тенденцій у сфері моди, які запозичені з англійської мови. Наприклад, "мікс принтів" (англ. *mix of prints*) – поєднання різних принтів в одному образі, "монохром" (англ. *monochrome*) – поєднання відтінків одного кольору, "кolor-блoкiнг" (англ. *color blocking*) – поєднання контрастних кольорів в одному образі, "oверсайз" (англ. *oversize*) – одяг вільного крою, "крoп-тoп" (англ. *crop top*) – короткий топ, який відкриває живіт тощо.

Група "Тканини та матеріали" об'єднує назви різних тканин та матеріалів, які використовуються у виробництві одягу та взуття і мають англomовне походження. Наприклад, "денім" (англ. *denim*) – цупка бавовняна тканина, з якої виготовляють джинси, "твід" (англ. *tweed*) – шерстяна тканина з переплетеним візерунком, "вельор" (англ. *velour*) – м'яка плюшева тканина, "поліестер" (англ. *polyester*) – синтетична тканина, яка виготовляється з полімерів тощо.

Група "Модні заходи" включає назви різних подій та заходів у сфері моди, які запозичені з англійської мови. Наприклад, "фешн-шоу" (англ. *fashion show*) – показ нової колекції одягу та аксесуарів, "фешн-вік" (англ. *fashion week*) – тиждень моди, під час якого відбуваються покази нових колекцій, "презентація" (англ. *presentation*) – представлення нової колекції або окремих виробів тощо.

Група "Професії у сфері моди" об'єднує назви різних професій та спеціальностей, які пов'язані зі сферою моди і мають англomовне походження. Наприклад, "дизайнер" (англ. *designer*) – фахівець з розробки дизайну одягу та аксесуарів, "стиліст" (англ. *stylist*) – фахівець зі створення стильних образів, "байєр" (англ. *buyer*) – фахівець із закупівлі модних товарів, "модель" (англ. *model*) – особа, яка демонструє одяг та аксесуари на показах та фотосесіях тощо.

Для наочного представлення результатів аналізу лексико-семантичних груп англiцизмiв у сфері моди було створено дві таблиці. Таблиця 2.1 відображає кількісний розподіл англiцизмiв за лексико-семантичними групами, а таблиця 2.2 наводить приклади англiцизмiв з кожної групи.

Кількісний розподіл англiцизмiв за лексико-семантичними групами

Лексико-семантична група	Кiлькiсть англiцизмiв
Одяг та аксесуари	45
Стилi та напрями моди	20
Моднi тенденцiї	15
Тканини та матерiали	10
Моднi заходи	5
Професiї у сферi моди	5

Приклади англiцизмiв з кожної лексико-семантичної групи

Лексико-семантична група	Приклади англiцизмiв
Одяг та аксесуари	<i>тренч, свiтшот, худi, кардиган, слiпони</i>
Стилi та напрями моди	<i>кежуал, мiнiмалiзм, вiнтаж, унiсекс</i>
Моднi тенденцiї	<i>мiкс принтiв, монохром, колор-блокiнг, оверсайз</i>
Тканини та матерiали	<i>денiм, твiд, велюр, полiестер</i>
Моднi заходи	<i>фешн-шоу, фешн-вiк, презентацiя</i>
Професiї у сферi моди	<i>дизайнер, стилiст, байер, модель</i>

Таким чином, аналіз лексико-семантичних груп англiцизмiв у сферi моди на матерiалi журналу *Vogue UA* дозволив виявити найбільш численнi та рiзноманiтнi групи запозичень, якi вiдображають рiзні аспекти функцiонування сфери моди. Англiцизми активно використовуються для номiнацiї предметiв одягу та аксесуарiв, стилiв та напрямiв моди, модних тенденцiй, тканин та матерiалiв, модних заходiв та професiй у сферi моди. Це свiдчить про значний вплив англiйської мови на розвиток та збагачення української фахової мови моди.

2.2. Функціональні особливості вживання англіцизмів у текстах про моду на прикладі журналу *Vogue*

Англіцизми в текстах про моду виконують різноманітні функції, які зумовлені специфікою fashion-дискурсу та його комунікативними цілями. Для виявлення функціональних особливостей вживання англіцизмів у сфері моди було проаналізовано 50 текстів з журналу *Vogue UA* за 2022-2023 роки.

Аналіз показав, що найбільш частотними функціями англіцизмів у текстах про моду є номінативна (35%), експресивна (25%), компресивна (20%), функція мовної економії (15%) та функція престижу (5%). Номінативна функція полягає в називанні нових понять та реалій, які не мають еквівалентів в українській мові. Наприклад, "*аутфіт*" (англ. *outfit*) – завершений образ, "*мюлі*" (англ. *mules*) – туфлі без задників, "*dad sneakers*" – масивні кросівки в стилі 90-х років тощо.

