

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. ДИСКУРС. СОВРЕМЕННЫЙ ДИСКУРС МОДЫ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ.....	7
1.1 Понятие дискурса в современной лингвистике .....	7
1.2 Современный дискурс моды.....	13
1.3 Особенности дискурса моды .....	18
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ I.....	21
ГЛАВА II. ПРОБЛЕМА ЭКВИВАЛЕНТНОСТИ В ПЕРЕВОДЕ И СПОСОБЫ ЕЕ ДОСТИЖЕНИЯ .....	22
2.1 Проблема эквивалентности в переводе .....	22
2.2 Безэквивалентная лексика как проблема перевода .....	25
2.3 Стилистические средства как проблема перевода.....	28
2.4 Переводческие трансформации .....	30
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ II .....	34
ГЛАВА III. ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА ДИСКУРСА МОДЫ И СПОСОБЫ ИХ РЕШЕНИЯ.....	35
3.1 Проблема перевода безэквивалентной лексики в дискурсе моды.....	35
3.2 Проблема перевода стилистических средств в дискурсе моды .....	49
3.3 Статистические данные .....	67
3.4 Рекомендации по переводу дискурса моды .....	70
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ III.....	72
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	73
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	75

## ВВЕДЕНИЕ

Настоящая работа посвящена исследованию проблем перевода дискурса моды.

Мода остается относительно новой темой для лингвистики, в особенности отечественной, несмотря на то, что является объектом изучения ряда наук, таких как философия, культурология, социология, история и экономика.

Происхождение лексики данной сферы с упором на большое количество заимствований, которые осуществляются благодаря переводу, особенности освоения лексики индустрии моды и уточнение ее значений – все это вызывает интерес к современному дискурсу моды.

При изучении феномена моды, в работах лингвистов, его текстовая составляющая преимущественно рассматривается через гляцевый журнал – его истории, культурное значение и художественные особенности.

Тем не менее, несмотря на то, что в лингвистике имеется значительное количество работ, посвященных конкретным аспектам языка моды, проблемы перевода таких текстов до сих пор были плохо изучены. Исходя из вышеперечисленных проблем, именно это и составляет **актуальность и практический аспект** данной работы, а также переводческую проблематику и обуславливает характер научного исследования.

**Объектом** настоящего исследования выступает современный дискурс моды.

**Предметом** исследования являются трудности, возникающие при переводе данного вида дискурса с английского языка на русский.

**Материалом** исследования послужили материалы объединенных темой моды интернет-СМИ на русском и английском языках. В ходе работы нами были тщательно проанализированы статьи С. Менкес, М. Фериер, Э. Феррис-Ротман, А. Фьюри, Д. Эллисон и их переводы на

русский язык, осуществленные переводчиками Интернет-издания Vogue, а также проекта ИноСМИ.

**Цель** данной работы – выявить, описать и систематизировать проблемы перевода дискурса моды.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

1. Рассмотреть понятие дискурса и различные методы его анализа в современной лингвистике.
2. Выявить наиболее значимые трудности, возникающие при переводе дискурса моды и описать их характер.
3. Определить и рассмотреть переводческие трансформации, участвующие в передаче наиболее проблемных аспектов данного вида дискурса.
4. Выявить наиболее продуктивные переводческие трансформации при переводе тех лингвистических явлений, которые вызывают наибольшую трудность при переводе дискурса моды.
5. Составить рекомендации для переводчиков, занимающихся переводом материалов, относящихся к дискурсу моды.

В соответствии с целью и задачами, основными **методами исследования**, использованными в данной работе, являются описательный метод, метод дискурсивного анализа, сравнительно-сопоставительный метод, элементы количественного анализа.

**Теоретической базой** исследования послужили работы отечественных и зарубежных лингвистов, посвященных вопросам:

1. Дискурса и его анализа: Н. Д. Арутюнова, Р. Барт, Т.А. ван Дейк, В.З. Демьянков, В.А. Звегинцев, П. Серио;
2. Теории перевода: С. Г. Бархударов, В.Н. Комиссаров, Я. И. Рецкер;
3. Взаимосвязи языка и культуры: Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, Э. Сепир.

**Объем и структура работы** определяются целью и задачами исследования и включают введение, теоретическую и практическую части, заключение, библиографический список использованной литературы и приложение.

Во **введении** обосновывается выбор темы и ее актуальность, определяются цель и задачи исследования, перечисляются методы и приемы исследования, его теоретическая и практическая база, устанавливается объект исследования, предмет исследования, практическая значимость и излагаются основные положения, выносимые на защиту.

В **первой главе**, посвященной теоретическому исследованию вопроса, рассматривается понятие «дискурс», а также различные методы его анализа в современной лингвистике и дается определение понятия «дискурс моды». Наряду с этим в тексте первой главы рассматриваются особенности и проблемы передачи дискурса моды.

Во **второй главе** рассмотрены проблемы перевода безэквивалентной лексики и стилистических средств, описаны трансформации, применяемые при переводе данных средств.

В **третьей главе** проведен анализ трудностей, которые встречаются при переводе текстов дискурса моды, и способы их решения, анализ переводческих трансформаций, участвующих в переводе дискурса моды, а также приведены количественные данные и составлены основные рекомендации для перевода дискурса моды.

В **заключении** обозначены дальнейшие перспективы исследования.

**Библиографический список** содержит наименования различных работ отечественных и зарубежных лингвистов по проблемам дискурса, теории и практики перевода.

**Практическая значимость**

Материал, представленный в исследовании, может быть использован в процессе написания студентами статей и рефератов, курсовых и квалификационных работ, при подготовке переводчиков, специалистов в области межкультурной коммуникации, а также журналистов в сфере моды. Кроме того, можно отметить, что на данный момент отсутствуют руководящие принципы перевода материалов дискурса моды, поэтому практическая значимость заключается в попытке систематизировать способы перевода специфической лексики, стилистических средств дискурса моды для последующего более масштабного исследования и разработки рекомендаций по переводу данного вида дискурса.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. При переводе англоязычного дискурса моды наибольшую трудность вызывает безэквивалентная лексика и использованные авторами статей стилистические средства.
2. Для перевода безэквивалентной лексики в дискурсе моды чаще всего применяется заимствование в иноязычной форме, транскрибирование и транслитерация.
3. Для перевода стилистически-окрашенных средств чаще всего применяется модуляция и калькирование.
4. Одной из основных трудностей при переводе данного вида дискурса является перевод реалий моды, а именно сохранение того национального или исторического компонента, которые были заложены в оригинальном тексте.
5. Для перевода дискурса моды переводчику необходимо обладать фоновыми знаниями индустрии моды и ее истории.

# ГЛАВА I. ДИСКУРС. СОВРЕМЕННЫЙ ДИСКУРС МОДЫ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ

В данной главе будут рассмотрены понятие «дискурс», а также различные методы его анализа в современной лингвистике и понятие «дискурс моды». Наряду с этим в тексте будет проведен анализ особенностей передачи дискурса моды.

## 1.1 Понятие дискурса в современной лингвистике

На современном этапе развития науки термин «дискурс» занимает центральную позицию в ряде гуманитарных наук, таких как лингвистика, философия психология, политология, литературоведение, теории коммуникации, этнографии, политологии и других.

Термин «дискурс» (фр. discours, англ. discourse, от лат. discursus «бегание взад-вперед; движение, круговорот; беседа, разговор») происходит еще из времен античности, в то время, когда в Древнем Риме он означал диалоги и речи ученых. В XIX в. этот термин обретает многозначность. В словаре немецкого языка братьев Гримм 1860 г. термин «дискурс» получает два значения: 1) диалог, беседа; 2) речь, лекция. Первые исследования с целью выявления внутренней организации дискурса, были проведены в конце 50-х гг. XX в., они в них рассматривались синтаксические конструкции, которые состояли из двух и больше предложений, позже их стали называть сверхфразовыми единствами.

Термин «дискурс» относится к числу наиболее употребляемых понятий в современной лингвистике, поэтому он допускает наличие более десяти вариантов различных научных дефиниций. Эти варианты порой противоречат друг другу.

Так, П. Серио выделяет восемь значений термина «дискурс»: 1) эквивалент понятия «речь», то есть любое конкретное высказывание; 2)

единица, по размерам превосходящая фразу; 3) воздействие высказывания на его получателя с учетом ситуации высказывания; 4) беседа как основной тип высказывания; 5) речь с позиции говорящего в противоположность объективному повествованию, которое не учитывает такой позиции; 6) употребление единиц языка, их речевая актуализация; 7) социально или идеологически ограниченный тип высказываний, например, феминистский дискурс; 8) теоретический конструкт, предназначенный для исследований условий производства текста [Серио 1999: 26-27].

Согласно классическому определению, которое было предложено Н.Д. Арутюновой, дискурс – это «речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания; это речь, «погруженная в жизнь»» [Арутюнова 1990: 136].

При попытке систематизировать имеющиеся трактовки дискурса традиционно выделяются два основных направления его трактовки. Первое из них занимало ведущую позицию в лингвистике до 1960-х годов и связано с использованием понятия «дискурс» как синонима терминов «текст» и «речь». В статье американского лингвиста З. Харриса «Анализ дискурса», которая была опубликована в 50-х годах XX в., дискурс трактовался как последовательность высказываний, отрезок текста больший, чем предложение [Harris 1952: 1-30].

Структурно-синтаксическая перспектива рассмотрения дискурса находит отражение и в определении В.А. Звегинцева: «последовательность предложений, связанных между собой смысловыми отношениями» [Звегинцев 1980: 14].

Однако с развитием теории коммуникации, социолингвистики, психолингвистики, а также при становлении когнитивной парадигмы в конце 1970-х – начале 1980-х годов между понятиями «текст» и «дискурс» постепенно прочерчивается граница, в связи с этим формируется иное направление интерпретации термина «дискурс». Четкое разграничение этих

двух понятий принадлежит французской школе дискурса 1960-х гг. (Э. Бенвенист, П. Шародо, М. Пеше, П. Серио и др.).

Э. Бенвенист одним из первых придал слову «дискурс» терминологичность и определил его как «речь, присваиваемую говорящим» [Бенвенист 1974: 296], что шло в противовес объективному повествованию.

Т.А. ван Дейк также разграничивает текст и дискурс: под текстом он понимает преимущественно абстрактную, формальную конструкцию, а под дискурсом - различные виды её актуализации, рассматриваемые с точки зрения ментальных процессов и в связи с экстралингвистическими факторами. С точки зрения Т.А. ван Дейка, адекватное понимание текста возможно только в том случае, если правильно понимается ситуация, о которой идет речь, поэтому одним из ключевых понятий его когнитивной теории дискурса является «модель ситуации», с помощью которой происходит интерпретация текста [ван Дейк 1989: 142]. В этом смысле в совместной работе А. Греймаса и Ж. Куртэ «Семиотика. Объяснительный словарь теории языка» текст противопоставляется дискурсу, выступая как высказывание, актуализированное в дискурсе, как продукт, тогда как дискурс есть процесс [Греймас, Куртэ 1983]. Дискурс связан с понятиями «контекст» и «ситуация» также и в работе «Лингвистика дискурса» Р. Барта. Здесь он определен как «любой конечный отрезок речи, единый по содержанию, передаваемый и структурируемый ввиду вторичных коммуникативных целей, включаемый в культуру благодаря неязыковым факторам» [Барт 2003: 457]. Эти факторы, в свою очередь, перечислены в определении Н.Д. Арутюновой: «дискурс – это связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами; текст, взятый в событийном аспекте <...>, текст, погруженный в жизнь» [Арутюнова 1990: 136]. Н.Д. Арутюнова считает, что дискурс – это «явление, исследуемое в режиме текущего времени, то есть по мере его появления и развития, и при его анализе необходимо учитывать все социальные, культурологические и прагматические факторы. Поэтому

термин дискурс, в отличие от термина текст, не применяется к древним и другим текстам, связи которых с живой жизнью не восстанавливаются непосредственно» [Арутюнова 1990].

Таким образом, несмотря на то, что понятия текст и дискурс вполне различимы, они не противопоставлены друг другу, и между ними наблюдается причинно-следственная связь: результатом определенного дискурса является любой конкретный текст, так как, согласно позиции австралийского специалиста в области дискурс-анализа Г. Кресса, происхождение текста является лингвистическим, а дискурс имеет социальное происхождение: «Дискурс – это способ говорения, обусловленный социальными институтами и социальными отношениями» [Kress 1985: 28-29]. Именно эта социальная основа подчеркнута в таких словосочетаниях, как «юридический дискурс», «политический дискурс», «гендерный дискурс». Отличительные черты того или иного дискурса находят выражение в лингвистической форме. В свою очередь, лингвистическая форма, которая представлена в тексте, показывает специфические аспекты дискурса.

При такой интерпретации понятие дискурс стоит рядом с понятиями функционального стиля и индивидуального языка в русской традиции, что было сформировано в этом отношении трудами В.В. Виноградова и Г.О. Винокура. «Функциональный стиль» здесь означал особый тип текстов – литературных, юридических, рекламных и т.д., но также и соответствующую каждому типу лексическую и грамматическую систему. «Понимаемый в этом ключе термин «дискурс» описывает способ говорения и обязательно имеет определение – «какой» или «чей» дискурс, ибо исследователей интересует не дискурс вообще, а его конкретные разновидности, задаваемые широким набором параметров: чисто языковыми отличительными чертами (в той мере, в какой они могут быть отчетливо идентифицированы), стилистической спецификой (во многом определяемой количественными тенденциями в использовании языковых средств), а также спецификой тематики, систем

убеждений, способов рассуждения и т.д. (можно было бы сказать, что дискурс в данном понимании – это стилистическая специфика плюс стоящая за ней идеология)» [Сычева 2011: 44]. Определенный данным образом, «какой» или «чей» дискурс можно рассматривать как указание на коммуникативное своеобразие субъекта социального действия, причем этот субъект может быть определенным (дискурс Пушкина), групповым (молодежный дискурс), а также принадлежащим к определенной сфере деятельности (медицинский дискурс) и т.д. Например, при употреблении выражения «дискурс моды», подразумевают не столько то, как говорят о моде, сколько то, как абстрактный социальный агент «мода» проявляет себя в коммуникативных формах, что вполне соответствует традиционным выражениям типа «язык моды».

В своем «Словаре англо-русских терминов по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста» В.З. Демьянкову удалось определить, что представляет собой «мир дискурса»: «Discourse – дискурс, произвольный фрагмент текста, состоящий более чем из одного предложения или независимой части предложения. Часто, но не всегда, концентрируется вокруг некоторого опорного концепта; создает общий контекст, описывающий действующие лица, объекты, обстоятельства, времена, поступки и т.п., определяясь не столько последовательностью предложений, сколько тем общим для создающего дискурс и его интерпретатора миром, который «строится» по ходу развертывания дискурса. <...> Элементы дискурса: излагаемые события, их участники, перформативная информация и «не-события», т.е. а) обстоятельства, сопровождающие события; б) фон, поясняющий события; в) оценка участников событий; г) информация, соотносящая дискурс с событиями» [Демьянков 1982: 7]. Ю.С. Степанов придерживается мнения, это лучшее определение дискурса: «Оно показывает, что для понимания того, что такое дискурс, мы нуждаемся не столько в общих рекомендациях (которые ставили своей целью, например, Т.А. ван Дейк и В. Кинч <...>), - ведь дискурс описывается как всякий язык

(а не просто текст), имеющий свои тексты, – мы нуждаемся в хороших описаниях дискурсов, без которых не может быть продвинута и их теория» [Степанов 1995: 38].

Одним из таких описаний Ю.С. Степанов считает работу франко-швейцарского лингвиста и культуролога П. Серио «Анализ советского политического дискурса», ставшую классической. Ю.С. Степанов разделяет позицию П. Серио о том, что понятия дискурс и стиль отличны друг от друга, он считает, что дискурс создается не во всяком языке или, точнее, не во всяком отрезке распространения языковой культуры, ее ареале. Так, например, выделяют «дискурс царя Эдипа» в древнегреческом языке соответствующей эпохи: «Это связано, по-видимому, с наличием особого мифологического слоя в греческой культуре того времени. Но не является ли дискурс всегда, в том числе и в наши дни, выражением какой-то мифологии?» [Степанов 1995: 41]. Таким образом, исследователь приходит к выводу, что дискурс – это «язык в языке», но который представлен в виде особой социальной ситуации, существующий главным образом в текстах, но таких, в которых прослеживается особая грамматическая и лексическая система, особые правила словоупотребления и синтаксиса, особая семантика, то есть целый особый «мир». «Это - «возможный (альтернативный) мир» в полном смысле этого логико-философского термина <...> каждый дискурс – это один из «возможных миров» [Степанов 1995: 44-45]. По его мнению, в мире всякого дискурса действуют свои правила синонимичности, истинности, своя стилистика и этикет.

Перечисленные составляющие особого «мира дискурса» образуют единое целое или, согласно определению, данному Б.М. Гаспаровым, «уникальное стечение обстоятельств». К этим «обстоятельствам» можно отнести: 1) коммуникативные намерения автора; 2) взаимоотношения автора и адресатов; 3) общие идеологические черты и стилистический климат эпохи в целом и той конкретной среды и конкретных личностей, которым сообщение прямо или косвенно адресовано, в частности; 4) жанровые и

стилевые черты как самого сообщения, так и той коммуникативной ситуации, в которую оно включается; 5) ассоциации с предыдущим опытом, так или иначе попавшие в орбиту данного языкового действия [Гаспаров 1996: 10-11]. Авторы исследований, посвященных тому или иному типу дискурса начинают изучать все эти «обстоятельства» в различной степени. Таким образом, в самом широком смысле анализ дискурса – это «интегральная сфера изучения языкового общения с точки зрения его формы, функций и ситуативной и социально-культурной обусловленности» [Олешков 2006: 102].

