

Дзюбіна О. І.,

кандидат філологічних наук,

викладач кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови  
Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

## УТВОРЕННЯ МОРФОЛОГІЧНИХ НЕОЛОГІЗМІВ В АНГЛОМОВНОМУ СЕГМЕНТІ ІНДУСТРІЇ МОДИ ТА КРАСИ

**Анотація.** Стаття присвячена центральному поняттю неології – неологізму, зокрема проблемі утворення неологізмів в англomовному сегменті індустрії моди та краси. Останнім часом у зв'язку з розвитком науки, культури, технологій, соціальних мереж у словниковому складі англійської мови відбулися зміни, що виражаються в появі нових слів і словосполучень, які дають найменування новим предметам, явищам, поняттям. Неологізми, що стали одиницями мови, з часом входять в узуз і віддзеркалюють актуальний стан вокабуляру. Неологізми є інноваціями у всіх мовах. Нові лексичні одиниці з'являються щодня, і їх число в англійській мові швидко зростає, особливо в англomовному сегменті індустрії моди та краси. Особлива увага приділяється англійським неологізмам, зареєстрованим в електронному словнику Word Spy, Urban Dictionary. Визначено найпродуктивніші способи утворення неологізмів у цій сфері. Розглянуто саме морфологічні способи утворення неологізмів в англomовному сегменті індустрії моди та краси. Здійснено класифікацію неологізмів в індустрії моди та краси за способом словотворення. Визначено, що найпродуктивнішим способом словотворення є словоскладання, а найменш продуктивним – конверсія. Метою роботи є виявлення неологізмів, а також їх вивчення за допомогою дистрибуції за словотвірними моделями. Неологізми проаналізовані з погляду словотвірних моделей, за якими вони утворені, з метою виявлення найбільш продуктивних. Практична значимість роботи зумовлена тим, що результати та підібраний мовний матеріал можуть бути використані в науково-освітніх цілях, наприклад, при підготовці монографій і посібників із теорії перекладу, лексикології англійської мови, укладенні словників сленгу і т. д., а також можуть використовуватися на практичних заняттях із практичного курсу англійської мови, семінарах чи вебінарах відповідної тематики, а також у професійній сфері при перекладі відповідного мовного матеріалу. У ході дослідження використовувалися методи суцільної вибірки та контекстуального аналізу. У статті розглянуто основні продуктивні морфологічні словотвірні моделі, за якими утворюються нові лексичні одиниці в індустрії моди та краси.

**Ключові слова:** неологізм, продуктивність, лексична одиниця, словотворення, морфологія.

**Постановка проблеми.** Незважаючи на неоднозначне ставлення лінгвістів XVIII ст. до такого процесу, як неологізація мови (вважалося, що неологізми «спотворюють» народну мову), поповнення вокабуляру – циклічний процес, необхідний для того, щоб на кожному рівні свого розвитку мова могла відповідати потребам суспільства як у комунікації, так і у відображенні тогочасних реалій, у розвитку та збагаченні культури народу. Швидка діджиталізація, зміни в суспільних цінностях і пріоритетах, прогрес у науці

та техніці відбуваються наростаючими темпами, все це призводить до появи нових понять і явищ, а отже, вимагає номінацій цих понять. Велика кількість нових слів щорічно наповнює словниковий склад англійської мови, це також вимагає від лінгвістів не лише регулярно фіксувати входження нових лексичних одиниць в узуз, а й проводити їх глибокий аналіз.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню неологізмів присвячені численні праці вітчизняних і зарубіжних лінгвістів (Н.І. Фельдман, Е.І. Ханпіра, В.В. Лопатін, О.Г. Ликов, М.О. Бакіна, О.А. Земська, О.А. Габінська, А.О. Брагіна, І.Г. Дегтяр, А.В. Березовенко, А.Г. Ликов, J. Sheidlower, J. Algeo, E. McKean, K. Sornig, R. Fischer та ін.) [1; 2]. Велика кількість праць присвячена функціонуванню неологізмів у медіа-дискурсі. Недостатньо вивченим питанням залишається утворення та функціонування неологізмів в індустрії моди та краси.