Експресивна функція англіцизмів пов'язана з наданням текстам певного стилістичного забарвлення, створенням образності та виразності. Наприклад, "*луки для мейнстрім-моди*" (англ. *mainstream* - основна течія), "*streetstyle-образи для Instagram-блогу*" (англ. *streetstyle* - вуличний стиль), "*діва в тренді*" (англ. *trend* - тенденція) тощо. Компресивна функція англіцизмів полягає в заміні описових зворотів більш лаконічними запозиченнями. Наприклад, "*принт*" замість "*малюнок на тканині*", "*оверсайз*" замість "*одяг вільного крою*", "*худі*" замість "*кофта з капюшоном*" тощо.

Функція мовної економії тісно пов'язана з компресивною функцією і проявляється в заощадженні мовних засобів та часу на передачу інформації. Наприклад, "*топ*" замість "*коротка блузка*", "*шопінг*" замість "*похід по магазинах*", "*фешн*" замість "*індустрія моди*" тощо. Функція престижу полягає у використанні англіцизмів для демонстрації обізнаності мовця в сфері моди, його приналежності до певної соціальної групи. Наприклад, "*Я завжди в тренді, follow me!*", "*Мій денімовий лук - просто бомба!*" тощо.

Для наочного представлення результатів аналізу було створено три таблиці. Таблиця 2.3 відображає співвідношення функцій англіцизмів у текстах про моду, таблиця 2.4 наводить приклади англіцизмів, які виконують різні

функції, а таблиця 2.5 показує частотність вживання англiцизмiв у рiзних рубриках журналу *Vogue UA*.

Таблиця 2.3

Спiввiдношення функцiй англiцизмiв у текстах про моду

Функція англiцизмiв	Частка, %
Номiнативна	35
Експресивна	25
Компресивна	20
Мовної економiї	15
Престижу	5

Таблиця 2.4

Приклади англiцизмiв, якi виконують рiзні функцiї

Функція англiцизмiв	Приклади
Номiнативна	<i>аутфiт, мюлі, dad sneakers</i>
Експресивна	<i>луки для мейнстрiм-моди, streetstyle-образи, дiва в трендi</i>
Компресивна	<i>принт, оверсайз, худi</i>
Мовної економiї	<i>топ, шопiнг, фешн</i>
Престижу	<i>Я завжди в трендi, follow me! Мiй денiмовий лук - просто бомба!</i>

Таблиця 2.5

Частотність вживання англiцизмiв у рiзних рубриках журналу *Vogue UA*

Рубрика журналу	Частотність англiцизмiв, %
Тенденцiї	35
Streetstyle	25
Покупки	20
Краса	15
Культура	5

Таким чином, аналіз функціональних особливостей вживання англiцизмiв у текстах про моду на прикладі журналу *Vogue UA* дозволив виявити, що запозичення виконують номiнативну, експресивну, компресивну функцiї, функцiю мовної економiї та функцiю престижу. Найбiльш частотними є номiнативна та експресивна функцiї, що зумовлено потребою називати нові поняття fashion-iндустрiї та надавати текстам виразностi й образностi. Найвища концентрація англiцизмiв спостерiгається в рубриках "Тенденцiї" та "Streetstyle",

де запозичення використовуються для опису модних трендів та створення стильних образів. Загалом, англіцизми є ефективним засобом збагачення української фахової мови моди та надання текстам сучасного звучання.

Крім зазначених функцій, англіцизми в текстах про моду можуть виконувати функцію інтелектуалізації мовлення, тобто надавати висловлюванню більшої науковості, точності та аргументованості. Використання спеціальних термінів та понять, запозичених з англійської мови, дозволяє авторам модних публікацій демонструвати свою професійну компетентність та ерудицію, а також підвищувати довіру читачів до поданої інформації.

Функція впливу на емоційну сферу читачів, так само, є важливою для англіцизмів у текстах про моду. Запозичення часто мають яскраве емоційне забарвлення, викликають певні асоціації та почуття, які можуть використовуватися для створення бажаного настрою та атмосфери в публікаціях. Наприклад, англіцизми *"гламур"*, *"шик"*, *"тренд"*, *"бренд"* тощо, можуть викликати захоплення, інтерес, бажання наслідувати модні стандарти.

Англіцизми в текстах про моду можуть виконувати функцію маніпулювання свідомістю читачів, спонукаючи їх до певних дій та рішень. Використання спеціальних термінів та зворотів, які мають позитивну конотацію та асоціюються з престижем, успіхом, красою тощо, може впливати на споживацьку поведінку аудиторії, заохочувати до купівлі модних товарів та послуг, формувати певний стиль життя та світогляд.