На основе проведенного анализа теоретического материала можно заключить, что современный русскоязычный дискурс моды представляет собой обобщенную модель коммуникативной ситуации, которая получает свое развитие в рамках определенного социального контекста. Он, в свою очередь, обуславливает стратегии построения текстов (вплоть до их структур формы и выражения), составляющих данный дискурс и реализующих социальное взаимодействие в его рамках.

## **1.2 Современный дискурс моды**

На современном этапе своего развития мода являет собой глобальную индустрию международного уровня, с начала 2000-х годов она занимает 5-ю позицию среди наиболее капиталоемких сфер современной мировой экономики [Вельмакина 2014: Эл. ресурс]. Приступая к общему осмыслению современного русскоязычного дискурса моды как модели коммуникативной ситуации, имеющей обобщенный характер и разворачивающейся в определенном социальном контексте, стоит учитывать вышеупомянутое положение данной отрасли на мировом рынке. Из этого следует уточнить, что значит понятие современного дискурса моды – это дискурс индустрии моды. А. Лебсак-Клейманс, директор консалтинговой компании «Fashion Consulting Group», занимающейся профильными образовательными и тренинговыми программами для специалистов этой отрасли, дала определение индустрии моды: «сектор сферы услуг, занятый

формированием у покупателей образа «модной» продукции, ее производством и сбытом» [Лебсак-Клейманс 2013: 21]. Согласно автору, также можно выделить в структуре индустрии моды четыре уровня: 1) производство материалов (текстиля, кожи, меха и т.д.) для создания модной продукции, 2) производство непосредственно модной продукции, предполагающее взаимосвязь работы всех специалистов модной индустрии (дизайнеров, конструкторов, технологов и т.д.), 3) оптовые и розничные продажи, которые осуществляются через систему сбыта товаров 4) различные формы продвижения изделий на рынке.

Понятие «модная продукция», которое упоминается в структуре, главным образом, отражает в себе одежду, обувь и аксессуары, далее все эти компоненты удобнее обозначать собирательным «одежда», отражающим более широкое понятие. Так, единицей моды принято обозначать «абстрактная одежда» или «абстрактный костюм» в исследованиях феномена моды в ряде наук (социология, психология, философия). Здесь стоит упомянуть о замечании, сделанном модным аналитиком Ю. Кавамура, о том, что ни одним из авторов так и не было проведено четкого разграничения между понятиями «одежда» и «мода» [Кавамура 2009: 32].

Таким образом, объектом рассмотрения является индустрия производства одежды, которая в свою очередь представляет собой совокупность групп различных специализированных отраслей легкой промышленности: текстильная промышленность (хлопчатобумажная, шерстяная, шёлковая, льняная, пенько-джутовая, валяльно-войлочная, сетевязальная промышленность, производство нетканых материалов), швейная, кожевенная, меховая и обувная. Данные отрасли легкой промышленности, главным образом, производят продукцию для потребления массами, используя при этом различные виды сырья, при этом материалы проходят первичную обработку, но также продукция может выпускаться в готовом виде.

Каждый из вышеперечисленных уровней модной индустрии представляет собой сеть, состоящую из множества отдельных отраслей, которые не только взаимосвязаны, но и взаимозависимы одна от другой. Их деятельность находится в подчинении одной глобальной цели – удовлетворить потребительский спрос на модную продукцию в условиях современного рынка.

Исходя из описания структуры системы моды, предложенного А.В. Лебсак-Клейманс, мы можем сделать вывод о том, что также можно дифференцировать и лингвистическую составляющую, исходя из этих уровней, что также прослеживается в справедливом замечании И.В. Поповой, «так как на различных этапах функционирования индустрии моды перед коммуникантами стоят различные цели, то использование языка и его возможностей также разнится» [Попова 2007: 134].

Так, например, на первых трех уровнях (производство материалов для создания модной продукции, производство непосредственно модной продукции, предполагающее взаимосвязь работы всех специалистов модной индустрии, оптовые и розничные продажи, которые осуществляются через систему сбыта товаров) при помощи языка выражаются процессы управления и контроля в сфере производства и поставок. Среди них, такие процессы, как организация рационального планирования, контроля и управления транспортировкой, хранением и другими операциями, осуществляемыми в процессе доставки сырья и материалов на предприятие, а также организация рационального планирования, контроля и управления обработкой сырья и полуфабрикатов внутри предприятия и доведения конечного продукта до потребителя, исходя из его интересов и запросов, обслуживание клиентов, регистрация торговых операций, управление страховыми резервами и транспортной сетью.

На первых двух уровнях системы индустрии моды мы говорим об использовании производственного и управленческого дискурсов, их базу

составляет язык соответствующих отраслей – язык производства и управления.

Четвертый уровень, согласно определению, связан с продвижением и рекламой модной продукции. Их совокупность может быть представлена как сеть каналов, связывающих между собой производителей этой продукции и широкие массы ее конечных потребителей. Связь обеспечивается не прямо через систему сбыта через продажу оптом и в розницу, что рассматривается на третьем уровне системы оперирования индустрии моды, а она обеспечивается при помощи формирования у целевой аудитории определенного образа модной продукции. В свою очередь, это достигается при помощи вербализации смыслов моды, то есть представление их в форме письменного текста, или, согласно терминологии Р. Барта, «именование означаемых». Таким образом, язык помогает придать продукту ценность с точки зрения моды, что дает возможность обрести изделию модное значение и модный смысл на четвертом уровне, без этого продукт будет выражать только обыденную потребительскую ценность. Ценностный подход к продукту с позиции моды осуществляется «не массами <...>, а «эксклюзивной властью», или «модной группой» – редакторами модных журналов, имеющими власть по наложению собственного мнения на остальные группы» [Барт 2003: 249-250].

Концепция рассмотрения моды как социального института, где роль, отводимая тексту, близка вышесказанному, развита в диссертационном исследовании К.Ю. Михалевой [Михалева 2012]. Она определяет моду как социальный институт обществ модерна, который пришел на смену институту обычая традиционных обществ социального разграничения общества при помощи символики и потребления: «Мода как социальный институт представляет собой статусно-ролевую структуру, образованную из организаций, групп, индивидуумов, мероприятий и практик, целью которых является создание в обществе образного символического социального порядка, организация и социальная легитимация процесса потребления,

прежде всего как маркера социальной дифференциации» [Михалева 2012: 14]. При этом, согласно исследователю, мода как институт обладает рядом основных функций, которые присущи любому институту (функция социальной регуляции, интеграции, коммуникации, социализации). Однако К.Ю. Михалева подчеркивает, что «не существует моды ни как идеи, ни в качестве практического потребления без каналов ее распространения и смены», или «каналов легитимации моды», как называет их исследователь [Михалева 2012: 14]. Таковой можно назвать модную прессу, которая служит своеобразной хроникой фиксации «институционально организованного устаревания нынешней моды и провозглашения новой» [Михалева 2012: 29].

Действительно, пресса, освещающая различные аспекты и вехи модной индустрии является важнейшей и неотъемлемой частью влияния на мнение общественности, его формирования, а также образования публики в сфере моды. Модная пресса занимает такое положение за счет того, что аудитория зачастую ограничена в информационном поле, которое окружает участников процессов модной индустрии, и знакомство с ее действующими лицами и информацией о них у большинства происходит благодаря средствам массовой информации, которые пропускают информацию через собственное виденье, подобно «фильтру». Исходя из этого, антрополог Б. Моэран именует модные журналы в переносном значении «апостолами» моды, доносящие в массы «модное слово» [Moeran 2006: 738]: посредством вербализации интерпретируют, объясняют, расшифровывают, то есть непосредственно «создают» ее смыслы [Барт 2003: 33]. Таким образом, по заключению Ф. Годара, роль СМИ в индустрии моды двойственна: во-первых, это сообщение информации о новом продукте и, во-вторых, это наделение его значением «модного», то есть придание ему ценности в системе моды – ценности, которая может при этом отсутствовать с утилитарной, обывательской точки зрения [Godart 2012: 123].

Из этого следует, во-первых, «знаки», которые произведены в этой системе, зачастую не являются плодом свободного протекания и развития

или же коллективного творчества, то есть по большей части субъективны. Они появляются каждый сезон непредсказуемо и целостно, «по указке»: сам модный знак оказывается безразличен к вещам, и каждая вещь, таким образом, является потенциально модной [Барт 2003: 250]. Во-вторых, при построении дискурса моды также участвуют единицы, взятые из трех других уровней, все это формирует понятие «терминологии моды», которое будет использовано в данной работе. Понятие представляет собой широкое и условное поле, так как оно охватывает терминологию всех уровней построения и регулирования модной индустрии.

Таким образом, тексты, вербализирующие и создающие смыслы моды для широкой аудитории, на которую направлено создание той или иной модной продукции, создаются специалистами именно на четвертом уровне функционирования индустрии моды. Совокупность этих текстов представляется допустимым обобщить при помощи понятия «дискурс моды». Так, эти ключевые признаки, а именно: наличие специалиста индустрии моды, участвующего при создании текста, а также его направленность на широкую аудиторию, позволяют объединить изучаемые тексты в общую практическую базу, которая исключает научные труды в области моды, исследования и учебные пособия, которые созданы для профессионалов модной индустрии на всех ее уровнях, а не для простого потребителя ее продукции.

Таким образом, при отборе материалов для лингвистического анализа в рамках данной квалификационной работы, необходимо отметить, что речь пойдет о редакционных статьях глянцевого прессы, в том числе, которые представлены в Интернет-формате.

### **1.3 Особенности дискурса моды**

В современном мире роль моды и бизнеса в сфере моды неуклонно растет, что, в свою очередь, повышает роль специалистов, владеющих навыками коммуникации в данной сфере.

Определяющим для данного исследования выступает мнение

теоретика и практика перевода Л.Л. Нелюбина, который видит в описании подязыков в различных подсистемах значительный теоретический и практический интерес с точки зрения лингвистических исследований: «Подсистемы могут быть двоякого рода: грамматические подсистемы, соответствующие определенным уровням учений и лингвистические подсистемы, которые функционально обслуживают различные сферы человеческой деятельности и которые характеризуются определенно направленным использованием выступающих в них лексико-грамматических средств» [Нелюбин 2007: 15].

Эдуард Сепир, американский языковед и этнолог, акцентировал внимание на роли моды как средства идентификации личности, ее самовыражения. Эту функцию, по мнению ученого, мода выполняет благодаря санкционированному обществом отказу от старых и внедрению новых социокультурных норм. Исследователь пишет по этому поводу следующее: «Можно различать устойчивые и эфемерные обычаи; последние принято называть «модой». мода устанавливается конкретным индивидом или группой индивидов. Когда она живет столь долгое время, что указание на источник или на первоначальную локализацию данной поведенческой схемы становится ненужным, мода превращается в обычай. Привычка носить шляпку – обычай, а привычка носить шляпы определенной модели – это мода, подверженная довольно быстрым изменениям» [Сепир 1993: 576].

Таким образом, основными функциями моды признаются следующие: стремление идентифицировать себя, выделившись на фоне других новой внешней формой, повышая тем самым свой социальный статус; желание хотя бы внешне подражать более сильным, богатым, удачливым, демонстрируя свою солидарность с «законодателями» моды.

Среди исследуемых текстов сферы моды встречаются тексты, посвященные вопросам истории моды, дизайнерам, модным тенденциям, дизайнерским брендам и т.д. Данные тексты реализуют следующие

функции: функцию воздействия (вызывает определенную эмоциональную реакцию, мотивирует к приобретению); коммуникативную функцию / функцию информирования, которая заключается в сообщении необходимых данных об объекте текста (текст информирует и создает определенный имидж товаропроизводителей) и экономическую функцию (стимулирует спрос на соответствующие товары и способствует росту прибыли производителей и продавцов).

Для лексического оформления англоязычных текстов в сфере моды характерно активное использование имен собственных (например, названий компаний, коллекций, имена дизайнеров одежды и т.д.), и реалий, а также стилистических средств, среди которых можно выделить обильное использование лексических средств для создания образности, таких как метафора, метонимия, эпитет и сравнение. Кроме того, для английских текстов в сфере моды характерно активное использование заимствований из других языков, прежде всего, из французского, что обусловлено статусом Франции как страны-законодательницы моды.

Таким образом, именно проблема эквивалентности составляют главную переводческую трудность. В первую очередь, переводчик выступает центральным звеном процесса перевода, от профессиональных знаний и умений, достаточного объема фоновых знаний которого в значительной степени зависит успешность процесса перевода в целом.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ I

1. Дискурсивный подход, реализуемый в настоящем исследовании, предопределяет необходимость осуществления лингвистического анализа текстов о моде на основе изучения историко-культурологических факторов, обусловивших специфику становления и развития дискурса моды в контексте мирового опыта.

2. Тексты, вербализирующие и создающие смыслы моды для широкой аудитории, на которую направлено создание той или иной модной продукции, создаются специалистами именно на четвертом уровне функционирования индустрии моды, связанным с продвижением модной продукции. Совокупность этих текстов представляется допустимым обобщить при помощи понятия «дискурс моды».

3. Наличие специалиста индустрии моды, участвующего при создании текста, а также его направленность на широкую аудиторию, позволяют объединить изучаемые тексты в общую практическую базу, которая исключает научные труды в области моды, исследования и учебные пособия, которые созданы для профессионалов модной индустрии на всех ее уровнях.

4. Для лексического оформления англоязычных текстов в сфере моды характерно активное использование имен собственных и реалий, а также стилистических средств, среди которых можно выделить обильное использование лексических средств для создания образности, таких как метафора, метонимия, эпитет и сравнение.

## ГЛАВА II. ПРОБЛЕМА ЭКВИВАЛЕНТНОСТИ В ПЕРЕВОДЕ И СПОСОБЫ ЕЕ ДОСТИЖЕНИЯ

В этой главе рассмотрена проблема эквивалентности в переводе и способы ее достижения, а также проблемы перевода безэквивалентной лексики и стилистических средств. Наряду с этим представлены способы достижения тех лингвистических явлений, которые вызывают наибольшую трудность в переводе.

### **2.1 Проблема эквивалентности в переводе**

Перевод – это сложный творческий процесс. Поэтому в теории перевода широко исследуется вопрос оценки его качества. Одними из оценочных критериев перевода является эквивалентность. По мнению В.Н. Комиссарова, одна из важнейших задач переводчика заключается в максимально полной передаче оригинала и, как правило, фактическая общность содержания оригинала и перевода весьма значительна [Комиссаров 1990: 51]. Однако, точный перевод, по определению, невозможен уже в силу того, что разные языки отличаются как по грамматическому строю, так и по простому количеству слов, не говоря уже о различии культур [Казакова 2008: 9].

Исходя из того, что точный перевод невозможен, возникает вопрос о том, как достигнуть максимальной эквивалентности, а также адекватности перевода. В определении этих двух понятий, В.Н. Комиссаров и А.Д. Швейцер полагают, что адекватность и эквивалентность, несомненно, тесно связаны между собой, но при этом они не идентичны. Так, В.Н. Комиссаров считает, что эквивалентность – это смысловая близость приравниваемых друг к другу единиц языка и речи [Комиссаров 1990: 51]. Также В.Н. Комиссаров утверждает, что термин «адекватный перевод» имеет более широкий смысл и используется как синоним так называемого «хорошего» перевода, т. е. перевода, обеспечивающего необходимую

полноту межъязыковой коммуникации в заданных условиях [Комиссаров 2001: 53-54].

А. Д. Швейцер определяет эквивалентность как соответствие текста перевода исходному. Как и В.Н. Комиссаров, он считает адекватностью соответствие перевода как процесса данным коммуникативным условиям. Для того, чтобы сохранить функциональные доминанты исходного текста при переводе, переводчик, «жертвует» эквивалентностью в пользу адекватности. Иначе говоря, адекватность имеет не максимальный, а оптимальный характер: «перевод должен оптимально соответствовать определенным (порой не вполне совместимым друг с другом) условиям и задачам» [Швейцер 1988: 95-96].

Ю. Найда в своих исследованиях выдвинул концепцию «динамической эквивалентности». «Динамическая эквивалентность» определяется им как «качество перевода, при котором смысловое содержание оригинала передается на ПЯ таким образом, что реакция (response) получателя перевода в основном подобна реакции исходных получателей» [Nida, Taber 1969: 202].

В. Н. Комиссаров полагает, что в силу естественных различий между системами языка исходного языка и переводящего языка, возможность полной передачи содержания оригинала в переводе может быть ограничена. Таким образом, вследствие этого какая-то часть содержания оригинала сохраняется или утрачивается. И в зависимости от того, какая часть содержания оригинала передается в переводе, исследователь выделяет различные уровни эквивалентности перевода: 1) уровень цели коммуникации, 2) уровень описания ситуации, 3) уровень высказывания, 4) уровень сообщения и 5) уровень языковых знаков. В данном случае межъязыковая коммуникация может быть обеспечена на любом из уровней. Можно говорить о том, что наличие таких целей в коммуникации детерминирует характер передаваемых сообщений и их языковое оформление, поскольку у любого текста имеется коммуникативная

функция, будь то сообщение фактов, установление контакта между собеседниками, выражение эмоций, требование от собеседника выражения реакции или совершения действия [Комиссаров 2002: 116-134].