**Мета дослідження** – визначити продуктивність морфологічних способів утворення неологізмів в англomовному сегменті індустрії моди та краси.

**Виклад основного матеріалу.** *Словоскладання* виявилось найпродуктивнішим способом утворення неологізмів в індустрії моди та краси. Ці слова можуть слугувати прикладами утворення неологізмів у такий спосіб:

### 1. Прикметник + іменник:

- *skinny jeans n* – обтягуючі джинси, які прилягають до стегон і литок, звужуючись до низу;
- *american style n* – легкий спортивний щоденний одяг [3];
- *sweatshirt n* – вільний пуловер без коміру, зроблений із котону;
- *androgynous style n* – стиль одягу, у якому важко зрозуміти стать людини, гендерно нейтральний стиль [3];
- *military style n* – стиль, що нагадує армійську уніформу [3];
- *academic costume n* – спеціальний одяг, який одягають вчителі й учні, коли йдуть на навчання [3];
- *active sportswear n* – одяг для спортсменів під час змагань [3];
- *advanced colours n* – теплі кольори у червоних відтінках [3];
- *bulky clothing n* – одяг, що вільно лежить [3];
- *capsule wardrobe n* – це нейтральні речі, які завжди в моді та повинні бути у гардеробі кожної людини, потім вони доповнюються певними небазовими та цікавими речами й аксесуарами;
- *continental style n* – європейський стиль одягу [3];
- *composite style n* – поєднання різних стилів: простого і витонченого, чоловічого і жіночого [3];
- *dated fashion n* – стиль одягу, який уже не в моді [3];
- *deadstock n* – нові речі, що ніколи не були одягнені, часто з попереднього сезону [3];

- *ecclectic style n* – стиль, у якому поєднуються речі різних стилів [3];
- *eponymous fashion brand n* – коли дизайнер називає свій бренд своїм іменем, наприклад Louis Vuitton, Versace [3];
- *layered style n* – це стиль, у якому різний одяг із різною довжиною шарується один на один [3];
- *longline clothing n* – одяг, створений для високих людей [3];
- *marine style n* – стиль одягу, що нагадує одяг моряків [3];
- *preppy style n* – стиль одягу, який походить від шкільної форми учнів pre-college preparatory – престижних коледжів, котрі готували молодь до вступу в елітні вищі навчальні заклади. Словом «preppy» називали учнів цих шкіл. Стиль преппі характеризується комбінацією ділового стилю та smart casual, зручністю, охайністю й елітністю [4];
- *supportive clothing n* – одяг, що надає підтримку; наприклад, м'язову підтримку для спорту, підтримку бюста, підтримку хворих ніг із варикозним розширенням вен [4].

## 2. Дієслово + іменник:

- *crop top n* – коротка жіноча футболка;
- *cut crease n* – техніка макіяжу очей, коли світлі тіні наносяться на природню або намальовану лінію нерухокої повіки, створюючи поділ між рухомою та нерухомою повікою для того, щоб візуально збільшити очі [4];
- *lookbook n* – модельне портфоліо, яке роблять для моделі в різних образах, щоб надсилати у різні агентства, або книга з усіма фотографіями фотографа, стилю, стиліста або зображення, що представляють повну лінію одягу дизайнера. Він призначений як каталог для продажу, який буде представлений покупцям;
- *slip on shoes n* – це чоловічі або жіночі туфлі без застібок або шнурівки з довгим язичком, круглим носком і перемичкою (або пензликом) на підйомі стопи [4];
- *upcycled clothing n* – старий одяг, який перешили, щоб носити знову [4].

