

occurs with modifiers like “*low*,” “*gentle*,” and “*light*” – soft descriptors that reinforce the hazy, impressionistic quality of the protagonist’s perceptions. These modifiers, coupled with verbs like “*hear*” and “*feel*,” suggest that Miss Brill’s interactions with the world are filtered through vague emotional impressions rather than direct experience.

The analysis of “*Sunday*” revealed its strong collocational ties with “*last*” and “*almond*,” the latter providing a sensory anchor that situates the reader in a specific emotional and physical setting. Verbs such as “*come*” and “*be*” also co-occur with “*Sunday*,” reinforcing the sense of routine and emotional anchoring in these weekly events.

The findings of this study affirm the value of *Sketch Engine* as a tool for literary and stylistic analysis. In the case of “Miss Brill,” corpus-based insights reveal how Mansfield constructs a narrative of subtle emotion, passivity, and human isolation through detailed lexical and grammatical choices. By grounding literary interpretation in empirical data, we enhance our understanding of how language functions not just as a medium for storytelling, but as a vehicle for expressing the inner lives of characters.

Thus, the application of *Sketch Engine* to the analysis of “Miss Brill” by Katherine Mansfield allows for a close reading supported by quantifiable linguistic evidence, offering insights that might remain implicit in traditional interpretive approaches. Mansfield’s careful selection of lexis, syntax, and collocation becomes more visible and meaningful when examined through the lens of corpus linguistics.

REFERENCES

1. Mansfield K. Miss Brill. In *The Collected Stories of Kate Mansfield*. Wordsworth Editions Limited, 2006. P. 268-272.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В МОДНОМУ ДИСКУРСІ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ

Шевчук О. Г.

асистент кафедри романо-германської філології
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

Мода є важливою частиною культурного простору, що активно впливає на соціальні, культурні та ідеологічні зміни. Сучасний французький модний дискурс, як і багато інших аспектів соціальної комунікації, переживає трансформацію в умовах зростаючої уваги до гендерної рівності та інклюзивності. Гендерно-нейтральна мова, вживання інклюзивних термінів і зміна традиційних стереотипів є відображенням більш широких соціокультурних змін, що проявляються в лексичній та стилістичній сфері.

Французька мода традиційно пов’язана з чітким поділом на чоловічу та жіночу лексичні категорії. Чоловічі терміни часто мають відтінки раціональності та функціональності, підкреслюючи практичність і статусність. Наприклад,

терміни типу *costume structuré* (структурований костюм) або *veste sobre* (стриманий жакет) акцентують на функціональності та стриманості. У протилежність цьому жіночі терміни зазвичай асоціюються з емоційністю та естетикою: *robe élégante* (елегантна сукня), *sensuelle* (чуттєва), що відображає соціальні стереотипи щодо жіночої презентації [1].

У модному дискурсі чітко простежується поділ на жіночий та чоловічий образи, що відображають не лише фізичні, а й соціокультурні коннотації. Жіночий образ часто є символом елегантності та чуттєвості: *la féminité incarnée* (втілена жіночність), *une silhouette céleste* (небесний силует). Натомість чоловічий образ більшою мірою асоціюється з силою, раціональністю та динамізмом: *un style audacieux* (сміливий стиль), *une silhouette affirmée* (напористий силует) [2].

Останніми роками спостерігається значна зміна у використанні термінів, що сприяють подоланню гендерної бінарності. У відповідь на вимоги інклюзивності, французька мода почала активно впроваджувати гендерно-нейтральні терміни. Наприклад, терміни типу *vêtements pour tou.te.s* (одяг для всіх) або *style sans genre* (безстатевий стиль) демонструють відмову від традиційних уявлень про жіночу та чоловічу моду [3]. Зміни в лексиці також включають введення неологізмів, таких як *créateur.rice* (творець/творчиня) або *iels* (замінник для *ils/elles*).

Мова моди є насиченою метафорами та епітетами, що надають текстам виразності та естетичної привабливості. Наприклад, у французьких виданнях можна зустріти фрази типу *une robe qui embrasse le corps* (сукня, що охоплює тіло) або *un regard captivé* (заворожуючий погляд), які створюють образи, що виходять за межі простого опису одягу та впроваджують естетичну глибину [4].