Концепция эквивалентности подвергалась критике со стороны некоторых исследователей. Так Мэри Снелл-Хорнби полагает, что нельзя использовать понятие «эквивалентность» как базовое в теории перевода, так как оно создает иллюзию симметричности языков и искажает основные проблемы перевода [Snell-Hornby 1995: 22]. В.С. Виноградов считает «эквивалентность» понятием относительным, так как перевод не может быть абсолютно идентичен оригиналу. Таким образом, на перевод будут влиять следующие факторы: особенности сопоставления языков и культур, способ перевода, характер переводимых текстов, а также мастерство переводчика. По мнению В.С. Виноградова, эквивалентность оригинала и перевода – это, прежде всего, общность понимания содержащейся в тексте информации, включая и ту, которая воздействует не только на разум, но и на чувства получателя перевода [Виноградов 2001: 19].

Г. Егер, переводовед Лейпцигской школы, говорит о существовании коммуникативной эквивалентности, то есть оригинал и перевод одинаково коммуникативно значимы. Эта значимость понимается как мыслительный образ, вызываемый текстом в сознании коммуникантов. Поскольку образ невозможно никак отследить или зафиксировать, Г. Егер приходит к выводу, что необходимо заменить коммуникативную значимость ее лингвистическим экспликатом (содержанием самого текста, которое во взаимодействии с экстралингвистическими факторами и создает этот сложный мыслительный образ) [Комиссаров 1978].

Таким образом, под эквивалентностью оригинала и перевода мы понимаем смысловую близость приравниваемых друг к другу единиц исходного языка и переводящего языка, учитывая способ перевода и характер переводимых текстов.

В. Н. Комиссаров и Л. С. Бархударов сходятся во мнении, что единицы одного языка, для которых существует свой набор соответствий некоторых единиц другого языка, не всегда будут соответствовать последним, если этот язык будет использоваться как переводящий язык [Комиссаров 1990: 135-139], [Бархударов 1975: 183]. Иначе говоря, невозможно полностью обратить переводческие соответствия. Л. С. Бархударов пишет, что эквивалентность перевода обеспечивается на уровне не отдельных элементов текста (в частности слов), а всего переводимого текста в целом. То есть, существуют неперебиваемые частности, но нет неперебиваемых текстов [Бархударов 1975: 220].

Для преодоления этих «неперебиваемых частей» в процессе перевода широко используются переводческие трансформации. Л. С. Бархударов, внесший большой вклад в разработку их классификации, полагает, что переводческие трансформации – это те многочисленные и качественно разнообразные межъязыковые преобразования, которые осуществляются для достижения переводческой эквивалентности ("адекватности перевода") вопреки расхождениям в формальных и семантических системах двух языков [Бархударов 1975: 190].

## **2.2 Безэквивалентная лексика как проблема перевода**

Термин «безэквивалентная лексика» встречается у многих авторов, занимающихся проблемами языка и перевода, однако, трактуют его по-разному: в одних случаях, как синоним понятия «реалия», в других либо несколько шире, либо несколько уже. Так, например, А. Д. Швейцер относит к категории безэквивалентной лексики «лексические единицы, служащие для обозначения культурных реалий, не имеющих точных соответствий в другой культуре» [Швейцер 1988: 6]. В. Н. Комиссаров называет безэквивалентными «единицы исходного языка, которые не имеют регулярных соответствий в языке перевода» [Комиссаров 1973: 6]. Болгарские лингвисты С. Влахов и С. Флорин дают свою дефиницию, которая заметно сужает границы данного типа лексики: безэквивалентная

лексика – «лексические единицы, которые не имеют переводческих эквивалентов в языке перевода» [Влахов, Флорин 1980].

Исследователи предлагают также более четко отграничить безэквивалентную лексику от реалий. По их мнению, понятие безэквивалентная лексика является наиболее широким по своему содержанию. Реалии же входят в рамки безэквивалентной лексики в качестве самостоятельного круга слов. Термины, междометия и звукоподражания, экзотизмы, аббревиатуры, обращения, отступления от литературной нормы частично входят в круг реалий, но, вместе с тем, отчасти выходят за его пределы; с реалиями соприкасаются имена собственные (с множеством оговорок). Все в тех же границах безэквивалентной лексики значительное место занимают слова, которые можно назвать непосредственно безэквивалентной лексикой или же безэквивалентной лексикой в узком смысле слова – единицы, не имеющие по тем или иным причинам лексических соответствий в языке перевода [Влахов, Флорин 1980].

Определенную часть безэквивалентной лексики английского языка можно рассматривать как «временно безэквивалентные термины». Временно безэквивалентные термины – слова, близкие по характеру к реалиям. Неравномерное распределение достижений в различных областях обуславливает безэквивалентность лексики данного типа. Новшества, которое присутствуют в практическом опыте носителей исходного языка, могут быть практически неизвестны представителям другой лингвокультурной общности в течение какого-то времени.

Перевод лексики, не имеющей соответствий в переводящем языке, представляет определенную трудность, но в практике перевода имеются следующие способы передачи безэквивалентной лексики:

**Транслитерация** – заимствование иностранного слова, которое затем на письме изображается буквами языка перевода, а в устной речи произносится согласно произносительным навыкам переводящего

языка. Данный способ необходимо применять в том случае, когда важно соблюдать лексическую краткость обозначения, которое соответствует его привычности в оригинале. Наряду с этим есть необходимость подчеркнуть специфику называемой вещи или понятия, если в языке перевода нет точного соответствия.

По мнению Л. К. Латышева, не всегда перевод с помощью транслитерации и последующее введение слова, созданного этим способом, в речевой обиход являются необходимыми и оправданными [Латышев 2003].

**Транскрипция** – переводческий приём, основанный на фонетическом принципе, например, на передаче русскими буквами звуков иностранного слова (или наоборот).

**Калькирование** – обычно понимается как перевод по частям иноязычного слова или сочетания слов с последующим сложением переведенных элементов. Таким образом, составные части безэквивалентного слова или словосочетания заменяются их буквальными соответствиями на языке перевода.

**Описательный (разъяснительный) перевод** – заключается в раскрытии значения исходной единицы с помощью развернутого описания. Описательный перевод требует от переводчика углубленного анализа сути описываемых явлений и событий, глубокого знания реалий, в отличие от описанных выше способов передачи безэквивалентной лексики, которые имеют относительно механический характер.

**Приближенный (уподобляющий) перевод** – способ передачи безэквивалентной лексики, который заключается в том, что для обозначения иностранной реалии в языке перевода подыскивается понятие. Несмотря на то, что оно может и не совпадать с исходным понятием, однако, оно имеет значительное семантическое сходство с оригиналом и в известной мере способно раскрыть для получателя перевода суть описываемого явления.

Исходя из теории безэквивалентной лексики, полная тождественность при переводе этой группы лексики невозможна. Это обусловлено тем, что единицы лексики на исходном языке обладают не только разными экспонентами (фонемным составом, морфемами, устроенными по различным правилам), но и разными значениями и значимостями, поскольку каждое слово данного языка входит в своё семантическое поле и имеет значение только в оппозиции к остальным членам того же поля и своему языку в целом. Несмотря на это, перевод безэквивалентной лексики должен претендовать на эквивалентную презентацию. Данная эквивалентная передача может осуществляться с применением определённых теоретических принципов.

Явление безэквивалентности возникает вследствие отсутствия или неопределенности того или иного понятия, обозначаемого термином исходного языка, в терминологии языка перевода. Основная причина безэквивалентности – различия в реалиях научной действительности, ведущие к отсутствию в переводящем языке тех или иных понятий исходного языка.

### **2.3 Стилистические средства как проблема перевода**

Изучение стилистических средств ведется уже на протяжении многих веков. Из года в год исследователи совершают новые стилистические открытия, появляется много споров и различных дискуссий, потому что язык подвержен постоянному развитию и изменению. Лексическая система языка является одной из самых сложных и разносторонних.

Ю.М. Скребнев определяет стилистические фигуры как «синтаксически образуемые средства выразительности» [Скребнев, 2003: 592].

Выразительность, как правило, заключается в особенностях использования стилистических средств, привлекающих внимание читателя и вызывающих интерес. Ассоциативная образность мышления читателя

подкрепляет и усиливает выразительные возможности автора, посредством умения интерпретировать замысел писателя.

Основой усиления выразительности речи являются стилистические средства такие как, эпитеты, метафоры, сравнения, метонимии, гиперболы, литоты, олицетворения, перифразы, аллегория, ирония.

Мы предлагаем рассмотреть следующие лексические изобразительные средства:

**Метафора** – «скрытое сравнение, осуществляемое путем применения названия одного предмета к другому и выявляющее таким образом какую-нибудь важную черту второго» [Арнольд 2002: 58.]

«Метафора часто рассматривается как один из способов точного отображения действительности в художественном плане. Однако, это понятие точности весьма относительно. Именно метафора, создающая конкретный образ абстрактного понятия, дает возможность разного толкования содержания сообщения» [Гальперин 1981: 129].

В произведениях часто встречается прием, похожий по своим функциям на метафору – метонимия. **Метонимия** – перенос наименования предмета или явления по смежности на другой объект.

**Сравнение** – уподобление двух понятий на основе их сходства на основе каких-либо признаков. Формально выражается союзами и глаголами: as, such as, as if, like, seem.

Наряду с метафорой, сравнение помогает наиболее полно охарактеризовать предметы и явления, а также в значительной степени выразить авторское мироощущение.

**Эпитет** – это «выразительное средство, основанное на выделении качества, признака описываемого явления, которое оформляется в виде атрибутивных слов или словосочетаний, характеризующих данное явление с точки зрения индивидуального восприятия этого явления» [Гальперин: 1981: 138]. Именно поэтому эпитет субъективен и имеет эмоциональную окраску.

Сохранение образности при переводе является одной из наиболее сложных проблем в переводоведении. Потеря образности при переводе ведет к утрате ассоциативного фона текста, без которого невозможно достижение эквивалентного и/или адекватного перевода [Коломейцева 2004: 3].

Многие лингвисты, в том числе и Комиссаров В. Н., считают, что при переводе художественного произведения переводчик заново создает художественный образ, общее настроение, характеристики атмосферу и персонажей и так далее [Комиссаров 1999: 60]. Кроме того, необходимо «рассматривать каждое предложение как часть целого» и в то же время не допускать опущения каких-либо значимых деталей в переводе [Гачечеладзе 1980: 78]. Сохранение и передача индивидуальной манеры автора относятся к первостепенным задачам переводчика. Однако выполнение этих задач вызывает значительные трудности, так как в любом переводе производится замена каких-либо выразительных средств на другие, принятые в литературной традиции переводящего языка [Солодуб 2005: 218].

Кроме того, переводчику необходимо учитывать прагматический аспект перевода, который заключен в воспроизведении коммуникативного эффекта оригинала. С точки зрения прагматики перевода, главная цель переводчика – это более точная реконструкция информационно-художественного комплекса [Казакова 2002: 15] [Аверинцев 1971: 826].

#### **2.4 Переводческие трансформации**

Преобразования, с помощью которых можно осуществить переход от единиц оригинала к единицам перевода в указанном смысле, называются переводческими (межъязыковыми) трансформациями. Поскольку переводческие трансформации осуществляются с языковыми единицами, имеющими как план содержания, так и план выражения, они носят формально-семантический характер, преобразуя как форму, так и значение исходных единиц.

В рамках описания процесса перевода переводческие трансформации рассматриваются не в статическом плане как средство анализа отношений между единицами ИЯ и их словарными соответствиями, а в плане динамическом как способы перевода, которые может использовать переводчик при переводе различных оригиналов в тех случаях, когда словарное соответствие отсутствует или не может быть использовано по условиям контекста.

В рамках данной работы мы рассмотрим классификацию В. Н. Комиссарова, который выделяет лексические и грамматические переводческие трансформации. Кроме того, существуют также комплексные лексико-грамматические трансформации, где преобразования либо затрагивают одновременно лексические и грамматические единицы оригинала, либо являются межуровневыми, то есть осуществляют переход от лексических единиц к грамматическим и наоборот [Комиссаров 1990: 172-186].

### **1. Лексические трансформации:**

- а) Транскрибирование – воспроизведение звуковой формы иноязычного слова.
- б) Транслитерация – воспроизведение графической формы (буквенного состава) иноязычного слова.

Ведущим способом в современной переводческой практике является транскрипция с сохранением некоторых элементов транслитерации. Поскольку фонетические и графические системы языков значительно отличаются друг от друга, передача формы слова ИЯ на языке перевода всегда несколько условна и приближительна

- в) Калькирование – способ перевода лексической единицы оригинала путем замены ее составных частей - морфем или слов (в случае устойчивых словосочетаний) их лексическими соответствиями в ПЯ. Сущность калькирования заключается в

создании нового слова или устойчивого сочетания в ПЯ, копирующего структуру исходной лексической единицы.

г) Лексико-семантические замены:

- 1) Конкретизация – замена слова или словосочетания ИЯ с более широким предметно-логическим значением словом и словосочетанием ПЯ с более узким значением.
- 2) Генерализация – замена единицы ИЯ, имеющей более узкое значение, единицей ПЯ с более широким значением, т.е. преобразование, обратное конкретизации. Создаваемое соответствие выражает родовое понятие, включающее исходное видовое
- 3) Модуляция или смысловое развитие – замена слов или словосочетаний ИЯ ед. ПЯ, значение которых логично выводится из значения исходной единицы (додумывание). При использовании метода модуляции причинно-следственные отношения часто имеют более широкий характер, но логическая связь между двумя наименованиями всегда сохраняется

## **2. Грамматические трансформации:**

- а) Синтаксическое уподобление (дословный перевод)
- б) Членение предложения
- в) Объединение предложений
- г) К грамматическим заменам относятся замены формы слова (числа у существительных, времени у глаголов и др); части речи; члена предложения и типа предложения.

## **3. Комплексные лексико-грамматические трансформации:**

- а) Антонимический перевод – замена утвердительной формы в оригинале на отрицательную форму в переводе или наоборот. Сопровождается заменой лексической единицы ИЯ на единицу ПЯ с противоположным значением.

- б) Экспликация (описательный перевод) – замена лексической единицы ИЯ словосочетанием, эксплицирующим ее значение, т.е. дающим более или менее полное объяснение или определение этого значения на ПЯ. С помощью экспликации можно передать значение любого безэквивалентного слова в оригинале.
- в) Компенсация – замена, при которой определенные элементы текста на ИЯ не имеют эквивалентов в ПЯ и не могут быть переданы его средствами, чтобы восполнить семантическую потерю, переводчик передает ту же самую информацию каким-либо другим средством.

Следует отметить, что в чистом виде данные трансформации можно встретить крайне редко. Как правило, они сочетаются друг с другом: грамматическое преобразование сопровождается лексическим, замена – перестановкой и так далее.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ II

1. Проблема эквивалентности составляет главную переводческую трудность.
2. Основная причина безэквивалентности, проблемы перевода, – различия в реалиях нашей действительности, ведущие к отсутствию в переводящем языке тех или иных понятий исходного языка.
3. Одной из основных переводческих проблем является использование автором стилистических средств, при помощи которых создается образность. Задача переводчика – стремление к сохранению образа, заложенного в оригинальном тексте.
4. Для достижения адекватности перевода, переводчик по различным причинам прибегает к использованию переводческих трансформаций.

## ГЛАВА III. ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА ДИСКУРСА МОДЫ И СПОСОБЫ ИХ РЕШЕНИЯ

В этой главе представлены результаты анализа проблем перевода дискурса моды, в том числе лексических изобразительных выразительных средств языка и безэквивалентной лексики, использованных в статьях дискурса моды. Проведен количественный анализ переводческих трансформаций, задействованных при переводе дискурса моды, а также разработаны рекомендации для перевода дискурса моды.

### **3.1 Проблема перевода безэквивалентной лексики в дискурсе моды**

Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров определяли безэквивалентную лексику как «слова, план содержания которых невозможно сопоставить с какими-либо иноязычными лексическими понятиями» [Верещагин, Костомаров 1983: 56].

Безэквивалентная лексика является одной из основных проблем перевода дискурса моды, так как в англоязычных текстах в сфере моды очень часто встречается данный разряд лексических единиц и его перевод, безусловно, вызывает большие трудности.

Как известно, к безэквивалентной лексике относят три больших разряда лексических единиц [Бархударов 1975: 94-95]:

- 1) Имена собственные, географические названия, названия учреждений, компаний, газет и т.д.

В дискурсе моды это также названия модных Домов, компаний и коллекций. Например, в статье С. Менкес «Suzy Menkes at Couture: Day Three» упоминается название модного бренда:

*As ever with Chanel, the clothes are wearable, fashionable and fit for purpose — meaning that it is simple for clients to find day and evening outfits to be the wardrobe focus in their privileged world.*

Автор перевода дает следующий вариант данного отрывка:

*Как и всегда в случае Chanel, вещи в коллекции модны, практичны и применимы к жизни: клиентам будет просто подобрать для своих привилегированных гардеробов дневные и вечерние наряды, уместные для разных поводов.*

(«Chanel» – имя собственное, название компании. Трансформация: заимствование в иноязычной форме.)

Бренд «Chanel» широко известен во всем мире благодаря своей основательнице Коко Шанель. В мире моды особое внимание уделяется формированию бренда и его выход на международный рынок, поэтому вкладываются огромные средства в разработку логотипа и его узнаваемость. Поэтому в данном случае допустимо заимствование в иноязычной форме. Данный прием при переводе призван показать разделение в тексте между фамилией дизайнера и самим названием бренда, поскольку часто название марки содержит в себе и имя, и фамилию ее основателя либо только фамилию.

При передаче названия и сохранения его оригинала в тексте перевода самым удачным способом дать неподготовленному читателю более точно понять, что же в данном случае имел в виду автор – применить прием добавления и перед названием «Chanel» добавить слово «компания» или «модный Дом».

Рассмотрим другой пример:

*Fashion editor of Russian Vogue.*

*Редактор моды российского журнала Vogue.*

(«Vogue» – имя собственное, название печатного издания. Трансформация: заимствование в иноязычной форме.)