## 3. Іменник + іменник:

- *eyeliner n* – гелева підводка для очей, що використовується для нанесення стрілок;
- *double denim trend n* – тренд, стиль, коли одночасно одягають дві джинсові речі, наприклад, джинси та джинсову куртку [4];
- *oversize adj* – предмет одягу, що є більшим від звичайного, загальноприйнятого розміру. Такі речі стали популярними декілька років тому;
- *baking powder n* – спеціальна пудра, яка використовується у техніці baking;
- *halo eye n* – техніка нанесення макіяжу таким чином, щоб під час нанесення тіней середина повіки залишалася не пігментованою, а у самому кінці середина повіки висвітлюється світлим чи яскравішим кольором, що створює ефект німбу [5];
- *trendsetter n* – людина або компанія, котра започатковує тренди [4];
- *tom jeans n* – джинси з високою талією, які не обтягують ноги [4].
- *beauty blogger n* – блогер, який доносить інформацію про тренди в макіяжі;
- *duochrome n* – сяючі тіні з різноманітними переливами [4];
- *barfly apparel n* – одяг, що пасує для відвідування коктейльного бару [4];

- *black tie event n* – різновид одягу для офіційних заходів, для чоловіків це костюм, краватка та туфлі, для жінок – довга сукня [4];
- *boyfriend style n* – стиль чоловічого одягу, адаптований для того, щоб підходити жінкам [4];
- *boyfriend jeans n* – вільні, мішкуваті, прямі джинси, які носять жінки [4];
- *colorway n* – поєднання кольорів у певних речах [4];
- *drop tail style n* – речі з непропорційною довжиною, довжина речі ззаду більша, ніж спереду [4];
- *fashion capitals n* – стосується таких міст, як Париж, Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Лондон, Токіо, Берлін, Барселона, де мода добре розвинена [4];
- *fashion cycle n* – цикл життя трендів, стилів, напрямів від популярності до занепаду [4];
- *fashion forecast n* – передбачення популярності певних стилів і трендів [4];
- *fashion-forward n* – людина, котра знається на моді й усіх трендах [4];
- *fashion icon n* – людина, стиль якої користується популярністю і яку всі прагнуть наслідувати [4];
- *fashion line n* – весь одяг, що випускає модельєр для конкретної категорії покупців [4];
- *fashion press n* – преса, яка повідомляє про модні події/шоу/покази тощо [4];
- *fashion sketch n* – початковий нарис, зроблений із метою придумати дизайн одягу, дає основну ідею про якусь річ [4];
- *fashion tribe n* – люди, у яких є спільні погляди на моду, стиль, тренди [4];
- *geek chic n* – одяг та аксесуари для (nerds) людей, котрі вчать або наполегливо працюють із новими технологіями [4];
- *resort wear n* – це лінія одягу, призначена для святкової або туристичної колекції для розміреного життя забезпечених людей [4];
- *statement jewellery n* – сміливі та захоплюючі увагу прикраси [4];
- *surfer look n* – безтурботний одяг, який серфери носять на пляжі [4];
- *trunk show n* – закритий показ дизайнерського одягу [4];
- *garcon look n* – чоловіча мода для жінок [4];



Рис. 1. «Garcon look»

- *foundation brush n* – це щітка зі стисненими у наконечнику щетинками, яка використовується для нанесення тональної основи [5];
- *stippling brush n* – це щітка з легкими та ніжними щетинками, використовується для нанесення бази під тональну основу, щоб створити легкий і стійкий ефект [5];

- *powder brush n* – щітка з довгими щетинками для нанесення пудри на обличчя для закріплення тональної основи [5];
- *bronzer brush n* – м'яка заокруглена щітка, що використовується для нанесення бронзера на тіло й обличчя [5];
- *concealer brush n* – пласка щітка із загостреним кінчиком для нанесення консилера під очі та на недоліки шкіри, щоб їх приховати [5];
- *face contour brush n* – коса заокруглена щітка із щільними щетинками для нанесення бронзеру у техніці контуринг [5];
- *eyeshadow brush n* – коротка пласка щітка для нанесення тіней для повік [5];
- *angle eye brush n* – довга щіточка з гострим кінцем з одного боку, ідеальна для нанесення гелевої підводки для очей або засобів для підкреслення брів [5];
- *blending eye brush n* – заокруглена зверху щітка з короткими щетинками для змішування тіней для повік або для плавного переходу з одного кольору в інший [5];
- *eyebrow definer brush n* – щітка із жорсткими щетинами для щільного нанесення тіней для брів [5];
- *spiral eyebrow brush n* – щіточка у формі спіралі для надання бровам гарної форми [5];
- *lip brush n* – кругла щітка із загостреним кінчиком, що використовується, щоб нафарбувати губи [5];
- *retractable lip brush n* – легка загострена щітка для нанесення контуру на губи [5];
- *heavy metal fashion n* – мода, прийнята фанатами музики хеві-металу (*metal heads or headbangers*), часто це джинси, куртки, одяг із латками та значками [5];
- *pantone colors n* – широко розповсюджена система для визначення, ідентифікації та підбору відповідності кольорів. Застосовується у дизайні, архітектурі, поліграфії та інших видах діяльності, що передбачають роботу з кольором [5].