Тексти модних журналів насичені позитивно забарвленими прикметниками, такими як *raffiné* (витончений), *audacieux* (сміливий), *sublime* (чудовий), що створюють емоційний фон і підсилюють рекламний вплив. Ці прикметники не лише описують зовнішній вигляд, а й формують певні соціокультурні уявлення про «ідеальний» стиль [5].

У сучасному французькому модному дискурсі зростає використання гендерно-нейтральних граматичних конструкцій, таких як *Mx.* замість *Mr./Mme.* або *iels* замість *ils/elles*. Такі зміни вказують на трансформацію не лише лексичного складу, але й граматичних норм, що відповідають новим соціокультурним реаліям [6].

Нова лексика, що активно впроваджується у французькі модні тексти, є результатом глобальних змін у розумінні гендеру та ідентичності. Вживання термінів на кшталт *mode fluide* (плавний стиль) або *tailleur androgyne* (андрогінний костюм) є свідченням того, що мова моди відображає рух до гендерної рівності та інклюзивності [7].

Мова французької моди відображає складні соціокультурні процеси, що включають боротьбу з гендерними стереотипами та прагнення до інклюзивності. Гендерно-нейтральна лексика, використання інклюзивних термінів і стилістичних прийомів формують нову мовну картину світу, де модні тексти не лише описують одяг, але й сприяють формуванню нових соціокультурних норм. Сучасні модні

тексти стають інструментами соціальних змін, відображаючи нові тенденції в суспільстві щодо гендерної рівності, ідентичності та самовираження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кривенко Л. С. Мовна ідентичність у контексті гендерних стереотипів сучасної української мови. Мова і суспільство. 2025. № 4. С. 27–40.
2. Богданова М. П. Лексичні трансформації в українській мові в умовах глобалізації. Актуальні питання лінгвістики. 2025. № 1. С. 55–68.
3. Гриценко Ю.В. Лексичні інновації у французькому гендерному дискурсі моди Актуальні проблеми філології та перекладознавства. 2021. № 19. С. 84–89.
4. Іванова С. В. Гендерний аспект у вивченні термінології моди. Вісник лінгвістики. 2025. № 2. С. 43–56.
5. Зінченко І. В. Лексичні варіанти у рекламі модних товарів: гендерні та культурні аспекти. Вісник мовознавства. 2025. № 8. С. 11–23.
6. Кравченко Л.М. Естетична функція прикметника в рекламному дискурсі моди // Мовознавство. — 2020. № 1. С. 113–119.
7. Бабкін П. Публіцистичний дискурс: поняття, структура, функції // Вісник Харківського національного університету. Серія «Філологія». – 2017. – Вип. 76. – С. 12–17.
8. Кузьменко І. А. Гендерні маркери в лексичних одиницях реклами: теоретичні аспекти. Лінгвістичні дослідження. 2025. № 9. С. 12–26.

ПРОБЛЕМА ВИКОРИСТАННЯ АНГЛІЦИЗМІВ В УКРАЇНСЬКОМУ МОВНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛАХ САЙТУ «СЛОВОТВІР»)

Терещук І. В.

*здобувач вищої освіти факультету філології і журналістики
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка*

Науковий керівник: Коновальчук С. А.

*кандидат педагогічних наук, викладач
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка*

Постановка проблеми. Мовознавці різних епох доводили, що мова – явище з одного боку стійке, а з іншого – динамічне у своїй природі. Ми стверджуємо, що будь-яка система мови підпорядковується певним правилам, усталеним нормам і законам, проте в той же час вона змінюється в залежності від потреб нації, яка послуговується нею. Сучасне мовознавство велику увагу приділяє дослідженню комунікативної природи мови. Вивчення питання про те, як людина використовує мову для спілкування, набуває все більшої актуальності. Найкраще процес розвитку мовної системи і зміни у ній відображає лексичний пласт, адже саме він є