Поскольку французский журнал «Vogue» на данный момент издается в 22 странах и имеет также свою редакцию в каждой из них, он известен по всему миру. В России этот журнал представлен читателю в свободном доступе. По сложившейся традиции названия СМИ переводятся либо при

помощи транскрипции, либо так и остаются на латинице. В данном варианте название журнала передается при помощи прямого переноса, так как он является одним из известнейших широкой публике, а также старейшим модным изданием.

*Atelier Versace: Barely-there Bravado*

*Atelier Versace: неприкрытая смелость*

(«*Atelier Versace*» – имя собственное, название компании.

Трансформация: заимствование в иноязычной форме.)

В данном примере очень легко принять полное название марки, за имя модного Дома «Versace» и термина «atelier», однако необходимо обладать фоновыми знаниями о бренде, чтобы выбрать верную стратегию перевода. «*Atelier Versace*» – это отдельное название линии одежды от Versace, занимающаяся разработкой коллекций на неделю высокой моды. Иными словами – это отдельная марка со своей определенной стилевой направленностью и технологией пошива, но действующая под единым руководством главного бренда Versace. Здесь переводчик применил так называемый перенос имен собственных в текст перевода в их оригинальном написании – латиницей. Он используется при переводе упоминаемых в тексте названий иностранных или находящихся сегодня в статусе международных компаний, поэтому в данном случае способ перевода выбран удачно.

Наряду с заимствованием в иноязычной форме имена собственные переводятся с помощью транскрибирования. В статье С. Менкес «The Circus of Fashion», можно увидеть следующие примеры:

*Marc Jacobs was the first designer to sense the power of multimedia*

*Марк Джейкобс был первым дизайнером, который почувствовал всю мощь информационных технологий.*

(«*Marc Jacobs*» – имя собственное, имя и фамилия. Трансформация – транскрипция.)

*Марк Джейкобс* – американский дизайнер, на данный момент возглавляющий свою собственную марку, названием которой является его имя и фамилия, но в данном случае в тексте речь идет о Джейкобсе, именно как о человеке, поэтому здесь лучше всего придерживаться стандартной стратегии перевода при передаче звучания английских имен. Согласно мнению ведущих российских лингвистов, транскрипция является гораздо более эффективным способом, чтобы написание и произношение были максимально близки друг к другу.

Рассмотрим еще один пример:

*When he named a bag after Bryanboy in 2008, he made the blogger's name, and turned on an apparently unending shower of designer gifts, which are warmly welcomed at bryanboy.com.*

*Когда он назвал сумку в честь Брайанбоя в 2008, этот факт сделал блогера известным, и включил, несомненно, бесконечный поток дизайнерских подарков, которые тепло приветствуются на сайте bryanboy.com.*

(«*Bryanboy*» – имя собственное, псевдоним. Трансформация: транскрибирование.)

В русскоязычной сети Интернет псевдоним филиппинского модного блогера в русском языке чаще всего переводят двумя словами, тем самым, разделяя исходное название на имя «Брайан» и фамилию «Бой». Такой принцип формирования новых имени и фамилии более удобен для восприятия русского читателя, поскольку этот человек не так хорошо знаком широкой русскоязычной публике.

Однако, при таком разделении, у реципиента может сложиться впечатление о том, что перед ним настоящее имя и фамилия этого молодого человека. В приведенном выше примере же переводчик оставляет псевдоним в одно слово, поэтому у реципиента идет ассоциация именно с выдуманным именем.

В данном примере можно увидеть еще один пример особенности передачи имени собственного в тексте перевода:

(«*bryanboy.com*» – имя собственное, название сайта. Трансформация: заимствование в иноязычной форме.)

Перенос названия сайта «*bryanboy.com*» в своей исходной форме в полученный текст позволяет реципиенту с легкостью найти самостоятельно указанный ресурс в Интернете, ведь именно такая формулировка зарегистрирована в сети и при ее переводе поиск сайта будет затруднителен.

В статье А. Фьюри «Back in the U.S.S.R.: Russia's Fashion Resurgence» также можно выделить ряд имен собственных:

*The ballet's influence endured long after the end of its run in 1929, and was still felt, almost 50 years later, in Yves Saint Laurent's "Russian Collection" of the late '70s.*

*Даже почти 50 лет спустя, в конце 1970-х годов оно чувствовалось в «Русской коллекции» Ива Сен-Лорана.*

(«*Yves Saint Laurent*» – имя собственное, имя и фамилия. Трансформация: транскрибирование.)

Имя известного французского дизайнера «*Yves Saint Laurent*», как и большинство иностранных антропонимов в дискурсе моды, передано с помощью традиционных способов перевода данного типа лексики, прежде всего – транскрипции.

Вместе с этим, в данном примере можно увидеть еще один пример перевода имени собственного:

(«*Russian Collection*» – имя собственное, название коллекции. Трансформация – калькирование.)

Вызывает определенную трудность перевод названия коллекции «*Russian Collection*», поскольку у нее нет устоявшегося перевода в русском языке. В приведенном примере, переводчик передает это название,

используя калькирование, сохраняя при этом ее смысловую составляющую.

- 2) Реалии – слова, обозначающие предметы, понятия и ситуации, не существующие в практическом опыте людей, говорящих на другом языке, то есть предметы материальной и духовной культуры.

В дискурсе моды будут рассматриваться преимущественно бытовые и культурологические реалии, такие как названия видов одежды, имеющих яркий национальный или исторический окрас. В статье С. Менкес «Suzy Menkes at Couture: Day Three» можно увидеть следующие реалии:

*<...> the famous tweeds recreated with embroidered hand stitching, and the familiar suits rejuvenated by slicing the jackets and the skirt tops to leave a patch of bare skin.*

*<...> знаменитые наряды из твида, сшитые вручную, знакомые костюмы, обставляющие обнаженной частью туловища между жакетом и юбкой.*

(«Tweed» – культурологическая реалия. Прием лексического добавления, транскрибирование.)

Твидовый костюм – предмет, ставший визитной карточкой бренда Chanel. Отношения с герцогом Вестминстерским стали для Коко новым вдохновением – ее творения были пропитаны элегантностью в духе английского стиля. Дизайнер приняла за основу твид – недорогую английскую ткань, из которой до тех пор шили только мужские костюмы, и примерила его на женщину.

Для русскоязычной публики более широко известны именно изделия из этой ткани, преимущественно костюм-двойка с юбкой, нежели чем сам материал, как полная ассоциация с решениями этой марки, поэтому в данном случае используется прием лексического добавления, чтобы более точно донести эту информацию до читателя, также происходит транскрибирование слова «*tweeds*».

Рассмотрим следующий пример:

*As the models walked down the scaffolding ramp set, you could tell that each stripe, each decoration — even the double rings that tied the ponytails — were works of art.*

*Разглядывая моделей, идущих по покатым подмосткам, я понимала, что каждая полоска, каждая деталь, в том числе двойные кольца, вплетенные в прически моделей, — произведение искусства.*

(«Ponytail» – бытовая реалия. Трансформация: генерализация.)

В Европе во второй половине XVIII века большинство мужчин носили длинные волосы, которые принято было перевязывать лентой для удобства, что по своему внешнему виду напоминало лошадиный хвост, поэтому данная прическа и получила название «ponytail».

В данном случае переводчик передает общую картину внешнего вида моделей, не уточняя разновидность прически. В современном русскоязычном дискурсе моды имеется аналог данной единице – «конский хвост», что более наглядно отражает то, каким способом уложены волосы и сохраняет некую образность оригинальной реалии.

В статье «The man who made Russian fashion cool» также можно увидеть реалии:

*His clothes are tricky, esoteric even: gently oversized utility jackets, high-waist jeans tied with shoelaces; T-shirts emblazoned with the hammer and sickle.*

*У него странные, даже эзотерические костюмы: слегка безразмерные пиджаки, подвязанные шнурками от ботинок джинсы с завышенной талией, футболки, украшенные изображениями серпа и молота.*

(Utility jackets – культурологическая реалия. Трансформация: генерализация)

«Utility wear» – одежда, которая была введена в оборот британским правительством в 1941 году. Ее производили в течение военных лет. В данной коллекции дизайнера был сделан акцент на смешении

повседневного стиля и стилизованными вещами под военную тематику, поэтому в ней присутствовали единицы, как из повседневного гардероба, так и модели, напоминающие военную форму, именно благодаря этому в данном случае был выбран прием генерализации.

При выборе данной трансформации, значение реалии в исходном тексте утрачивается.

Автор также прибегает к замене реалий в тексте перевода:

*Short, slim with a shaved head, loose jeans and sweatshirt, he looks like the skateboarders he hung around with in Moscow in that decade after the collapse of the Soviet Union.*

*Небольшого роста, худой, с выбритой головой, в свободных джинсах и толстовке, он напоминает скейтбордистов, с которыми он тусовался в Москве в годы, последовавшие за распадом Советского Союза.*

(«Sweatshirt» – бытовая реалия. Происходит замена реалии.)

«Sweatshirt» в английском языке означает: «*a piece of informal clothing with long sleeves, usually made of thick cotton, worn on the upper part of the body*». В 1920-х годах, этот тип одежды был изобретен в Америке, в штате Алабама, как альтернатива теплой спортивной кофты для игры в футбол с мягким и приятным к телу подкладом. В русском языке «толстовка» – это просторная, длинная, иногда на кокетке с густыми сборками мужская рубашка из разнообразных гладкокрашенных тканей, носившаяся навыпуск, которая получила свою известность и распространение благодаря последователям Л. Н. Толстова. В качестве современной одежды «толстовка» – это блуза из плотного трикотажа, надеваемая поверх нательного белья. Основное назначение – способствовать сохранению тепла.

Здесь происходит замена реалий. Несмотря на то, что в современном дискурсе моды «sweatshirt» зачастую начали переводить при помощи транскрипции, в данном примере переводчик заменяет одну реалию на другую в силу контекста. Стратегия выбрана удачно, поскольку в тексте

описывается Москва 90-х годов, в то время еще не было известно о таком понятии как «свитшот», поэтому уместнее как раз сохранить присутствие именно того времени и реалии «толстовка», которая существовала тогда.

Рассмотрим еще один пример:

*The clothes are as humble as the surroundings: military-influenced shirts with epaulets, naval peacoats, boxy shirts with clipped ties and lots of sportswear pieces emblazoned with Cyrillic characters.*

*Их одежда выглядит такой же скромной, как и окружение: полувоенные рубашки с погонами, матросские бушлаты, галстуки с зажимами, спортивные костюмы с кириллическими надписями.*

(«Peacoat» – национальная реалия. Трансформация: замена реалий.)

Одна из теорий происхождения реалии «peacoat» поддерживается Военно-Морскими Силами США. Эта версия полагает, что в холодную и промозглую погоду моряки надевали пальто из так называемой «пилотной ткани» – толстой синей ткани с ворсом с одной стороны. Эта ткань – «pilot cloth» – зачастую именовалась лишь по первой букве, то есть, P-cloth. Соответственно, одежда из этой ткани стала называться сперва P-jacket, а позже – Pea Coat. Другая реалия «бушлат» стала частью формы Королевского военно-морского флота Великобритании в 1857 году. В конце XIX – начале XX века бушлатом именовалась зимняя рабочая одежда рядовых артиллерийских складов русской армии. Бушлат похож на укороченное пальто, хотя таковым не является, он всегда двубортный, с широким отложным воротником и лацканами.

В приведенном примере, происходит замена одной реалии на другую, они являются эквивалентами-аналогами. В данном случае прием перевода выбран удачно, поскольку «бушлат» был частью зимней формы русских войск, и эта реалия закрепилась в русском языке.

В предложении также присутствует еще один элемент военной формы:

(«Epaulets» – национальная реалия. Применятся замена реалий.)

Реалия «*epaulets*» происходит из французского языка, она получила свое распространение в армиях европейских стран в XVIII – XIX веках, особенно в период наполеоновских войн, также была введена как часть формы русской армии, но на данный момент, эполеты практически вышли из обращения. В то же время, согласно словарю Merriam Webster «*epaulets*» имеет еще одно значение «an ornamental strip or loop sewn across the shoulder of a dress or coat», которое в данном контексте преобразует реалию в часть изделия.

При переводе была использована другая реалия «*погоны*» – также знаки отличия, используемые в военной сфере, в том числе и в современной России. Схожесть по расположению и внешнему виду эполета как части вещи и погоны позволяют построить у реципиента нужный образ, поэтому выбор эквивалента-аналога произведен удачно. В статье «Back in the U.S.S.R.: Russia’s Fashion Resurgence» автор приводит ряд бытовых реалий с их заменой в тексте перевода:

*Inspiring many followers, Poiret’s seemingly revolutionary designs — primary hues, harem pants, hobble skirts and oriental-inspired turbans alongside Cossack-style coats trimmed in fur and folkloric embroideries — originated on the Ballets Russes’ stage.*

*Революционные, на первый взгляд, идеи Пуаре, вдохновившие множество последователей — чистые цвета, шаровары, узкие юбки, восточные тюрбаны, казацкие куртки с вышивкой и меховой оторочкой — на деле пришли со сцены «Русского балета».*

(«*Harem pants*» – бытовая реалия. Трансформация: замена реалий.)

Наряду со своим восточным происхождением, «*шаровары*» также являлись неотъемлемым элементом костюма запорожских казаков, частью украинского национального костюма и формы русской императорской армии. В русской традиции эта часть одежды являлась исконно мужским предметом гардероба, до того момента, как появилась возможность свободно путешествовать в восточные страны, в которых они являлись

национальной одеждой, в равной степени как мужской, так и женской. Во французской моде реалия «*harem pants*» появилась в 20-х годах XX века, и именно благодаря сходству с традиционной одеждой в мусульманских странах, где раньше в гаремах женщины также носили шаровары.

В данном случае замена одной реалии на другую является верной, поскольку, оба вида брюк, несмотря на их происхождение, очень похожи по своему внешнему виду, и в русскоязычном дискурсе моды реалия «шаровары» хорошо знакома реципиенту.

Вышеупомянутый пример также содержит еще одну реалию, которая является элементом национального костюма:

(«*Turban*» – бытовая реалия. Трансформация: транслитерация.)

«*Turban*» – элемент национального костюма в ряде восточных стран. Лексема «*тюрбан*» происходит из французского языка, но тот, в свою очередь, позаимствовал его из турецкого. Данный пример передан на русский язык при помощи транслитерации в соответствии с французскими правилами. В России данный головной убор также является элементом костюма у представителей восточных народов, поэтому внешний вид и образ этого головного убора также знаком реципиенту.

3) «Случайные лакуны» – лексические единицы одного из языков, которым по каким-либо причинам нет соответствий в лексическом составе другого языка.

В статье «*Back in the U.S.S.R.: Russia's Fashion Resurgence*» упоминается лакуна, которая связана с миром моды:

*Or “Россия” – a word he, for the first time, printed under his namesake label, in the way old couture houses use the subtitle “Paris” as a totem of their fashion credentials.*

*Для него речь идет просто о «России». Именно это слово – кириллицей – он впервые напечатал под своим лейблом, как делают старые модные дома, использующие слово «Париж» как своего рода верительную грамоту.*

(«*Subtitle Paris*» – лакуна. Трансформация: генерализация.)

Время основания самых первых модных Домов восходит еще к концу XIX века, тогда же было заложено правило приписывать к их названию, в виде подзаголовка, название модной столицы, где они были основаны, и где находились из главные ателье, а позже – бутики. Так, например, в логотипе дома Dior по сей день фигурирует подпись «Paris», а итальянская марка Hermes обозначает свои корни и принадлежность к итальянской культуре подзаголовком «Milano». В данном примере проводится параллель между старинными модными Домами и новым брендом от молодого русского дизайнера Гоши Рубчинского, как яркое заявление перед всей индустрией о перерождении русской моды. Он позаимствовал данный обычай у старинных модных Домов, стоявших у истоков зарождения образа истинно «французской» или «итальянской» моды.

В данном примере лакуна «*subtitle Paris*» переведена на русский язык как «слово «*Париж*» при помощи генерализации, и здесь переводчик теряет то самое явление, которое заложено в тексте оригинала.

«Случайные лакуны» также могут переводиться с помощью описательного перевода. Например, в статье «The man who made Russian fashion cool»:

*If Moscow, with its punk and skater subcultures, is the next fashion destination, then Gosha Rubchinskiy is its poster boy.*

*Если Москва с субкультурой панков и скейтеров – новый центр моды, то Гоша Рубчинский – ее самый яркий представитель.*

(«*Poster boy*» – лакуна. Трансформация: описательный перевод.)

«*Posterboy*» – человек, который является ярким прообразом какой-то субкультуры или движения для большой группы людей. Явление происходит из культуры плакатов или «постеров» известных людей. В данном примере Гоша Рубчинский является воплощением русской моды на сегодняшний день.

В полученном тексте лакуна переводится сочетанием «самый яркий представитель» при помощи описательного перевода, что частично позволяет сохранить смысл исходного явления.

В статье С. Менкес «Suzy Menkes at Couture: Day Three – Roger Vivier, Sparkling in Clubland» употребляется лакунизированная лексика:

*There were more sparkles on ankle boots that were curved open at the side to reveal flesh.*

*Ботинки, доходящие до щиколоток, блестят еще больше: кристаллами оторочены разрезы по их бокам.*

(Лакуна «*ankle boots*». Трансформация: описательный перевод.)

В англоязычной среде существует такое понятие, как «*ankle boots*», у которого имеется эквивалент в русском языке – ботильоны, они, в свою очередь, вызывают ассоциацию именно с обувью на каблучке, пусть даже и небольшом. Для обуви на плоском ходу можно привести целый ряд более точных эквивалентов, соответствующих определенной модели, в том числе и «ботинки».