#### 4. Іменник + дієслово:

- *army look n* – стиль, який нагадує армійську уніформу [5], те саме, що *military style*;
- *city wear n* – вуличний одяг із витонченим стилем [5];
- *country look n* – сільський стиль [5].

#### 5. Іменник + прикметник:

- *cruelty-free n* – косметичні продукти, що не тестувалися на тваринах.

#### 6. Прикметник + дієприкметник:

- *effortless dressing n* – це стосується стилю, який є високим, але виглядає, ніби був скомбінований без зусиль, легкий і невимушений [5].

#### 7. Дієслово + прийменник:

- *pullover n* – трикотажний плечовий виріб, куфайка, що надівається через голову. Є різновидом светра із V-подібним вирізом, щільно облягає фігуру.

#### Скорочення

Скорочення є малопродуктивним способом утворення слів в індустрії краси та моди. Прикладами різних видів аббревіації є такі слова:

##### Ініціалізм

- *RTW* – (*ready to wear*) – фабричний одяг у стандартних розмірах [5];
- *UV protection* – (*Ultra Violet*) – захист шкіри від ультрафіолетового випромінювання [5].

##### Акронім

- *WWD* – (*Women's Wear Daily*) – це модний журнал, який називають «біблією моди» [5].

#### Усічення

- *body-con n* – (*body-conscious*) – прилягаючий одяг [5];
- *boho n* – (*bohemian style of fashion*) – нестандартний одяг у стилі бохо [5];
- *cine mode n* – (*cinema + mode*) – мода, яка з'явилася через фільми [5].

#### Контамінація

- *jeggings n* – (*jeans + leggings*) – це легінси, зроблені із джинсової тканини;
- *cosplay n* – (*costume + roleplay*) – один із видів перформансу, що полягає у відображенні в режимі реального часу певних відомих персонажів чи ідей за допомогою костюму та характерних аксесуарів [5].

#### Афіксація

Афіксація не є дуже продуктивним способом словотворення. Ми виявили такі приклади афіксації в утвореннях неологізмів індустрії моди та краси:

#### Суфікс *-ing*:

- *contouring n* – це візуальна зміна форм і пропорцій лица за допомогою світла та тіні; [5]
- *accessorizing n* – процес додавання аксесуарів до образу [5];
- *leggings n* – це тип одягу з тканини, який покриває ноги, легінси виготовлені із суміші лайкри, спандексу, нейлону, бавовни або поліестеру;
- *waxing n* – метод видалення небажаного волосся з тіла за допомогою кремopodobної маси з воску [5];
- *sugaring n* – спосіб епіляції за допомогою використання густої цукрової пасти у суміші з лимоном і водою, сьогодні є одним із найменш болісних видів епіляції [5];
- *draping n* – спосіб пошиття речей таким чином, щоб підкреслити фігуру за допомогою драпірування [5].

#### Суфікс *-er*:

- *bronzer n* – кремовий або пудровий засіб для надання шкірі ефекту засмаги;
- *concealer n* – засіб кремової текстури для маскувння недоліків шкіри.