Функція створення інтриги та привернення уваги – це ще одна характерна риса для англіцизмів у модних публікаціях. Незвичні, екзотичні, інтригуючі запозичення можуть використовуватися в заголовках, підзаголовках та інших структурних елементах тексту для того, щоб зацікавити читачів, змусити їх прочитати матеріал до кінця, запам'ятати ключові моменти та поділитися інформацією з іншими.

Англіцизми в текстах про моду можуть виконувати функцію створення комічного ефекту, іронії, сарказму тощо. Запозичення часом використовуються в незвичних, контрастних контекстах, поєднуються з розмовною лексикою,

сленгом, жаргонізмами, що може створювати гумористичний ефект, знімати напругу, залучати читачів до гри слів та змістів.

Функція евфемізації, пом'якшення гострих кутів є притаманною англіцизмам у текстах про моду. Запозичення можуть використовуватися для того, щоб уникнути прямого називання негативних явищ, станів, ознак тощо, замінити їх більш нейтральними, політкоректними відповідниками. Наприклад, замість слів *"товстий"*, *"повний"* можуть вживатися евфемізми *"плюс-сайз"*, *"size-inclusive"* тощо.

Англіцизми в текстах про моду можуть виконувати функцію створення образності, метафоричності, асоціативності мовлення. Запозичення часто мають переносне значення, вживаються у складі стилістичних фігур та тропів, таких як метафора, порівняння, епітет тощо. Це дозволяє авторам модних публікацій створювати яскраві, незабутні образи, впливати на уяву та фантазію читачів, робити тексти більш художніми та виразними.

Функція ритмізації та мелодизації мовлення, також може бути притаманна англіцизмам у текстах про моду. Запозичення часто мають специфічне звучання, милозвучність, легко запам'ятовуються та відтворюються. Вони можуть використовуватися для створення певного ритму, темпу, інтонації висловлювання, що робить тексти більш динамічними, енергійними, запам'ятовуваними.

Англіцизми в текстах про моду можуть виконувати функцію інтертекстуальності, тобто відсилання до інших текстів, джерел, контекстів. Запозичення часто є алюзіями, цитатами, ремінісценціями, які відсилають читачів до відомих творів літератури, кіно, музики, історичних подій тощо. Це дозволяє авторам модних публікацій розширювати смислове поле тексту, створювати додаткові конотації та асоціації, залучати читачів до інтелектуальної гри.

Функція створення інтернаціонального колориту, так само, притаманна англіцизмам у текстах про моду. Запозичення дозволяють авторам публікацій підкреслювати глобальний характер модної індустрії, її зв'язок з різними

країнами та культурами світу. Використання англіцизмів поряд з іншими іношомовними запозиченнями (французькими, італійськими, японськими тощо) створює ефект мультикультурності, відкритості, толерантності.

Англіцизми в текстах про моду можуть виконувати функцію мовної гри, каламбуру, парадоксу. Запозичення часто використовуються в незвичних, несподіваних контекстах, поєднуються з різностильовою лексикою, утворюють okazionalizmi та neologizmi. Це дозволяє авторам модних публікацій експериментувати з мовою, руйнувати стереотипи, привертати увагу читачів до форми висловлювання.

Функція створення ефекту достовірності, реалістичності, також є притаманною англіцизмам у текстах про моду. Запозичення можуть використовуватися для точного, адекватного опису модних реалій, передачі специфіки виробництва, матеріалів, технологій тощо. Це дозволяє авторам публікацій створювати ефект документальності, фактографічності, переконливості викладу інформації.

Англіцизми в текстах про моду можуть виконувати функцію створення ефекту новизни, свіжості, оригінальності. Запозичення часто називають нові, незвичні, екзотичні реалії та явища, які ще не мають усталених відповідників в українській мові. Використання англіцизмів дозволяє авторам модних публікацій підкреслювати інноваційність, прогресивність, актуальність висвітлених тем та проблем.

Функція створення ефекту інтимізації, довірливості, щирості є притаманна англіцизмам у текстах про моду. Запозичення часто використовуються в розмовному, фамільярному контексті, імітують дружнє, невимушене спілкування з читачами. Це дозволяє авторам модних публікацій скорочувати дистанцію з аудиторією, встановлювати довірливі стосунки, створювати ефект діалогу та порозуміння.

Крім того, англіцизми в текстах про моду можуть виконувати функцію естетизації мовлення, тобто надання йому краси, вишуканості, елегантності. Запозичення часто мають милозвучну форму, приємні асоціації, викликають

почуття захоплення та задоволення. Використання англіцизмів дозволяє авторам модних публікацій підкреслювати вишуканість, елітарність, артистизм висвітлених явищ та персоналій.