Описательный перевод помогает реципиенту более точно понять то явление, которое заложено в лакуне, которая приводится в оригинальном тексте.

В статье С. Менкес «The Circus of Fashion» при переводе лакун используется заимствование иноязычной форме, а также комментарий от переводчика:

*There is a genuine difference between the stylish and the showoffs — and that is the current dilemma.*

*Существует большая разница между стильными и show-off (прим. пер. люди которые хвастаются дорогими нарядами, надевают все сразу – 5 сумок на одно плечо, 10 коле, 3 шляпы) – и это является дилеммой сегодняшнего дня.*

(«*Show-off*» – лакуна. Происходит заимствование в иноязычной форме, а также дается комментарий от переводчика.)

«To show off» означает «выпендриваться», «красоваться», в данном примере при помощи лакуны «*show-off*» автор создает у читателя образ группы людей, которые стараются привлечь к себе внимание посредством своего внешнего вида любой ценой. Переводчик использует прямой перенос лакуны в готовый текст, но вместе с этим, помещает комментарий-описание, чтобы пояснить реципиенту значение данного иноязычного выражения. Комментарий дает реципиенту понять то явление, которое было заложено изначально.

*But two things have worked to turn fashion shows into a zoo: the cattle market of showoff people waiting to be chosen or rejected by the photographers, and the way that smart brands, in an attempt to claw back control lost to multimedia, have come in on the act.*

*Чтобы превратить шоу в зверинец, понадобилось две вещи: (прим. пер. the cattle market – рынок большого рогатого скота, на сленге – стоящие в ряду женщины в ночном клубе, которые ждут чтобы их выбрали, для оказания интимных услуг) модные персонажи show-off, которые как на рынке крупного рогатого скота, стоят в ожидании быть выбранными или отвергнутыми фотографами и то, что модные бренды пытаясь вернуть утраченное влияние проиграли эту битву рынку мультимедиа.*

(Лакуна «*the cattle market*». Переводчик дает разъяснительный комментарий, а также применяется калькирование.)

Автор с иронией относится ко всем персонажами модного мира, которые в погоне за славой и вниманием СМИ готовы стоять перед фотографами в ожидании того, что их образ, тщательно составленный, соответствующий всем современным тенденциям или же экстремально экстравагантный, «выберут» для публикации в одном из изданий.

В данном случае в оригинале снеговое выражение утрачивает свою окраску и образность в переводе.

Таким образом, безэквивалентная лексика в дискурсе моды переводится с помощью транскрипции, транслитерации, калькирования, генерализации и описательного перевода, а также имеется больше количество заимствований в иноязычной форме при переводе, наряду с этим применяется переводческий комментарий.

Наиболее продуктивными трансформациями можно отметить транскрибирование, калькирование и описательный перевод. В случаях, когда используется заимствование в иноязычной форме, необходимо применять метод лексического добавления для удобства восприятия готового текста реципиентом.

### **3.2 Проблема перевода стилистических средств в дискурсе моды**

При переводе дискурса моды необходимо учитывать использование лексических изобразительных средств, так как они служат для описания предметов и явлений, а также являются источником создания образности в тексте, что является отличительной чертой данного дискурса. Среди них мы можем выделить метафору, сравнение, эпитет, метонимию и аллюзию.

**Метафора** – скрытое сравнение, перенос на основе сходства, это средство играет наиболее важную роль в создании образности в текстах модной тематики.

Главная задача при переводе средств выразительности – сохранение образа, однако это не всегда удаётся, так как образная основа может быть непонятна, и вводить в заблуждение реципиента перевода.

При переводе метафоры может быть применено калькирование, например, цикл статей С. Менкес «Сьюзи Менкес на показах Haute Couture» насыщен метафорами, связанными с созданием образа одежды:

*<...> one of what Karl called the “cloud” hats: wide saucers of mesh, with, I swear, sticks of straw nestled inside.*

<...> как их назвал Карл, «шляпами-облаками» — плоскими, словно блюда, украшенными сеткой и — честное слово! — соломой.

(Метафора «*cloud hats*». Трансформация: калькирование.)

Невесомость шляпки, которая заключена в оригинале автором, передана при помощи метафоры «*cloud hats*».

Образность, которая была заложена в исходном тексте, сохраняется, более того, при выборе данной трансформации образ эксплицитен для реципиента.

Автор перевода также применяет прием генерализации при переводе метафоры:

*They looked good, too, as part of an extended circle, the skirt cut in pleated hoops in vivid shades of grass green, orange, yellow, red and a line of navy.*

*Выглядели прелестно и юбки в складку с вертикальными полосами, состоявшие из кругов насыщенного зеленого, оранжевого, желтого, красного и темно-синего цветов.*

(Метафора «*vivid shades of grass green*». Применяется генерализация и опущение.)

При описании довольно яркой палитры, в которой выполнена юбка, автор прибегает к ряду образов, создающих уникальные оттенки и цветовые решения. Сочетание «*vivid shades of grass green*» привносит в описание ту самую сочность и достаточно яркую образность, здесь автор представляет именно тот зеленый, которым обычно окрашена трава. В переводе он цвет передан прилагательным «зеленый» при помощи генерализации, а также опускается «*shades*».

Образность, которая присуща оригиналу, утрачивается, в русскоязычном тексте отражен только лишь цвет без какого-либо оттенка.

В примере мы можем увидеть еще один образ, который содержит в себе цвет изделия:

(Метафора «*line of navy*». Трансформация: смысловое развитие.)

Здесь также содержится не просто цвет, а целое его собрание, образ «береговой линии», глубокого синего. «Морской» синий передан за счет прилагательного «темный». что отчасти помогает воссоздать именно тот оттенок синевы, который обозначен в оригинале.

Происходит сдвиг образной основы.

В дискурсе моды метафора может быть переведена с помощью модуляции или смыслового развития. Например, в статье С. Менкес «Circus of Fashion» мы можем наблюдать высокую стилистическую окраску при описании людей, которые пытаются привлечь к себе внимание посредством одежды:

*<...> balanced on club-sandwich platform shoes, or in thigh-high boots under sculptured coats blooming with flat flowers.*

*<...> балансируют в туфлях на платформах до отказа напичканных всякой всячиной или обтянуты ботфортами на высоченном каблуке под скульптурным пальто украшенным искусственными цветами.*

(Метафора «*club-sandwich platform shoes*». Трансформация: смысловое развитие.)

«*Club-sandwich*» — трехслойный бутерброд, который состоит именно из «всякой всячины». В данном примере автор обращается к очень модному на сегодняшний день веянию среди модного круга – привлечь к себе внимание СМИ посредством вычурных образов. Здесь рисуется образ экстравагантной дизайнерской обуви, которая точно сможет привлечь к ее обладателю повышенное внимание окружающих. Из описания мы видим, что автор не только прибегает к использованию метафоры, но также описывает это явление с **иронией**.

В данном примере образность, заложенная в оригинале, сохраняется.

При описании профессий моды также используются стилистически окрашенные средства. В статье Д. Эллисон «*Karl Lagerfeld: King of couture*» мы видим образ дизайнера с широким полем

деятельности:

*For a man who bestrides the fashion landscape so completely, the hand-drawn sketch seems also an excellent way of retaining creative control.*

*Для человека, который настолько мастерски овладел искусством дизайнера-модельера, нарисованный от руки эскиз — похоже, еще и прекрасный способ сохранить контроль над процессом воплощения творческого замысла.*

(Метафора «*fashion landscape*». Применяется смысловое развитие.)

Данное средство оказывает, насколько дизайнер преуспел в модной индустрии, во многих ее проявлениях, ведь он не только разрабатывает дизайн одежды, но и снимает короткометражные фильмы и клипы для своих брендов, а также фотографирует. Поэтому при описании его деятельности используется слово «*landscape*» в переносном смысле, которое указывает на обширность его деятельности в этой сфере.

В переводе эта образность утрачивается, так как его область деятельности сужается до «*дизайнера-модельера*».

В статье «*The man who made Russian fashion cool*» автор также использует метафору для того, чтобы передать особенности внешнего облика:

*His latest move is a unisex perfume, and, at the launch in Dover Street Market in London, his fans are exactly as he describes: teenage boys, “Gosha-heads”, who look and dress like the designer.*

*Недавно Рубчинский выпустил духи унисекс, и на их презентацию в Довер Стрит Маркет в Лондоне пришли его фанаты, выглядящие ровно так, как он их описывает: юноши-подростки, одержимые Гошей, которые выглядят и одеваются, как сам дизайнер.*

(Метафора «*Gosha-heads*». Трансформация: смысловое развитие.)

Гоша Рубчинский – один из самых известных русских дизайнеров на сегодняшний день, как в России, так и за рубежом. На данный момент его популярность среди молодого поколения очень велика, поэтому у него

имеется большое количество поклонников и приверженцев, как его дизайнерских решений, так и его собственного стиля. Множество молодых людей подражают его внешнему виду, в том числе и его очень короткой стрижке.

В данном случае метафора «*Gosha-heads*» является собирательным образом его поклонников – подростков, которые «*одержимые Гошей*», ее переводят эпитетом «*одержимый*», происходит сдвиг образной основы.

Наряду с метафорой в статьях дискурса моды используется **аллюзия** – отсылка к какому-либо общеизвестному явлению, событию, персоналии, памятнику искусства.

При переводе аллюзий в дискурсе моды может быть использована генерализация, как, например, в статье С. Менкес «*Suzy Menkes at Couture: Day One*»:

*And lest we forget that the Academy Awards are coming up, Kate Hudson and her mother Goldie Hawn were front row, reminding the audience that made-for-Hollywood dresses win fashion Oscars.*

*И, чтобы мы не забыли о приближении церемонии вручения премии «Оскар», в первом ряду сидели Кейт Хадсон и ее мама Голди Хоун, напоминая, что именно сшитые для Голливуда платья получают премии в модном мире.*

(Аллюзия «*fashion Oscars*». Трансформация: генерализация.)

Сотрудничество дизайнера с актерами и актрисами Голливуда является неотъемлемой частью работы модных Домов, а также залогом их славы и благополучия, зачастую в различных изданиях, не специализирующихся на теме моды, в светских хрониках обозначаются выходы знаменитостей в наряде от той или иной марки. Здесь автор проводит параллель между получением премии актрисой и ее выбором платья для посещения самой известной награды в области кино – премии Оскар.

Использование при переводе генерализации расширяет тот перечень

«премий», которые влияют на успех модного бренда, поэтому происходит утрата исходной отсылки.

Также в рамках этой статьи автор перевода прибегает к описательному переводу:

*The pieces were scissored into rounded shapes with the skill of Matisse, then put together again as they licked the bare flesh.*

*Волнистые изгибы были вырезаны из ткани и наложены на обнаженное тело с мастерством, достойным Матисса.*

(Аллюзия «*skill of Matisse*». Трансформация: описательный перевод.)

Французский художник Анри Матисс был известным мастером коллажа, он вручную выкрашивал листы бумаги, а затем вырезал из них элементы. В данном случае, в переводе описывается техника, в которой была создана коллекция, происходит воссоздание принципа его работы.

Образ сохраняется.

В статье «*Suzy Menkes at Couture: Day Two*» автор перевода прибегает к замене одной отсылки на другую:

*Even when the same striped pleats were used, the thigh-high boots, as if from the set of 1968 movie Barbarella, made me doubt Dior's journey into space.*

*Доходящие до бедра сапоги вряд ли подойдут для космической одиссеи Dior, даже в сочетании с теми же юбками в складку.*

(Аллюзия «*1968 movie Barbarella*». Трансформация: смысловое развитие.)

В оригинальном предложении автор ссылается на фильм «Барбарелла» 1968 года, который полностью отражает тот дух «футуризма» и популярность направления научной фантастики в кино в то время. Однако для русскоязычного читателя этот образ будет не совсем понятен, поскольку данный фильм не так хорошо известен в России, поэтому переводчик включает ссылку на ленту, которая получила более широкое распространение по всему миру – «Космическая одиссея 2001

года» Стэнли Кубрика.

Выражение «космическая одиссея» давно закрепила в себе образ того десятилетия с его стремление к технологическим инновациям и исследованию космоса, что полностью отражалось также и в модной индустрии тех лет. В данном случае исходный образ сохраняется.

Аллюзия может быть переведена с помощью смыслового развития. Например, в статье Д. Эллисон «Karl Lagerfeld: King of couture»:

*He'll never iDesign though.*

*Правда, на компьютерный дизайн он никогда не перейдет.*

(Аллюзия «iDesign». Применяется смысловое развитие.)

Несмотря на свой возраст Карл Лагерфельд постоянно идет в ногу со временем, покупает самые современные гаджеты и следит за тенденциями не только в моде, но и в технике. В статье упоминается тот факт, что он является большим поклонником продукции Apple, дизайнер одним из первых приобретает их новинки. Автор подчеркивает контраст между его технологической осведомленностью, но вместе с тем и консервативностью при разработке коллекции: он рисует эскизы сам от руки. Техника Apple имеет характерную приставку «i» в названии каждого из продуктов компании, таким образом, автор описывает отношение дизайнера к творческому процессу.

В переводе отсылка к определенной компании с определенными знаковыми устройствами утрачивается и при помощи модуляции заменяется прилагательным «компьютерный».

Для создания высокой образности в текстах дискурса моды также используются **эпитеты**.

При переводе эпитетов употребляется также смысловое развитие, например, в статье

*At Dior's haute couture, the models' hemlines dipped through the decades: a swirl of a skirt from the Fifties; short, bright and striped from the Sixties.*

*Показ Dior Haute Couture демонстрировал, как изменялись юбки на протяжении десятилетий: были представлены и пышные подолы в духе пятидесятых и короткие, яркие, полосатые, напомнившие о шестидесятых.*

(Эпитет с яркой метафорической основой «*a swirl of a skirt*». Трансформация: смысловое развитие.)

Описывая достаточно пышные юбки, которые были характерны именно для 50-х годов прошлого века, автор использует такое существительное как «*swirl*», что в переводе означает «водоворот», «вихрь», «кружение». Кроме того, это отсылает нас к тому времени, когда бальный танец обрел свою популярность среди молодых людей, были очень популярны парные танцы, такие как буги-вуги или свинг под ритмичную музыку и девушки буквально «кружились» в танце в своих пышных нарядах.

Несмотря на то, что в переводе эпитет не упоминается в чистом виде, образность, которая содержится в сочетании слов «пышный» и «подол» характерна для описываемого времени, что способствует появлению нужной картинке у реципиента. Происходит сдвиг образной основы.

*Cutting the sweetness with popping colours modernised the effect, not least with acid-bright vinyl boots.*

*Сочетание прелестного дизайна и ярких цветов оказалось свежим и современным, показ разнообразили и виниловые ботинки пронзительных кислотных оттенков.*

(Эпитет «*popping*». Применяется смысловое развитие.)

При передаче цветовой картины в новой коллекции автор использует эпитет «*popping*» для того, чтобы отразить «взрывную» цветовую палитру, присущую вещам. В оригинальном тексте мы видим образ хаотичного смешения цветов, их взаимодействие в одном наряде, возможно, дизайнер применяет цветовое сочетание по принципу контраста, а также добавляет кислотные оттенки.

При переводе эпитета прилагательным «*яркий*», образная основа, которая была заложена изначально, утрачивается. Здесь мы видим лишь яркость цветов, использованных дизайнером в коллекции, образное значение «всплеска» или «взрыва» на русский язык не передается.

В примере также использован эпитет «*acid-bright*», который передан такими эпитетами, как «*пронзительный*» и «*кислотный*», в данном случае переводчик заменяет «*bright*» на прилагательное с более яркой эмоциональной окраской для усиления цветопередачи и сохранения образности.

*Yet there was still a streamlined, modern feel, even to full skirts, when teamed with a racy sporty top.*

*Но все вещи выглядели современно, даже пышные юбки в сочетании с короткими спортивными топами.*

(Эпитеты «*racy*» и «*full*». Трансформация: смысловое развитие.)

В коллекции отражена эклектика 50-х, 60-х и 70-х годов прошлого века, в тот отрезок времени, когда мода совершила огромный скачок от женственных классических моделей Dior до мини-юбок и тесных комбинезонов. В контексте данной коллекции дизайнер стремился отразить этот переход. Эталонной моделью 50-х считается изобретение Кристиана Диора – модель New Look – облегающий верх и начинающаяся строго на талии, очерчивающая ее, юбка-колокол. Однако нынешний дизайнер пошел дальше и поместил в коллекцию этого бренда атрибуты более свободных в плане моды времен. В данном контексте автор использует эпитеты «*full*» и «*racy*», которые означают «полный», «изобилующий» и «колоритный», «пикантный».

Стилистика 50-х годов отражена в «пышном» фасоне юбок, но образность второго эпитета не сохраняется, утрачивается вся «пикантность», которая заключена в последующих двух десятилетиях модной революции.

Данную трансформацию мы можем увидеть при переводе статьи С. Менкес «Suzy Menkes at Couture: Day One»:

*When the models showed up to the Versace afterparty, still wearing the second-skin dresses, Ellie Goulding, famous for singing at the Prince William-Kate Middleton wedding, turned up the heat some more by performing her signature hit, “Burn”.*

*Когда модели, все еще одетые в свои тесные вещи, появились на вечеринке, устроенной Versace после показа, Элли Голдинг, известная своим выступлением на свадьбе принца Уильяма и Кейт Миддлтон, добавила жару, исполнив свой знаменитый хит Burn.*

(Эпитет «*second-skin*». Применяется смысловое развитие.)