#### Суфікс *-or*:

- *illuminator n* – інша назва хайлайтера;



Рис. 2. «Illuminator»

#### Префікс *anti-*:

- *anti-fashion n* – це явище, коли люди навмисно одягаються у речі, які не є в моді в певний момент часу, тим самим демонструючи байдужість до моди та різноманітних трендів.

#### Конфіксація:

- *embellishment n* – додавання декоративних деталей до одягу [5].



**Конверсія**

Конверсія також не виявилася продуктивним способом словотворення в індустрії моди та краси. Такі приклади конверсії були можна побачити у новостворених словах:

- *make up* → *makeup n* – макіяж;
- *to blush* → *blush n* – суха або кремова текстура, що наноситься на вилиці;
- *must have* → *must-have n* – річ, яку обов'язково необхідно мати у якийсь період часу в певному місці;
- *to shimmer* → *shimmer n* – сяюча текстура, що наноситься під брови, щоб відкрити погляд;
- *to look* → *look n* – модний, стильний і гарно скомбінований одяг;
- *to craze* → *craze n* – мода, яка стає дуже популярною за короткий період часу [5];
- *to display* → *display n* – модний показ [5];
- *to separate* → *separates n* – одяг, що купується окремо і покриває тільки частину тіла, але може бути скомбінований і підібраний, наприклад, штани та сорочки [5].

**Висновки.** Таким чином, морфологічний спосіб словотворення є досить продуктивним в англійському сегменті індустрії моди та краси. Найпродуктивнішим є словоскладання – 45%, афіксація складала 27%, скорочення – 23%, конверсія – 5%. Перспективним у подальших пошуках є дослідження неологізмів в англійському рекламному дискурсі.

**Література:**

1. Голуб О.М. Структура та семантика римованого сленгу в сучасній англійській мові. *Теоретические и прикладные проблемы русской филологии*. 2010. Вып. XIX. С. 78–82.
2. Дзюбіна О.І. Диференціальні ознаки неологізмів і okazіоналізмів (на матеріалі художньої літератури та інтернет-реклами англійської мови). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2018 № 33. Т. 2 3. *Вісник ЛНУ ім. І. Франка. Сер.: іноземні мови*. 2014. № 22. С. 78–84.
3. Slang Dictionary – Text Slang, Internet Slang, & Abbreviations. URL: <http://www.noslang.com/dictionary/> (дата звернення: 11.01.2021).
4. Urban Dictionary. URL: <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=facebook> (дата звернення: 11.01.2021).

5. Word Spy. URL: <http://www.wordspy.com/> (дата звернення: 16.01.2021).

**Dziubina O. Formation of morphological neologisms in English segment of fashion and beauty industry**

**Summary.** In recent decades, many languages have experienced a “neological boom”. The drastic changes of social life processes, technological progress, formation of the global information environment have led to the increasing the number of new lexical units. The new vocabulary reflects the current drastic changes and tendencies in the economic, political, social and also cultural spheres of our society. The emergence of neologisms is proves the evolution and vitality of language.

The article is devoted to the study of neologisms in the modern fashion and beauty industry, the most productive ways of neologisms formation in the modern fashion and beauty industry were identified. Morphological and semantic features of neologism formation in English are looked into. The classification of neologisms in the fashion and beauty industry according to the method of word formation is carried out. Compounding turned out to be the most productive way of word formation, and the least productive is conversion.

Neologisms stand for innovation in every language. New words are created every day and their number in English is growing fast, especially in tourist industry. The article is dedicated to the research of the structural semantic features of English neologisms in tourist discourse which reflect changes and real processes in contemporary society. The paper studies the approaches to the concept of “beauty disclosure”, and also, based on the analysis of the lexical units the derivational processes and reasons of neologisms emergence and the ways of formation in fashion and beauty industry.

The main types of morphological word formation in the sphere of fashion and beauty industry have been examined and the following conclusion can be made. The most productive way of word formation in the fashion and beauty industry is compounding and affixation. Blending and conversion are less productive.

The practical result of this work is in the possibility to use the results of new trends of neologisms in the analysis of the English language lexical composition.

**Key words:** neologism, morphology, word formation, productivity, fashion and beauty industry.