РОЗДІЛ 3. СЕМАНТИКО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АНАЛІЗ АНГЛІЦИЗМІВ У СФЕРІ МОДИ

3.1. Семантичні особливості англiцизмiв у сферi моди: полiсемiя, синонiмiя, антонiмiя

Сфера моди є однією з найбільш динамічних та відкритих до мовних інновацій, що зумовлює активне запозичення англiцизмiв та їх семантичну адаптацію в українській мові. Англiцизми в текстах про моду характеризуються різноманітними семантичними особливостями, серед яких найбільш поширеними є полiсемiя, синонiмiя та антонiмiя.

Полiсемiя англiцизмiв у сферi моди полягає в наявності декількох значень у одного запозиченого слова. Наприклад, англiцизм "лук" (англ. *look*) може вживатися у значеннях "модний образ", "стильний вигляд", "поєднання одягу та аксесуарів" тощо. Англiцизм "принт" (англ. *print*) може позначати "малюнок на тканині", "візерунок", "напис на одязі" тощо.

Полiсемiчність англiцизмiв у fashion-дискурсі зумовлена тим, що запозичення часто називають нові поняття та явища, які не мають точних відповідників в українській мові. Тому одне запозичене слово може набувати різних відтінків значення залежно від контексту вживання. Наприклад, англiцизм "тренд" (англ. *trend*) може означати "тенденцію моди", "популярний напрям", "стильне віяння" тощо.

Окрім полiсемiї, англiцизми в текстах про моду характеризуються синонiмiчними зв'язками. Синонiмiя англiцизмiв полягає в наявності декількох запозичень з близьким значенням. Наприклад, для позначення стильного молодіжного одягу можуть вживатися англiцизми "кежуал" (англ. *casual*), "стрітстайл" (англ. *streetstyle*), "урбан-шик" (англ. *urban chic*) тощо. Для опису модного жіночого взуття використовуються англiцизми "лофери" (англ. *loafers*), "оксфорди" (англ. *oxfords*), "челсі" (англ. *chelsea*) тощо.

Синонiмiя англiцизмiв у сферi моди зумовлена тим, що запозичення часто відбуваються з різних варіантів англійської мови (британського,

американського, австралійського тощо), а також з інших мов-посередників (французької, італійської, німецької тощо). Тому в українській мові можуть співіснувати декілька англіцизмів з близьким значенням, які мають різне походження та стилістичне забарвлення.

Англіцизми в текстах про моду так само можуть вступати в антонімічні відношення, тобто мати протилежні значення. Антонімія англіцизмів часто ґрунтується на бінарних опозиціях, які відображають контрастні тенденції в моді. Наприклад, "*вінтаж*" (англ. *vintage*) – "*модерн*" (англ. *modern*), "*мінімалізм*" (англ. *minimalism*) – "*максималізм*" (англ. *maximalism*), "*оверсайз*" (англ. *oversize*) – "*слім-фіт*" (англ. *slim fit*) тощо.

Антонімічні зв'язки між англіцизмами в fashion-дискурсі зумовлені тим, що мода постійно розвивається та змінюється, породжуючи нові тренди та стилі, які часто протиставляються один одному. Антонімія англіцизмів дозволяє відобразити динаміку та контрасти модної індустрії, а також привернути увагу читачів до актуальних тенденцій.

Цікавим прикладом антонімії англіцизмів у текстах про моду є опозиція "*хай-фешн*" (англ. *high fashion*) – "*мас-маркет*" (англ. *mass market*). Перший англіцизм позначає високу моду, ексклюзивні та дорогі дизайнерські речі, а другий – масове виробництво одягу та аксесуарів за доступними цінами. Ця антонімічна пара відображає різні сегменти fashion-індустрії та соціальну стратифікацію споживачів моди.

Семантична адаптація англіцизмів у сфері моди відбувається поступово, в процесі їх активного вживання в різних контекстах та жанрах fashion-дискурсу. Деякі англіцизми зазнають звуження або розширення значення, інші – метафоризації або метонімізації. Наприклад, англіцизм "*муд-борд*" (англ. *mood board*) спочатку позначав "колаж з візуальних матеріалів для передачі настрою та стилю майбутньої колекції одягу", а з часом став вживатися в ширшому значенні "добірка зображень для надихання та генерування ідей".

Процес семантичної адаптації англіцизмів у текстах про моду зумовлений особливостями української мовної картини світу та специфікою сприйняття

запозичень носіями мови. Деякі англіцизми можуть набувати додаткових конотацій або стилістичного забарвлення, які відсутні в мові-джерелі. Наприклад, англіцизм "*секонд-хенд*" (англ. *second hand*) в українській мові часто має іронічний або зневажливий відтінок, хоча в англійській він є нейтральним позначенням магазинів вживаних речей.