Стилистика бренда Versace отличается откровенными моделями с многочисленными разрезами, глубокими вырезами и облегающими фасонами – всеми теми средствами, которые подчеркивают женскую фигуру. В приведенном примере приверженность марки своему стилю выражена с помощью эпитета с ярко выраженной метафорической основой «*second-skin*». Легкие платья, описываемые в коллекции, так явно очерчивают контуры тела, что могут восприниматься буквально, как «вторая кожа».

При переводе при помощи модуляции эпитет заменяется прилагательным «*тесный*», а исходное «*dresses*» изменяется на «*вещи*», используя прием генерализации. В данном примере происходит потеря образности.

При переводе статьи А. Фьюри «Back in the U.S.S.R.: Russia’s Fashion Resurgence» при переводе эпитетов также была использована модуляция:

*Her work elucidates the aesthetic similarities between her, Gvasalia and Rubchinskiy: a focus on the grungy streetwear, synthetic fabrics and bold primary colors the trio grew up wearing.*

*Ее работы наглядно высвечивают эстетическое родство между ней Гвасалией и Рубчинским. Все трое фокусируются на мешковатой*

*уличной одежде, синтетических тканях и смелых основных цветах — то есть на том, что носили в юности.*

(Эпитет «*grungy*». Трансформация: смысловое развитие.)

Стилист Лотта Волкова, дизайнеры Демна Гвасалия и Гоша Рубчинский росли примерно в одно и то же время – в 90-х годах, после развала Советского Союза. Именно в то время появляется стиль грандж – направление в моде, которое подразумевает отрицание общепринятых норм внешнего вида, своего рода протест против следования модным тенденциям. На данный момент все трое в своих работах эксплуатируют стилистику времени их юности: безразмерность, обилие спортивной одежды и обуви, очень яркая цветовая палитра. Именно этот стиль сейчас обрел множество приверженцев и является самым популярным среди молодого поколения.

Автор создает перед нами некий «бунтарский» образ, символ нарушения общепринятых модных правил при помощи эпитета «*grungy*», который переводится эпитетом «*мешковатый*», однако, здесь происходит сдвиг образной основы, так как подобное прилагательное не является определяющим для всего образа, заложенного в исходном тексте.

В примере также использован еще один эпитет для обозначения цветовой палитры изделий.

(Эпитет «*bold*». Подбор эквивалента)

В большинстве коллекций этих дизайнеров использованы очень яркие, «кричащие» цвета. Переводчик передает эту насыщенную гамму цвета прилагательным «*смелый*», что позволяет реципиенту получить представление о контрастности, яркости и насыщенности оттенков. В данном случае образность сохраняется.

При переводе статьи С. Менкес «*Suzy Menkes: Those Fabulous Fifties!*» был использован прием лексического опущения:

*As well as the haughty, there is the naughty: the early beach bikinis - all luxuriant Hawaiian patterns and bra-cup tops; and hats, flirty and*

*frivolous with feathers and saucy veils.*

Можно увидеть ранние бикини — все в гавайском цветочном принте, топы с острыми чашками для груди и шляпы, словно созданные только для флирта и его одного, украшенные перьями и вуалетками.

(Эпитет «*luxuriant*». Происходит опущение.)

В описании выставки, посвященной моде 50-х годов, автор использует большое количество эпитетов, чтобы подчеркнуть великолепие, женственность и красоту изделий того времени. Бикини – раздельная модель купальника, приобрела популярность именно в то время, в том числе благодаря роскошным актрисам кино, которые появлялись в кадре в этом изделии, что зародило некий культ данного фасона. «Гавайская» расцветка всегда выполняется в очень ярких и насыщенных цветах, также в ней используются изображения больших цветов и листьев различных растений, отражающих богатство природы Гавайев.

В данном случае при переводе был опущен эпитет «*luxuriant*», поэтому образная основа, как принта, так и самой модели одежды утрачивается.

Рассмотрим еще один эпитет:

(Эпитет «*saucy*». Происходит опущение.)

При описании вуалетки – короткой вуали, был использован эпитет «*saucy*», который означает «дерзкий», «нахальный», «стильный». Автор упоминает шляпы в дополнение к новой тенденции, к изобретению бикини, купальнику, который открывает тело на всеобщее обозрение, что изначально было недопустимо в обществе. Два десятилетиями ранее женщинам было запрещено показываться перед мужчинами на пляже даже в слитных купальниках, поэтому тогда в обиходе использовались кабинки для купания. В ансамбль к «неприличному» купальному костюму автор ставит шляпку, соответствующую по духу всему образу.

Проводя параллель между прямым назначением вуали (она должна закрывать лицо дамы) и экстремально открытым нарядом, автор использует данный эпитет с иронией, однако, при переводе он опускается, и образ не сохраняется.

Многочисленные **сравнения** в помогают не только создать образ описываемых предметов и явлений, но и создать определенный эмоциональный эффект.

Сравнение в текстах дискурса моды может быть переведено при помощи калькирования, например, в статье А. Фьюри «Back in the U.S.S.R.: Russia's Fashion Resurgence»:

*Wearing a scarlet knot of lipstick like a Matryoshka doll with her hair frequently wrapped in a babushka scarf, her appearance — like her clothes — is a million miles from that of Rubchinskiy's.*

*И стиль самой Сергеенко — алая помада как у куклы-матрешки, волосы, прикрытые платком, — стиль одежды, которую она создает, крайне далеки от Рубчинского.*

(Сравнение «*like a Matryoshka doll*». Применяется калькирование.)

Ульяна Сергеенко – современный русский дизайнер, стилистика которой – русский эстетизм. В своих коллекциях и в своем собственном стиле она транслирует различные направления в русской моде, начиная от времен Тургенева, заканчивая теми основными тенденциями, которые прослеживались в советское время. Ей интересны также и народные промыслы и фольклор, элементы которых она включает в свои коллекции и личные образы. В данном случае автор сравнивает дизайнера с матрешкой – русской деревянной игрушкой в виде расписной куклы. Русские мастера с большой фантазией на протяжении веков придумывали различные узоры для деревянных игрушек – матрешек, а также раскрашивали их очень ярко и красочно, в особенности выделяли румянец на щеках и рисовали яркие губы. Так и здесь дизайнер буквально переносит на себя русские народные мотивы, некоторые из элементов

которых за рубежом плотно закрепились в сознании людей. Одним из собирательных образов в данном случае является матрешка.

При переводе была сохранена образная основа.

При переводе статьи С. Менкес «Circus of Fashion» сравнение было передано посредством дословного перевода:

*Today, the people outside fashion shows are more like peacocks than crows.*

*Сегодня, люди за пределами модных показов больше похожи на павлинов нежели на ворон.*

(Сравнение «*more like peacocks than crows*». Дословный перевод.)

В статье автор рассуждает на тему того, что раньше для людей из модной индустрии не нужно было привлекать к себе внимание публики и фотографов своими вычурными, пестрящими различными цветами нарядами. Дело в том, что с начала 80-х годов курс моды был навсегда изменён японским дизайнером Рэй Кавакубо, когда открылся её модный дом «Comme des Garçons». Склонность к «антимоду» и черному цвету стала ключевой компетенцией бренда, просматривалась всеобщая усталость общества от ярких и жизнерадостных трендов в мире. Модное сообщество подхватило эту концепцию и признало черный цвет вечной и не теряющей своей остроты классикой. Вместо выражения себя через яркие цвета, дизайнеры делали акцент на материалах и сложном крое, а также на интеллектуальной составляющей своих изделий. В яркости они видели только лишь самый простой способ привлечь внимание к вещам, именно поэтому автор сравнивает модное сообщество сегодняшнего дня с павлинами, а именно с их окраской, в которой переливаются различные цвета, а прошлое – с черными воронами.

В данном случае выполняется дословный перевод и образная основа сохраняется.

При переводе цикла статей С. Менкес «Suzy Menkes at Couture» при передаче сравнений наблюдается как лексическое опущение, так и

добавление:

*Like a compass contouring the body, there were rivulets of sheer cut-outs.*

*По телам моделей скользили линии разрезов.*

(Сравнение «*like a compass*». Происходит опущение.)

В данном примере автор сравнивает изящество расположения разрезов с тем, как циркуль очерчивает контуры тела. Вместе с этим, здесь проводится параллель между вырезами на одежде и небольшими ниспадающими ручейками.

Здесь происходит опущение сравнения, при котором образ исходного текста теряется.

*All the key 'Schiap' codes were there: sharp tailoring, funky hats, witty prints and dresses smothered in bows like so many kisses.*

*В коллекции присутствовали все фирменные знаки Schiaparelli: точный крой, оригинальные шляпки, остроумные принты и платья, покрытые бантиками, словно следами от поцелуев.*

(Сравнение «*like so many kisses*». Применяется добавление.)

Творчество Эльзы Скиапарелли является ярким примером сюрреализма в моде, в особенности ее необычные для тех времен расцветки и принты, героями которых становились абсолютно любые предметы, начиная от булавки для шитья, заканчивая скелетом рыбы. Также она является родоначальницей декора, в ее моделях преобладала отделка лентами, бантами и различной фурнитурой. Дизайнеры современного бренда Schiaparelli также не изменяют традициям бренда, так, например, в данной коллекции перед нами рисуется образ платья настолько густо украшенного небольшими бантами, будто оно усыпано следами от множества поцелуев.

При помощи добавления существительного «след», переводчику удалось более точно отразить образ, заложенный в оригинале.

*Lagerfeld himself and the Chanel studio reached a level of perfection*

*which will hang like an exquisite perfume over their 32-year collaboration.*

*В нынешней коллекции Лагерфельд и ателье Chanel добились уровня совершенства, который овекает их 32-летнее сотрудничество изысканным ароматом.*

(Сравнение «*like an exquisite perfume*».)

Достаточно долгое и основательное сотрудничество Карла Лагерфельда с брендом Chanel сравнивается со шлейфом от изысканных и дорогих духов, делая акцент именно на стойкости запаха, которая присуща только качественным ароматам, в противном случае, запах духов испаряется за очень короткий срок. В нашем случае, дизайнер и марка имеют за плечами многолетнюю и крайне успешную совместную историю, такую работу, которую можно назвать идеальной.

В полученном тексте, реципиенту трудно уловить сравнение, так как здесь происходит сдвиг образной основы.

Наряду с вышеупомянутыми стилистическими приемами в текстах дискурса моды широко используется **метонимия** – замена слова другим на основе связи их смежных значений.

В дискурсе моды метонимия может быть передана с помощью калькирования. Например, в статье Д. Эллисон «Karl Lagerfeld: King of couture»:

*The couple then passed on the reins to their five daughters and, today, granddaughter Silvia Venturini Fendi oversees the men's and accessories lines alongside Lagerfeld (it was she who introduced the cult "Baguette" handbag in 1997).*

*Затем супруги передали бразды правления своим пяти дочерям, и сегодня их внучка Сильвия Вентурини-Фенди (Silvia Venturini Fendi) совместно с Лагерфельдом является креативным директором по аксессуарам для мужчин (именно она создала в 1997 году культовую сумку-багет).*

(Метонимия «*Baguette handbag*». Трансформация: калькирование.)

Дизайнер Сильвия Вентурини-Фенди долгое время разрабатывала такую сумку, которая прекрасно сочеталась бы с вечерним нарядом, но сохраняла свой изначальный функционал – способность вместить большее количество предметов, чем могло поместиться в клатче (единственной уместной модели сумки в рамках вечерних выходов). Дизайнер нашла решение, создав сумку-багет. Сегодня сумку-багет выпускают многие фирмы, однако это изделие сохраняет в себе традиционные черты, заданные модным домом Fendi. «Сумка-багет» – небольшой аксессуар, имеющий вытянутую форму со слегка закругленными краями, чем-то отдаленно напоминающую французский хлеб багет.

В данном примере мы видим метонимию, исходная образная основа сохраняется при переводе при помощи калькирования и использования транскрипции лексемы из французского языка «*baguette*».

Наряду с калькированием, метонимия может быть переведена при помощи смыслового развития. Образность можно увидеть в отрывке из статьи С. Менкес «Suzy Menkes at Couture: Day Three — Roger Vivier, Sparkling in Clubland»:

*But mostly, the designer focused on sensual and sexy high-heeled shoes – adding a practical side in tiny, evening draw-up bags, for those who want to take their belongings onto the dancefloor.*

*Но в основном коллекция состоит из чувственной, сексуальной обуви на высоких каблуках. Практичную ее часть составляют маленькие вечерние сумочки-мешочки для тех, кто берет свои вещи и на танцпол.*

(Метонимия «*draw-up bags*». Трансформация: смысловое развитие.)

В данном случае автор использует метонимию по функции «*draw-up bags*», тем самым, создавая образ сумки, которая затягивается в верхней части шнурком, образуя по фасону мешок или торбу.

При переводе мы видим переход в метонимию по форме, при этом образ сохраняется.

Смысловое развитие также применяется при переводе статьи С. Менкес «Suzy Menkes: Those Fabulous Fifties!»:

*The curator even found the more sporty cardigans, pedal-pusher trousers and dresses with pleated skirts and floral or polka-dot patterns.*

*А еще куратору удалось найти несколько спортивных кардиганов того времени, велосипедные брюки и платья с плиссированными подолами с цветочным рисунком или в горох.*

(Метонимия «*pedal-pusher trousers*». Трансформация: смысловое развитие.)

Исконно «*pedal-pusher trousers*» или «*pedal-pushers*» были разработаны для велосипедистов, длина этих брюк – до колена – позволяла заниматься спортом без всякого стеснения. В русском языке имеется аналог – велосипедки. В предложении метонимия по функции переведена прилагательным «*велосипедный*», используя при этом модуляцию.

Образность в данном случае утрачивается.

*Bouncy skirts, tiny waists, floral prints, ballerina slippers – the city streets this summer have such a New Look.*

*Пышные юбки, тонкие талии, цветочные принты, балетки — на улицах города этим летом мы наблюдаем сплошной new look.*

(Метонимия «*ballerina slippers*». Применяется смысловое развитие.)

Балетки, о чем и свидетельствует их название, являются стилизацией специализированной обуви для балета в повседневной жизни. Когда в конце XVIII века Европа увлеклась туфлями без каблуков, находчивые дизайнеры изъяли из них деревянный мысок, и предложили модницам новые туфли, которые выглядели женственно и элегантно и за пределами сцены. Их потенциал в мире моды в полной мере разглядели в 50-х годах, после чего в них стали появляться на экранах знаменитые актрисы. Главное преимущество этой обуви – это удобство, но в то же время изысканность и женственность, а эти критерии редко сочетаются в одной модели, именно поэтому, вдохновленные балериной, ее изяществом и

грацией в повседневной моде были представлены балетки.

Образ, который создается при помощи метонимии, сохраняется.

Наряду с модуляцией, при переводе текстов дискурса моды используется конкретизация, например, в статье «Russian fashion looks to motherland for inspiration»:

*Loose-fitting, all-fur mink shirts and trousers evoked Russia's tribes scattered across the Arctic, who live off and wear reindeer.*

*Свободно сидящие короткие куртки и брюки из меха возвращают к образам российских северных народностей, разбросанных по Заполярью, где люди кормятся олениной и греются оленьим мехом.*

(Метонимия «wear reindeer». Трансформация: конкретизация.)

В данном примере представлено описание новой коллекции русского дизайнера Вячеслава Зайцева, в ней отмечено множество изделий, выполненных из различного меха и украшенных им. Модельер черпал свое вдохновение из одежды северных народов, у которых мех, в том числе оленя – неизменный атрибут в борьбе с суровым климатом.

Здесь мы видим метонимию от целого «reindeer» к частному «олений мех» при переводе, образность передана.

Таким образом, при переводе стилистически-окрашенных средств, таких как метафора, метонимия, эпитет, сравнение и аллюзия активно используются смысловое развитие, генерализация, описательный перевод и калькирование. Для полного сохранения образности наиболее часто переводят при помощи кальки и описательного перевода, при переводе с помощью модуляции нередко происходит сдвиг образной основы.

### **3.3 Статистические данные**

В ходе исследования всего было отобрано и проанализировано в оригинале и переводе более 300 лексических единиц, тематически относящихся к дискурсу моды. Выполнив сравнительно-сопоставительный анализ оригинала и перевода, мы пришли к выводу,

что наиболее распространенным трансформациями при переводе данных единиц стали смысловое развитие (26%), генерализация (18%) и калькирование (18%), что наглядно демонстрирует приведенная ниже диаграмма (рис.1).



Рис.1. Трансформации, участвующие в передаче лексики дискурса моды.

Использование данных трансформаций говорит о том, что переводчик всякий раз старался пояснить значение того или иного понятия дискурса моды либо упрощенно передать его значения, не вдаваясь в детали. Однако наряду с этим активно используется калькирование.

Сравнительно-сопоставительный анализ оригинала и перевода выявил, что наибольшую трудность у переводчиков вызвал перевод безэквивалентной лексики. Приведенная ниже диаграмма наглядно демонстрирует, что при переводе данного типа лексики были использованы такие трансформации как заимствование в иноязычной форме (48%), транскрипция (20%) и транслитерация (20%) (рис.2).

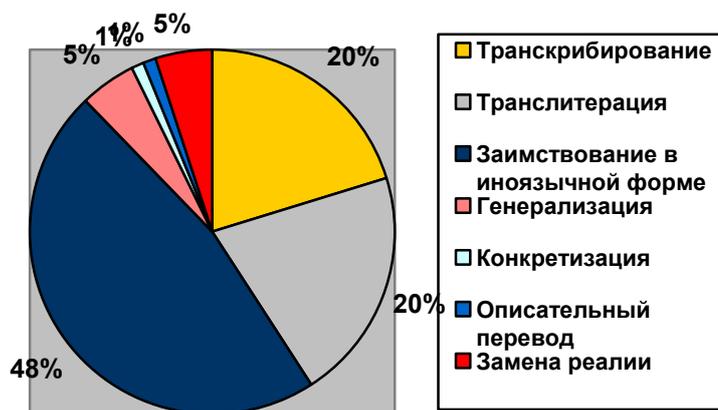


Рис. 2. Трансформации, участвующие при переводе безэквивалентной лексики.