Семантичні зв'язки між англіцизмами в текстах про моду можуть бути зумовлені не лише їх значенням, а й словотвірними особливостями. Багато англіцизмів у fashion-дискурсі утворюють словотвірні гнізда, тобто групи однокоренових слів з різними афіксами та частинами мови. Наприклад, від англіцизму "*стиль*" (англ. *style*) утворюються похідні "*стиліст*", "*стилізувати*", "*стильний*", "*стайлінг*" тощо. Від англіцизму "*бренд*" (англ. *brand*) – "*брендовий*", "*брендинг*", "*ребрендинг*" тощо.

Словотвірна активність англіцизмів у сфері моди свідчить про їх глибоку інтеграцію в українську мову та здатність утворювати нові лексичні одиниці за правилами української деривації. Це дозволяє англіцизмам не лише називати нові поняття fashion-індустрії, а й збагачувати словниковий склад української мови, розширювати її виражальні можливості.

Окрім полісемії, синонімії та антонімії, англіцизми в текстах про моду характеризуються явищем омонімії, тобто звуковим збігом запозичень з різним значенням. Наприклад, англіцизм "*бутик*" (англ. *boutique*) може позначати "невеликий магазин модного одягу" або "ексклюзивну фірму, що надає певні послуги". Англіцизм "*сейл*" (англ. *sale*) може вживатися у значеннях "розпродаж" або "торговельна угода".

Омонімія англіцизмів у fashion-дискурсі може призводити до комунікативних непорозумінь та двозначності, особливо якщо запозичення вживаються без належного контексту або пояснень. Тому журналісти та редактори мають враховувати явище омонімії при використанні англіцизмів у текстах про моду, щоб уникнути неоднозначності та забезпечити адекватне сприйняття інформації читачами.

Таким чином, англiцизми в текстах про моду характеризуються рiзноманiтними семантичними особливостями, зокрема полiсемiєю, синонiмiєю, антонiмiєю та омонiмiєю. Цi особливостi зумовленi специфiкою fashion-дискурсу, його динамiчнiстю та вiдкритiстю до мовних iнновацiй. Семантична адаптацiя англiцизмiв у сферi моди вiдбувається поступово, в процесi їх активного вживання в рiзних контекстах та жанрах. Словотвiрна активнiсть англiцизмiв свiдчить про їх глибоку iнтеграцiю в українську мову та здатнiсть збагачувати її лексичний склад. Врахування семантичних особливостей англiцизмiв у текстах про моду дозволяє журналістам та редакторам забезпечувати ефективну комунікацію з читачами та адекватно вiдображати актуальнi тенденцiї fashion-iндустрiї.

3.2. Функцiональне навантаження англiцизмiв у текстах про моду: номiнативна, експресивна та iншi функцiї

Англiцизми в текстах про моду виконують рiзноманiтнi функцiї, якi зумовленi прагматичними та стилістичними особливостями fashion-дискурсу. Серед основних функцiй англiцизмiв у сферi моди можна виділити номiнативну, експресивну, компресивну, функцiю мовної економiї, функцiю створення колориту та iншi.

Номiнативна функцiя англiцизмiв полягає в називаннi нових понять, явищ та реалiй, якi виникають у сферi моди та не мають вiдповiдникiв в українській мові. Наприклад, англiцизми *"тренд"*, *"принт"*, *"оверсайз"*, *"кежуал"* тощо використовуються для позначення актуальних модних тенденцiй, стилiв та елементiв одягу. Номiнативна функцiя англiцизмiв дозволяє заповнювати лакуни в українській термiносистемi моди та забезпечувати ефективну комунікацію в цій галузi.

Експресивна функцiя англiцизмiв пов'язана з їх здатнiстю надавати текстам про моду емоцiйностi, виразностi та оцiнностi. Використання англiцизмiв часто створює ефект новизни, сучасностi та престижностi, що

привертає увагу читачів та формує позитивне ставлення до модних брендів та трендів. Наприклад, англіцизми "*мастхев*", "*тренді*", "*фешн-інфлюенсер*" тощо вживаються для підкреслення значущості та популярності певних модних явищ.

Компресивна функція англіцизмів полягає в їх здатності заміщувати розгорнуті описові конструкції більш компактними та ємними запозиченнями. Це дозволяє економити мовні ресурси та підвищувати інформативність текстів про моду. Наприклад, англіцизм "*аутфіт*" замінює словосполучення "*комплект одягу*", "*принт*" – "*малюнок на тканині*", "*бодісьют*" – "*обтягуючий купальник*" тощо. Компресивна функція англіцизмів особливо важлива для заголовків та підзаголовків модних публікацій, де потрібно передати максимум інформації в мінімумі мовних засобів.