Перевод стилистических средств вызвал также определенные трудности. Несмотря на то, что переводчики прибегали к различным трансформациям: смысловое развитие (42%), калькирование (26%), генерализация (7%), описание (11%), лексические добавления (4%) и опущения (10%) (рис.3), им не всегда удалось сохранить образную основу, что приводило к сдвигу образной основы, либо к полной потере образности (рис.4).

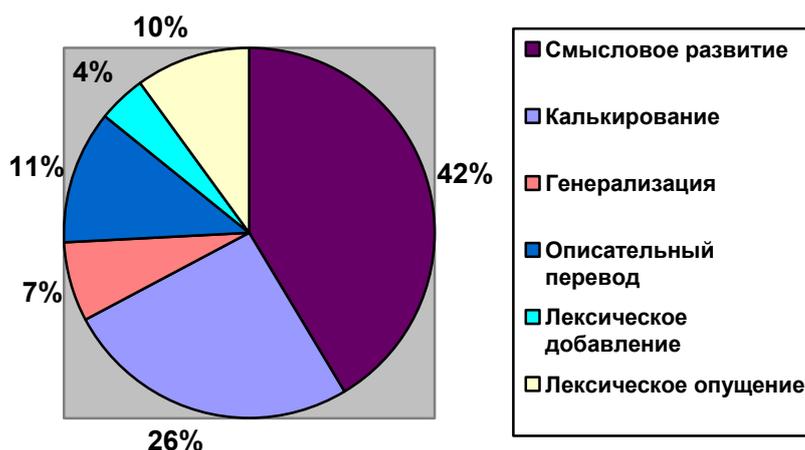


Рис. 3. Трансформации, участвующие при передаче стилистических средств.

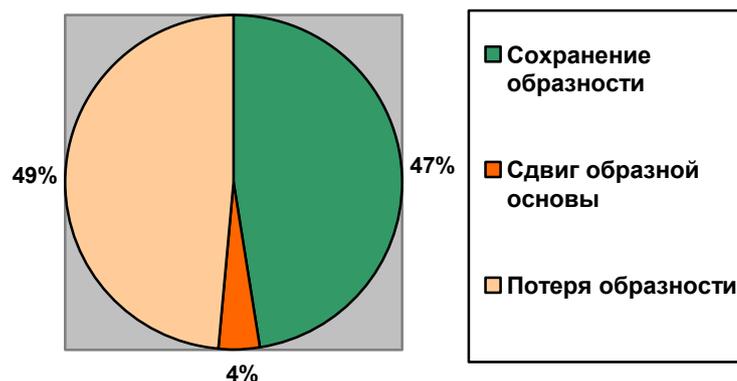


Рис. 4. Сохранение образности при переводе стилистических средств.

### 3.4 Рекомендации по переводу дискурса моды

Поскольку дискурс моды призван помогать индивиду приспособиться к изменяющимся нормам и формам в мире моды, он помогает адресату сориентироваться в последних тенденциях, стилях и направлениях моды, создать свой собственный образ и даже влиять на его поведение в обществе, его перевод должен быть максимально приближен к оригиналу.

В связи с этим мы даём следующие рекомендации переводчикам:

1. При переводе текстов дискурса моды переводчику необходимо обладать фоновыми знаниями в области моды, быть осведомленным о состоянии индустрии на сегодняшний день и иметь представление об ее истории.
2. При переводе имен названий модных брендов и компаний следует применять перенос имен собственных в текст перевода в их оригинальном написании – латиницей.

Например: *Chanel, DHL, Balenciaga, Mulberry, Vetements.*

3. При переводе имен собственных и названий модных Домов переводчику необходимо внимательно изучить, как лингвистический, так и экстралингвистический контекст, поскольку нередко названия брендов носят имя их основателя и

существует опасность принять название компании за фамилию дизайнера.

Например: основатель бренда *Tom Ford* – *Том Форд*.

Модный Дом *Chanel* основала *Коко Шанель*.

4. Переводя названия брендов на русский язык, следует использовать прием лексического добавления для лучшего понимания реципиентом текста перевода.

5. Реалиям англоязычного дискурса моды в большинстве случаев необходимо находить аналог в русском дискурсе моды, а также пользоваться описательным переводом.

Например: *harem pants* – шаровары, *peacoat* – бушлат.

6. При переводе лакунизированной лексики переводчику необходимо прибегать к сноскам и комментариям.

*Show-off* (прим. пер. люди которые хвастаются дорогими нарядами, надевают все сразу – 5 сумок на одно плечо, 10 коле, 3 шляпы)

*Ankle boots* – ботинки, доходящие до щиколоток.

7. При переводе стилистических средств на русский язык в дискурсе моды необходимо стремиться сохранять образную основу.

8. Необходимо придерживаться книжно-литературного стиля при переводе дискурса моды, поскольку градус сниженной лексики в английском и русском языке не совпадает и сленгизмы обладают разной степенью экспрессивности.

### **ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ III**

1. Количественный анализ переводческих трансформаций показывает, что большинство лексических единиц дискурса моды переведены с помощью смыслового развития.

2. При переводе безэквивалентной лексики в дискурсе моды чаще всего используется метод заимствования в иноязычной форме, поскольку в текстах дискурса моды встречается большое количество названий компаний и модных брендов.

3. Стилистические средства в дискурсе моды наиболее часто переводятся при помощи смыслового развития, поэтому очень часто образ, который создается в оригинале, претерпевает изменения или полностью утрачивается.

4. Примеры трансформаций в чистом виде встречаются крайне редко, в основном они носят комплексный характер. Лексические и лексико-грамматические замены играют большую роль в обеспечении адекватности перевода.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе мы провели исследование проблем перевода дискурса моды. Работа состоит из двух частей. В первой части рассмотрено понятие «дискурс», а также различные методы его анализа в современной лингвистике и дано определение понятия «дискурс моды». Наряду с этим в рассмотрены особенности и проблемы передачи дискурса моды. Во второй части проведен анализ трудностей, которые составляют дискурс моды, и способов их решения, анализ переводческих трансформаций, участвующих в переводе дискурса моды, а также приведены количественные данные и составлены основные рекомендации для перевода дискурса моды.

Как показывает представленный нами материал, основными проблемами перевода дискурса моды является частое употребление безэквивалентной лексики, обилие имен собственных и реалий, а также стилистически-окрашенных средств, таких как метафора, метонимия, сравнение, эпитет и аллюзия. Без их анализа невозможно передать весь культурологический аспект, который содержит в себе дискурс моды, а также воссоздать образность, которая в нем заложена. При переводе дискурса моды используют различные трансформации, по результатам анализа было выявлено, что наиболее частотно используется смысловое развитие.

При анализе трудностей перевода дискурса моды было выявлено, что большую трудность представляет перевод стилистических средств, при этом зачастую, образность, заложенная в оригинале, либо передается не полностью, либо полностью утрачивается.

Одной из основных трудностей при переводе дискурса моды является перевод реалий, а именно сохранение того национального или исторического компонента, которые были заложены в них изначально в тексте перевода. Для этого переводчику необходимо обладать фоновыми знаниями в области моды и ее истории.

Рекомендации, составленные по итогу произведенного анализа, призваны помочь в решении проблем перевода наиболее сложных лингвистических явлений, которые содержатся в дискурсе моды. При составлении рекомендательного списка были учтены практические особенности, с которыми может столкнуться переводчик, а также сделаны выводы об основных трудностях, которые присущи текстам данного вида дискурса.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аверинцев, С.С. Символ художественный [Текст] / С.С. Аверинцев. – М.: София-Логос, 1971. – 216 с.
2. Арнольд, И.В. Стилистика. Современный английский язык [Текст] / И.В. Арнольд. – М.: Наука, 2002. – 384 с.
3. Арутюнова, Н.Д. Дискурс [Текст] / Н.Д. Арутюнова. // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 136-137.
4. Барт, Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры [Текст] / Р. Барт. – М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. – 512 с.
5. Бенвенист, Э. Общая лингвистика [Текст] / Э. Бенвенист. – М.: Прогресс, 1974. – 448 с.
6. Виноградов В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) [Текст] / В.С. Виноградов. – М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
7. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в языке [Текст] / С. Влахов, С. Флорин. – М.: Международные отношения, 1980.
8. Гальперин, И.Р. Очерки по стилистике английского языка [Текст] / И.Р. Гальперин. – М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1981. – 462 с.
9. Гаспаров, Б.М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования [Текст] / Б.М. Гаспаров. – М.: Новое литературное обозрение. – 1996. – 352 с.
10. Гачечиладзе, Г. Художественный перевод и литературные взаимосвязи [Текст] / Г. Гачечиладзе. – М.: Советский писатель, 1972. – 260 с.
11. Греймас, А.Ж., Курте, Ж. Семиотика. Объяснительный словарь теории языка [Текст] / А.Ж. Греймас, Ж. Курте. // Семиотика (сб. переводов). – М., 1983. – С. 483-550.

12. Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация [Текст] / Т.А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
13. Демьянков, В.З. Демьянков, В.З. Англо-русские термины по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста [Текст] / В.З. Демьянков. // Методы анализа текста: тетради новых терминов, 39. – М.: ВЦП, 1982. – Выпуск 2. – 90 с.
14. Звегинцев, В. А. О цельнооформленности единиц текста [Текст] / В. А. Звегинцев. // Известия АН СССР. Сер. литературы и языка. – 1980. - Т. 39. - № 1. - С. 13-21.
15. Кавамура, Ю. Теория и практика создания моды [Текст] / Ю. Кавамура. – Минск: Гревцов Паблицер, 2009. – 177 с.
16. Казакова Т.А. Практические основы перевода «English – Russian» [Текст] / Т.А. Казакова. – Санкт-Петербург: Союз, 2008. – 319 с.
17. Коломейцева, Е.М., Макеева М.Н. Лексические проблемы перевода с английского языка на русский [Текст] / Е.М. Коломейцева, М.Н. Макеева. – Тамбов: Издательство ТГТУ, 2004. – 92 с.
18. Комиссаров В. Н. Слово о переводе [Текст] / В.Н. Комиссаров — М.: Международные отношения, 1973. — 245с.
19. Комиссаров В.Н. (ред.) Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике [Текст] / (ред.) В.Н. Комиссаров – М.: Международные отношения, 1978. — 232 с.
20. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) [Текст] / В.Н. Комиссаров. – М.: Высш. шк., 1990. – 253 с.
21. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение [Текст] / В.Н. Комиссаров. – М.: ЭТС, 2001. –424 с.
22. Латышев Л. К., Семенов А. Л. Перевод: теория, практика и методика преподавания [Текст] / Л. К. Латышев, А. Л. Семенов – Уч. пос. М.: Изд. Центр «Академия», 2003.

23. Лебсак-Клейманс, А. Долгосрочные тенденции моды в контексте социокультурных изменений [Текст] / А. Лебсак-Клейманс. // Автореф. дисс. ... канд. социол. наук. – М., 2013. – 30 с.
24. Михалева К.Ю. Мода как социальный институт [Текст] / К.Ю. Михалева. // Автореф. дисс. ... канд. соц. наук. – М., 2012. – 33 с.
25. Нелюбин, Л.Л. Введение в технику перевода (когнитивный теоретико-прагматический аспект) [Текст] / Л.Л. Нелюбин. – М.: Изд-во Мос. Гос. обл. ун-та, 2007. – 188 с.
26. Олешков, М.Ю. Основы функциональной лингвистики: дискурсивный аспект: учеб. пособие для студентов фак. рус. яз. и лит. [Текст] / М.Ю. Олешков. – Нижний Тагил: Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия, 2006. – 146 с.
27. Попова, И.В. Лексико-семантические и стилистические особенности языка индустрии моды: на материале журналов о моде [Текст] / И.В. Попова. // Дисс. ... канд. филол. наук. – М., 2007. – 156 с.
28. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика [Текст] / Я.И. Рецкер. // Очерки лингвистической теории перевода. 4-е издание. – М.: Р. Валент, 2010. – 244 с.
29. Сепир, Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии [Текст] / Э. Сепир. – М.: Прогресс, 1993. – 655 с.
30. Серио, П. Как читают тексты во Франции [Текст] / П. Серио. // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. – М.: Прогресс, 1999. – С. 14-53.
31. Скребнев Ю.М. Основы стилистики английского языка [Текст] / Ю.М. Скребнев – М.: 2000. – 267 с.
32. Солодуб, Ю.П. Теория и практика художественного перевода [Текст] / Ю.П. Солодуб. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 304 с.

33. Степанов, Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и Принцип причинности [Текст] / Ю.С. Степанов. // Язык и наука конца XX века. – М.: Издательство «Российский государственный гуманитарный университет». – 1995. – С. 35-73.

34. Сычева, Е. В. К проблемам понимания термина «дискурс» / Е. В. Сычева. // Молодой ученый. – 2011. – №3. – С. 42-46.

35. Швейцер А.Д. Теория перевода (статус, проблемы, аспекты) [Текст] / А.Д. Швейцер. – М.:Наука, 1988. – 214 с.

36. Godart, F. Unveiling fashion: business, culture, and identity in the most glamorous industry [Текст] / F. Godart. – N.Y.: Insead Business Press, Palgrave Macmillan, 2012. – 208 p.

37. Harris, Z. Discourse analysis [Текст] / Z. Harris. // Language. – 1952. - Vol. 28. - №1. - P. 1-30.

38. Kress, G. Ideological Structures in Discourse [Текст] / G. Kress. // Handbook of Discourse Analysis. – Vol. 4. – Discourse Analysis in Society. – London, 1985. – P. 28-29.

39. Moeran, B. More Than Just a Fashion Magazine [Текст] / B. Moeran. // Current Sociology. – No. 5. – 2006. – P. 725-744.

40. Nida E.A., Taber C.R. The Theory and Practice of Translation [Текст] / E.A. Nida. – BRILL, 1969. – 220 p.

41. Snell Hornby M. Translation Studies [Текст] / M. Snell Hornby // An Integrated Approach, Revised Edition. – Amsterdam, John Benjamins, 1995. – 170 p.

#### **Электронные ресурсы**

42. Ellison J. Karl Lagerfeld: King of couture [Электронный ресурс] / Jo Ellison // Режим доступа: <https://www.ft.com/content/6c312fe6-1e47-11e5-aa5a-398b2169cf79>, 2015, свободный

43. Ferrier, M. The man who made Russian fashion cool [Электронный ресурс] / Morwenna Ferrier // Режим доступа: <https://www.theguardian.com/fashion/2016/oct/12/russian-fashion-gosha-rubchinskiy-post-soviet-designer-menswear>, 2016, свободный
44. Ferris-Rotman A. Russian fashion looks to motherland for inspiration [Электронный ресурс] / Amie Ferris-Rotman // Режим доступа: <https://www.reuters.com/article/uk-russia-fashion/russian-fashion-looks-to-motherland-for-inspiration-idUSLNE73304520110404>, 2011, свободный
45. Fury. A. Back in the U.S.S.R.: Russia's Fashion Resurgence [Электронный ресурс] / Alexander Fury // Режим доступа: [https://mobile.nytimes.com/2017/04/18/t-magazine/russia-fashion-designers-gosha-rubchinskiy-demna-gvasalia.html?\\_r=1&referrer=https://inosmi.ru/social/20170421/239185555.5.html](https://mobile.nytimes.com/2017/04/18/t-magazine/russia-fashion-designers-gosha-rubchinskiy-demna-gvasalia.html?_r=1&referrer=https://inosmi.ru/social/20170421/239185555.5.html), 2017, свободный
46. Menkes S. Suzy Menkes at Couture: Day One [Электронный ресурс] / Suzy Menkes // Режим доступа: [https://www.vogue.ru/suzy\\_menkes/en/Suzy\\_Menkes\\_at\\_Couture\\_Versace/](https://www.vogue.ru/suzy_menkes/en/Suzy_Menkes_at_Couture_Versace/), 2015, свободный
47. Menkes S. Suzy Menkes at Couture: Day Three — Roger Vivier, Sparkling in Clubland [Электронный ресурс] / Suzy Menkes // Режим доступа: [https://www.vogue.ru/suzy\\_menkes/en/Suzy\\_Menkes\\_at\\_Couture\\_Day\\_Three\\_Roger\\_Vivier\\_Sparkling\\_in\\_Clubland/](https://www.vogue.ru/suzy_menkes/en/Suzy_Menkes_at_Couture_Day_Three_Roger_Vivier_Sparkling_in_Clubland/), 2015, свободный
48. Menkes S. Suzy Menkes at Couture: Day Three [Электронный ресурс] / Suzy Menkes // Режим доступа: [https://www.vogue.ru/suzy\\_menkes/en/Suzy\\_Menkes\\_at\\_Couture\\_Day\\_Three/](https://www.vogue.ru/suzy_menkes/en/Suzy_Menkes_at_Couture_Day_Three/), 2015, свободный
49. Menkes S. Suzy Menkes at Couture: Day Two [Электронный ресурс] / Suzy Menkes // Режим доступа:

[https://www.vogue.ru/suzy\\_menkes/en/Suzy\\_Menkes\\_at\\_Couture\\_Day\\_Two/](https://www.vogue.ru/suzy_menkes/en/Suzy_Menkes_at_Couture_Day_Two/), 2015, свободный