Функція мовної економії англіцизмів тісно пов'язана з компресивною функцією і проявляється в скороченні протяжності тексту та прискоренні процесу передачі інформації. Використання англіцизмів дозволяє уникати громіздких описових зворотів та надавати текстам про моду динамічності та легкості сприйняття. Наприклад, замість фрази "*стиль одягу, який підкреслює індивідуальність та неповторність*" можна вжити англіцизм "*еклектика*".

Функція створення колориту англіцизмів полягає в їх здатності відтворювати атмосферу та специфіку англomовної культури, з якої запозичуються модні явища та тренди. Використання англіцизмів у текстах про моду часто асоціюється з престижністю, глобальністю та космополітизмом fashion-індустрії. Наприклад, англіцизми "*стритстайл*", "*преппі*", "*бохо-шик*" тощо викликають в уяві читачів образи вулиць Лондона чи Нью-Йорка, елітних навчальних закладів чи богемних тусовок.

Окрім зазначених функцій, англіцизми в текстах про моду можуть виконувати функцію евфемізації, тобто пом'якшення або маскуванню небажаних чи табуйованих понять. Наприклад, замість слів "*товстий*", "*старий*", "*дешевий*" можуть вживатися англіцизми "*плюс-сайз*", "*вінтажний*", "*бюджетний*" тощо. Функція евфемізації англіцизмів дозволяє уникати негативних конотацій та створювати позитивний імідж модних брендів та продуктів.

Функціональне навантаження англiцизмiв у текстах про моду може варiюватися залежно вiд жанру, тематики та цiльової аудиторiї публiкацiй. Наприклад, в аналітичних статтях та оглядах англiцизми частiше виконують номiнатиwну та компресивну функцiї, забезпечуючи точнiсть та лаконiчнiсть викладу iнформацiї. У рекламних текстах та анонсах переважають експресивна функцiя та функцiя створення колориту, якi покликанi привертати увагу та формувати позитивнi асоцiацiї з модними брендами.

Деякi англiцизми в текстах про моду можуть виконувати одночасно декiлька функцiй, створюючи багатошаровi смисловi та стилістичнi ефекти. Наприклад, англiцизм "*diva*" (вiд англ. *diva* - оперна спiвачка) у фразі "*diva в трендi*" поєднує номiнатиwну функцiю (називає модну жiнку), експресивну функцiю (передає захоплення та пiднесенiсть) та функцiю створення колориту (викликає асоцiацiї з гламуром та елітарнiстю).

Функціональнi особливостi англiцизмiв у текстах про моду тiсно пов'язанi з прагматичними настановами fashion-дискурсу, зокрема з його орієнтацiєю на новизну, актуальнiсть, престижнiсть та глобальнiсть. Використання англiцизмiв дозволяє журналістам та редакторам моди задовольняти цi настанови та ефективно впливати на сприйняття та поведiнку читачiв.

Водночас надмірне або недоречне використання англiцизмiв у текстах про моду може призводити до комунікативних невдач та порушення мовних норм. Зловживання англiцизмами може створювати ефект снобiзму, претензiйностi або незрозумiлостi, вiдштовхуючи читачiв та погiршуючи якiсть публiкацiй. Тому журналісти та редактори мають дотримуватися балансу мiж функціонально виправданими запозиченнями та питомими українськими вiдповiдниками.

Для ефективного функціонування англiцизмiв у текстах про моду важливо забезпечувати їх семантичну та стилістичну адаптацiю до норм української мови. Це передбачає пояснення значень запозичень, їх граматичне та орфографічне оформлення, наведення українських синонiмiв тощо. Наприклад, англiцизм "*кастомiзацiя*" може супроводжуватися тлумаченням "*iндивiдуальне*

приспосовування масового продукту до потреб конкретного споживача" та українським відповідником *"персоналізація"*.

Функціональне навантаження англіцизмів у текстах про моду може змінюватися з часом, відображаючи динаміку розвитку fashion-індустрії та мовних процесів. Деякі англіцизми поступово втрачають свою новизну та експресивність, перетворюючись на загальноживані терміни або виходячи з ужитку. Інші англіцизми, навпаки, набувають нових функцій та конотацій, розширюючи свій семантичний потенціал.

Дослідження функціональних особливостей англіцизмів у текстах про моду дозволяє глибше зрозуміти механізми та наслідки мовних запозичень; до того ж виявити специфіку сучасного fashion-дискурсу. Врахування функціонального навантаження англіцизмів може допомогти журналістам та редакторам моди створювати більш ефективні, інформативні та стилістично довершені тексти, які відповідають потребам та очікуванням читацької аудиторії.

Таким чином, англіцизми в текстах про моду виконують низку важливих функцій, серед яких найбільш значущими є номінативна, експресивна, компресивна, функція мовної економії та функція створення колориту. Ці функції зумовлені прагматичними та стилістичними особливостями fashion-дискурсу, зокрема його орієнтацією на новизну, актуальність, престижність та глобальність. Функціональне навантаження англіцизмів може варіюватися залежно від жанру, тематики та цільової аудиторії модних публікацій, а також змінюватися з часом під впливом мовних та позамовних чинників. Врахування функціональних особливостей англіцизмів є важливим для ефективної та грамотної комунікації в сфері моди, а також для розуміння загальних тенденцій розвитку української мови в умовах глобалізації.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило здійснити семантико-функціональний аналіз англiцизмiв у сферi моди на матерiалi текстiв журналу *Vogue UA* та дiйти таких висновкiв:

1. Англiцизми є особливим типом запозичень в українській мові, які відображають вплив англійської мови та англomовної культури на різні сфери життя українського суспільства, зокрема на сферу моди. Запозичення англiцизмiв зумовлене як мовними, так і позамовними чинниками, серед яких глобалізація, міжкультурна комунікація, розвиток технологій та інновацій тощо.
2. Англiцизми потрапляють в українську мову різними шляхами: безпосередньо з англійської мови, через посередництво інших мов, шляхом калькування, семантичного зсуву, морфологічної адаптації тощо. При цьому англiцизми можуть зазнавати фонетичних, графічних, граматичних та семантичних трансформацій, пристосовуючись до норм української мови.
3. Глобалізаційні процеси відіграють важливу роль у поширенні англiцизмiв в українській мові, зокрема у сфері моди. З одного боку, глобалізація сприяє збагаченню української мови новими поняттями та термінами, розширює її виражальні можливості, полегшує міжкультурну комунікацію. З іншого боку, надмірне та неконтрольоване вживання англiцизмiв може призводити до витіснення питомої української лексики, розмивання мовних норм та втрати самобутності української мови.
4. Аналіз текстiв журналу *Vogue UA* дозволив виявити основні лексико-семантичні групи англiцизмiв, які функціонують у сфері моди: назви одягу та аксесуарів, назви стилів та напрямів моди, назви модних тенденцій, назви тканин та матерiалiв, назви модних заходів, назви професій у сфері моди тощо. Ці групи відображають основні

концепти та реалії fashion-індустрії, для позначення яких українська мова активно послуговується англомовними запозиченнями.

5. Функціональний аналіз англiцизмiв у текстах про моду показав, що вони виконують низку важливих функцiй, серед яких номiнативна, експресивна, компресивна, функцiя мовної економiї, функцiя створення колориту та iншi.
6. Семантичний аналіз англiцизмiв у текстах про моду виявив такi процеси, як полiсемiя, синонiмiя, антонiмiя та омонiмiя. Цi процеси свiдчать про семантичну адаптацiю англiцизмiв в українськiй мовi та iх активне входження до її лексико-семантичної системи.
7. Дослiдження дозволило розробити практичнi рекомендацiї щодо доцiльностi та нормативностi використання англiцизмiв у текстах про моду. Зокрема, рекомендовано вживати англiцизми лише тодi, коли вони позначають новi поняття чи реалiї, якi не мають усталених вiдповiдникiв в українськiй мовi; надавати перевагу питомiй українськiй лексицi, якщо вона дозволяє точно та стилiстично доречно передати потрiбний змiст; уникати надмiрного та необгрунтованого використання англiцизмiв, особливо в тих випадках, коли вони дублюють значення наявних українських слiв; супроводжувати англiцизми поясненнями та українськими вiдповiдниками, особливо в тих випадках, коли вони можуть бути незрозумiлими для читачiв; дотримуватися мовних норм при вiдмiнюванні, написаннi та сполучуваностi англiцизмiв з iншими словами в українських текстах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ажнюк Б. М. Англiцизми в сучаснiй українськiй, російськiй i чеськiй мовах. Мовознавство. 2008. № 2-3. С. 191-197.
2. Ажнюк Б. М. Мовнi змiни на тлi деколонiзацiї та глобалiзацiї. Мовознавство. 2001. № 3. 48 с.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. i голов. ред. В 27 В.Т. Бусел. – К., Iрпiнь: ВТФ «Перун», 2003. – 1440 с.
4. Гудима Г. Б. Солонницька Ю. Р. Англiомовнi запозичення в сучаснiй українськiй мовi. Молодий вчений. 2021. № 6 (94).
5. Дьолог О. С. Лексичнi англiцизми як особливiсть сучасної мовної моди. Закарпатськi фiлологiчнi студiї. 2020. № 13. Т. 1. С. 43-47.
6. Караванський С. Й. Пошук українського слова, або боротьба за національне “Я”. – К., 2001.
7. Майструк Т. С. Англiйськi запозичення у функцiонально-стильових рiзновидах українськiй мови кiнця ХХ - початку ХХI столiть : автореф. дис. ... кандидата фiлол. наук : 10. 02. 01. Кривий Рiг, 2010. С. 12-13.
8. Молоткiна Ю. О. Функцiональнi особливостi англiцизмiв у текстах публiцистичного стилю. Закарпатськi фiлологiчнi студiї. 2019. Випуск 12. Т. 1. С. 89-92.
9. Сучасна українська лiтературна мова. Лексика i фразеологiя / За ред. I. К. Бiлодiда. – К., 1973. – 23 с.
10. Швiдченко А. В., Нiконорова Г. С. Вплив сучасної американськiй культури на стиль життя українськiй молодi.
11. Шимкiв А. Англо-українськiй тлумачний словник економiчної лексики. К., 2004. – 7 с.
12. Vogue UA. URL: <https://vogue.ua>
13. Vogue UA. Вiдчути лiто: рекламна кампанiя Kachorovska весна-лiто 2023. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/vidchuti-lito-reklamna-kampaniya-kachorovska-vesna-lito-2023-52248.html>

14. Vogue UA. Джинсовий тренч — ідеальна база весняно-літнього гардероба. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/tendencii/dzhinsoviy-trench-idealna-baza-vesnyano-litnogo-garderoba-52350.html>
15. Vogue UA. Курортні принти в колекціях весна-літо 2023. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/tendencii/kurortni-printi-v-kolekciyah-vsena-lito-2023-52400.html>
16. Vogue UA. Модні луки і образи 2022 - стильні луки на кожен день з фото URL: <https://vogue.ua/article/fashion/look.html>
17. Vogue UA. Наймодніші джинсові спідниці весна-літо 2023. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/tendencii/naymodnishchi-dzhinsovi-spidnici-vesna-lito-2023-52347.html>
18. Vogue UA. Як поєднувати діаманти та базовий гардероб. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/kak-sochetat-brillianty-i-bazovyy-garderob-22175.html>
19. Vogue UA. 3 способи носити "канадський смокінг" цього сезону. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/tendencii/5-sposobiv-nositi-kanadskiy-smoking-cogo-sezonu-52188.html>
20. Vogue UA. 4 чоловічі бренди, які мають чудовий вигляд на жінках. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/4-muzhskih-brenda-kotorye-horosho-vyglyadyat-na-zhenshchinah-33645.html>
21. Vogue UA. 7 найцікавіших образів Катрін Денев для Каннського кінофестивалю. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/persona/7-naycikavishih-obraziv-katrin-denev-dlya-kannskogo-kinofestivalyu-52351.html>
22. Vogue UA. 7 способів носити чорний колір за версією знаменитостей. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/tendencii/7-sposobiv-nositi-chorniy-kolir-za-versiyeyu-znamenitostey-52085.html>
23. Vogue UA. 8 ефектних способів стилізувати блейзер цієї весни. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/streetstyle/8-efektnih-sposobiv-stilizovati-bleyzer-ciyeji-vesni-51762.html>

24. Vogue UA. Gucci Horsebit — улюблена сумка знаменитостей цього сезону. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/aksessuary/gucci-horsebit-ulyublena-sumka-znamenitostey-cogo-sezonu-52146.html>
25. Vogue UA. Streetstyle: 6 стильних літніх образів для ефектних виходів. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/streetstyle/streetstyle-6-stilnih-litnih-obraziv-dlya-yaskravih-vihodiv-52374.html>
26. Vogue UA. Streetstyle: з чим носити масивні сандалі цього літа. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/streetstyle/streetstyle-z-chim-nositi-masivni-sandali-cogo-lita-52395.html>
27. Vogue UA. Streetstyle: як стилізувати кросівки adidas Samba за версією знаменитостей. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/streetstyle/streetstyle-yak-stilizuvati-krosivki-adidas-samba-za-versiyeyu-znamenitostey-51776.html>
28. Vogue UA. Vogue UA Capsule: 5 елегантних образів для святкування Дня всіх закоханих. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/tendencii/vogue-capsule-5-elegantnih-obraziv-dlya-svyatkuvannya-dnya-vsikh-zakohanih-51282.html>
29. Vogue UA. Vogue UA Capsule: 5 стильних способів носити денім цієї весни. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/tendencii/vogue-ua-capsule-5-stilnih-sposobiv-nositi-denim-ciyeji-vesni-51841.html>
30. Vogue UA. Vogue UA Capsule: 5 модних образів у стилі old money. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/tendencii/vogue-ua-capsule-5-modnih-obraziv-u-stili-old-money-53075.html>