50. Menkes S. Suzy Menkes at Couture: Schiaparelli [Электронный ресурс] / Suzy Menkes // Режим доступа: [https://www.vogue.ru/suzy\\_menkes/en/Suzy\\_Menkes\\_at\\_Couture\\_Schiaparelli/](https://www.vogue.ru/suzy_menkes/en/Suzy_Menkes_at_Couture_Schiaparelli/), 2015, свободный

51. Menkes S. The Circus of Fashion [Электронный ресурс] / Suzy Menkes // Режим доступа: <https://mobile.nytimes.com/2013/02/10/t-magazine/the-circus-of-fashion.html>, 2013, свободный

52. Menkes S. Those Fabulous Fifties! [Электронный ресурс] / Suzy Menkes // Режим доступа: <http://www.vogue.it/en/suzy-menkes/suzy-menkes/2014/07/those-fabulous-fifties>, 2014, свободный

53. The dictionary by Merriam-Webster [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.merriam-webster.com/>, свободный

54. Вельмакина, А. О развитии модной индустрии в России на Петербургском международном экономическом форуме [Электронный ресурс] / Анна Вельмакина // Режим доступа: <http://www.buro247.ru/events/photo-reports/o-razvitii-modnoy-industrii-v-rossii-na-peterburgs.html>, 2014, свободный

55. Перевод статьи А. Фьюри Назад в СССР: возрождение российской моды [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://inosmi.ru/social/20170421/239185555.html>, 2017, свободный

56. Перевод статьи Джо Эллисон Карл Лагерфельд: король высокой моды [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://inosmi.ru/world/20150712/229036620.html>, 2015, свободный

57. Перевод статьи М. Ферриер Человек, который раскрутил российскую моду [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://inosmi.ru/social/20161016/238026302.html>, 2016, свободный

58. Перевод статьи Сьюзи Менкес Ах, эти пятидесятые! [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://www.vogue.ru/suzy\\_menkes/ru/Those\\_Fabulous\\_50s/](https://www.vogue.ru/suzy_menkes/ru/Those_Fabulous_50s/), 2014, свободный
59. Перевод статьи Сьюзи Менкес Сьюзи Менкес на показах Haute Couture: день третий [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://www.vogue.ru/suzy\\_menkes/ru/Syuzi\\_Menkes\\_na\\_pokazakh\\_haute\\_couture\\_den\\_tretiy/](https://www.vogue.ru/suzy_menkes/ru/Syuzi_Menkes_na_pokazakh_haute_couture_den_tretiy/), 2015, свободный
60. Перевод статьи Сьюзи Менкес Сьюзи Менкес на показах Haute Couture: день третий [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://www.vogue.ru/suzy\\_menkes/ru/Syuzi\\_Menkes\\_na\\_pokazah\\_haute\\_couture\\_den\\_tretiy/](https://www.vogue.ru/suzy_menkes/ru/Syuzi_Menkes_na_pokazah_haute_couture_den_tretiy/), 2015, свободный
61. Перевод статьи Сьюзи Менкес Сьюзи Менкес на показах Haute Couture: день второй [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://www.vogue.ru/suzy\\_menkes/ru/Syuzi\\_Menkes\\_na\\_pokazakh\\_haute\\_couture\\_den\\_vtoroy/](https://www.vogue.ru/suzy_menkes/ru/Syuzi_Menkes_na_pokazakh_haute_couture_den_vtoroy/), 2015, свободный
62. Перевод статьи Сьюзи Менкес Сьюзи Менкес на показах Haute Couture: день первый [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://www.vogue.ru/suzy\\_menkes/ru/Syuzi\\_Menkes\\_na\\_pokaze\\_Versace\\_haute\\_couture\\_/](https://www.vogue.ru/suzy_menkes/ru/Syuzi_Menkes_na_pokaze_Versace_haute_couture_/), 2015, свободный
63. Перевод статьи Сьюзи Менкес Сьюзи Менкес на показах haute couture: Schiaparelli [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://www.vogue.ru/suzy\\_menkes/ru/Syuzi\\_Menkes\\_na\\_pokazakh\\_haute\\_couture\\_Schiaparelli/](https://www.vogue.ru/suzy_menkes/ru/Syuzi_Menkes_na_pokazakh_haute_couture_Schiaparelli/), 2015, свободный
64. Перевод статьи Сьюзи Менкес Цирк моды [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://www.spletnik.ru/blogs/moda/75391\\_perevod-stati-syuzi-menkes-the-circus-of-fashion](http://www.spletnik.ru/blogs/moda/75391_perevod-stati-syuzi-menkes-the-circus-of-fashion), 2013, свободный
65. Перевод статьи Э. Феррис-Ротман В поисках вдохновения российская мода оглядывается на родину [Электронный

ресурс]

Режим

доступа:

<https://inosmi.ru/social/20110405/168085003.html>, 2011, свободный

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Оригинал	Перевод	Трансформация
1. Suzy	Сьюзи	транскрибирование
2. Karl Lagerfeld	Карл Лагерфельд	транслитерация
3. haute tech	haute tech	Заимствование в иноязычной форме
4. high fashion	мода	генерализация
5. summer Chanel couture collection	коллекции Карла Лагерфельда Chanel Haute Couture весна-лето 2015	добавление
6. Chanel	Chanel	Заимствование в иноязычной форме
7. a scarecrow-chic straw hat	шикарная соломенная шляпа, отдаленно напоминающая головной убор пугала	описание
8. cropped top	топ	опущение
9. airy skirt	Легкая юбка	модуляция
10. icy-white	белый, похожий на снег	описательный перевод
11. Chanel double Cs	логотип Chanel	генерализация

12.tweeds	наряды из твида	Добавление, транскрибирование
13.recreated with embroidered hand stitching	сшитые вручную	опущение
14.silver-fox coat	шуба из чернобурки	конкретизация
15.beanie	шляпка	генерализация
16.“cloud” hats	«шляпы-облака»	калька
17.flat black booties	черные ботинки на плоской подошве	описательный перевод
18.booties	ботинки	генерализация
19.faux-tweed suits	псевдотвидовые костюмы	калька
20.Seamstresses	мастера	генерализация
21.ankle boots	Ботинки, доходящие до щиколоток	описательный перевод
22.looked back	вдохновлялся	модуляция
23.inspiration	источник вдохновения	добавление
24.the designer focused	коллекция состоит	модуляция
25.draw-up bags	сумочки-мешочки	модуляция
26.Raf Simons	Раф Симонс	транслитерация

27.Natalie	Натали	транскрибирование
28.Portman	Портман	транслитерация
29.hemlines	юбки	генерализация
30.a swirl of a skirt	пышные подолаы	модуляция
31.Fifties	пятидесятые	калька
32.Seventies	семидесятые	калька
33.Catsuits	тесные комбинезоны	описание
34.a translucent plastic coat	прозрачный плащ	опущение
35.coat	плащ	конкретизация
36.guipure	гипюр	транскрибирование
37.ponytails	прически	генерализация
38.descent	наряд	модуляция
39.full skirts	пышные юбки	модуляция
40.racy sporty top	короткие спортивные топы	модуляция
41.Sixties	шестидесятые	калька
42.line of navy	темно-синий	модуляция
43.popping colours	яркие цвета	модуляция
44.striped pleats	юбки в складку	конкретизация
45.the thigh-high boots	Доходящие до бедра сапоги	описательный перевод

46.Onesies	комбинезоны	генерализация
47.Donatella	Донателла	транслитерация
48.second-skin dresses	тесные вещи	модуляция
49.Atelier Versace	Atelier Versace	перенос
50.played a starring role	заметнейшая черта	модуляция
51.swirls and squiggles	изгибы	генерализация
52.electric blue	ярко-синий	модуляция
53.Ellie Goulding	Элли Голдинг	транскрибирование
54.Prince William	принц Уильям	транскрибирование
55.Kate Middleton	Кейт Миддлтон	транскрибирование
56.cutting and shaping	крой	генерализация
57.cut-outs	вырезы	калька
58.daywear	повседневная одежда	калька
59.Karlie	Карли	транскрибирование
60.Kloss	Клосс	транслитерация
61.Goldie Hawn	Голди Хоун	транскрибирование
62.fashion Oscars	премии в модном мире	генерализация
63.print	принт	транслитерация
64.grass-green	ярко-зеленый	модуляция
65.designer	дизайнер	транскрипция

66.Chanel	Шанель	транскрибирование
67.Brand	бренд	транскрибирование
68.Egoiste	Egoiste	Заимствование в иноязычной форме
69.haute couture	haute couture	Заимствование в иноязычной форме
70.Schiaparelli	Скиапарелли	транскрипция
71.Fetish	фетиш	транскрипция
72.men's fashion	мужская мода	калька
73.subculture	субкультура	калька
74.poster boy	самый яркий представитель	модуляция
75.Clothes	костюмы	конкретизация
76.utility jackets	пиджаки	генерализация
77.jeans	джинсы	транскрипция
78.shoelaces	шнурки от ботинок	Описательный перевод
79.emblazoned	украшенный	генерализация
80.Vetements		Заимствование в иноязычной форме
81.Menswear	мужская одежда	калька
82.sweatshirt	толстовка	Замена реалии
83.catwalk	подиум	эквивалент
84.streetwear	уличная одежда	калька

85.a fashion thing	модный значок	конкретизация
86.unisex	унисекс	калька
87.Dover Street Market	Довер Стрит Маркет	транслитерация+транскрипция
88.Gosha-heads	одержимые Гошей	модуляция
89.Demna Gvsalia	Демна Гвасалия	транслитерация
90.cult stylist	культовый стилист	калька
91.Vetements SS16	Vetements SS16	Заимствование в иноязычной форме
92.DHL	DHL	Заимствование в иноязычной форме
93.Vogue	Vogue	Заимствование в иноязычной форме
94.Caitlin Price	Кейтлин Прайс	транскрипция
95.Cottweiler	Коттвейлер	транслитерация
96.Tommy Hilfiger	Tommy Hilfiger	Заимствование в иноязычной форме
97.Adidas	Adidas	Заимствование в иноязычной форме
98.Nike	Nike	Заимствование в иноязычной форме
99.Gosha-head	поклонник	модуляция
100. Lonsdale	Lonsdale	Заимствование в иноязычной форме

101.	Lillywhites	Lillywhites	Заимствование в иноязычной форме
102.	style gurus	гуру стиля	Калька
103.	ethnicities	этнические истоки	добавление
104.	Flowing coats	Летающие пальто	модуляция
105.	bright blues	светлый голубой	Генерализация
106.	hot pinks	насыщенный розовый	Генерализация
107.	fashion	российская мода	добавление
108.	icon	гуру моды	добавление
109.	modern metallic gowns	современные костюмы, отливающие металлическим блеском	модуляция
110.	Loose-fitting	Свободно сидящие	калька
111.	mink	меха	генерализация
112.	wear reindeer	греться оленьим мехом	модуляция
113.	shaggy ram's wool hats	бараньи шапки	Генерализация
114.	coats	бурки	конкретизация
115.	Fashion Code	Fashion Code	Заимствование в иноязычной форме

116.	Industry	фэшн-индустрия	добавление
117.	Milan	Милан	транслитерация
118.	new designers	новые имена в российском дизайне	добавление
119.	designed	скроенный	конкретизация
120.	men's clothes	мужская коллекция	конкретизация
121.	Yves Saint Laurent	Ив Сен-Лоран	транскрибирование
122.	Minaret	Минарет	транслитерация
123.	Poiret	Пуаре	транскрибирование
124.	Buyers	закупщики	конкретизация
125.	velvet- upholstered	– с обивкой из потертого бархата	описание
126.	the fall 2017 collection	осенне-зимняя коллекция	добавление
127.	military- influenced	полувоенный	модуляция
128.	sportswear pieces	спортивные костюмы	конкретизация
129.	January 2017 men's wear shows	январский показ мужской моды	опущение
130.	Ermenegildo	Ermenegildo Zegna	Заимствование в иноязычной

Zegna		форме
131. first show	первое событие	генерализация
132. Fashion	модная индустрия	добавление
133. Industry	мода	конкретизация
134. prewar fashion	предвоенная мода	калька
135. couture	мода	генерализация
136. bold color	смелый цвет	эквивалент
137. Art Nouveau	ар-нуво	транскрибирование
138. Designs	творчество	генерализация
139. folk dress	русское народное платье	конкретизация
140. tunics	туника	транскрибирование
141. “lampshade” skirt	юбка-абажур	калька
142. harem pants	шаровары	Замена реалии
143. turbans	тюрбаны	транслитерация
144. They’re Russian	Его наряды — русские	Конкретизация
145. Hooligan	гопник	Замена реалии
146. lumped together with Demna Gvasalia	упоминают в одном ряду с Демной Гвасалией	модуляция

147.	Balenciaga	Balenciaga	Заимствование в иноязычной форме
148.	Mulberry	Mulberry	Заимствование в иноязычной форме
149.	Emilio Pucci	Emilio Pucci	Заимствование в иноязычной форме
150.	Ersatz	контрафактная версия	Конкретизация
151.	Polyester	синтетический	генерализация
152.	Карра	Карра	Заимствование в иноязычной форме
153.	Fila	Fila	Заимствование в иноязычной форме
154.	fabrics	материалы	генерализация
155.	Lurex	люрекс	транскрипция
156.	fake leather	искусственная кожа	калька
157.	Levi's	Levi's	Заимствование в иноязычной форме
158.	the result of much haggling and smuggling	добывались трудными и не всегда законными путями	генерализация
159.	grungy	мешковатый	модуляция
160.	style	рекламные	опущение

advertising campaigns	кампании	
161. magazine stories	журнальные стили	модуляция
162. lookalike brands	подражательные бренды	калька
163. Tom Ford	Том Форд	транслитерация
164. '70s styles	70-е года	генерализация
165. Parisian haute couture schedule	парижские мероприятия высокой моды	генерализация
166. babushka scarf	платок	генерализация
167. corset	корсет	Транслитерация
168. headpiece	гребень	конкретизация
169. Valentino	Valentino	Заимствование в иноязычной форме
170. Jean Paul Gaultier	Jean Paul Gaultier	Заимствование в иноязычной форме
171. Comme des Garçons	Comme des Garçons	Заимствование в иноязычной форме
172. Label	лейбл	транскрипция
173. subtitle "Paris"	слово «Париж»	генерализация
174. unremarkable-seeming clothes	непримечательная, на первый взгляд,	калька

		одежда	
175.	Fendi	Fendi	Заимствование в иноязычной форме
176.	women's ready-to-wear	готовая одежда для женщин	калька
177.	stewardship of Chanel	работа с домом Chanel	генерализация
178.	Woolmark	Woolmark	Заимствование в иноязычной форме
179.	Chloé	Chloé	Заимствование в иноязычной форме
180.	Furs	шубы	модуляция
181.	creative poison	яд, смертельно опасный для творчества	Конкретизация или описание
182.	trends	тренды	транслитерация
183.	Haute Fourrure	Haute Fourrure	Заимствование в иноязычной форме
184.	high fur	высокой моды меха	описание
185.	two different masters	двух разных модных домов	модуляция
186.	show's genesis	идея проведения показа	модуляция
187.	brand	модный дом	конкретизация

188. Italian luxury house	элитный итальянский модный дом	добавление
189. novel treatment	новейшие технологии обработки материалов	конкретизация
190. fur and leather brand	магазин-мастерская по изготовлению изделий из меха и кожи	Модуляция
191. “Baguette” handbag	сумка-багет	калька
192. LVMH	LVMH	Заимствование в иноязычной форме
193. “fantasy fur”	«фантазийные меха»	калька
194. grained leather”	«зернистая кожа»	калька
195. SS15	SS15	Заимствование в иноязычной форме
196. vivid geometric design	четкие геометрические вставки	модуляция
197. street-style	уличная мода	описание

198.	“bugs”	аксессуары	генерализация
199.	clip-on handbag accessories	брелоки	конкретизация
200.	craftsmanship	технология обработки	модуляция
201.	mixing things	сочетание разных материалов	конкретизация
202.	fur	изделия из меха	Конкретизация
203.	material	мех	генерализация
204.	iDesign	компьютерный дизайн	модуляция
205.	leather	изделия из кожи	добавление
206.	fashion monthlies	модные журналы	генерализация
207.	final dress	сшитое платье	модуляция
208.	garment	изделие	генерализация
209.	Fitting	одежда	модуляция
210.	fashion landscape	искусство дизайнера- модельера	модуляция
211.	Yohji Yamamoto		Заимствование в иноязычной форме
212.	fashion folk	толпа людей	опущение
213.	multipatterned dresses	перегруженные узорами платья	модуляция

214.	fast fashion	быстрая мода	калька
215.	club-sandwich platform shoes	туфли на платформах до отказа напичканные всякой всячиной	модуляция
216.	blooming with flat flowers	украшенный искусственными цветами	модуляция
217.	walking display for designer goods	ходячая демонстрация модных способностей	модуляция
218.	H&M	H&M	Заимствование в иноязычной форме
219.	mile-high shoes	туфли с бесконечно длинными каблуками	генерализация
220.	blogs	блоги	транслитерация
221.	Sartorialist		Заимствование в иноязычной форме
222.	Bloggers	фешн-блогеры	добавление
223.	show-off		Заимствование в иноязычной форме+комментарий
224.	Bryanboy	Браянбой	транскрибирование

225.	Style.com	Style.com	Заимствование в иноязычной форме
226.	NowFashion	NowFashion	Заимствование в иноязычной форме
227.	Marc Jacobs	Марк Джейкобс	транскрибирование
228.	bryanboy.com	bryanboy.com	Заимствование в иноязычной форме
229.	fashion bloggers	фешн-блоггеры	транскрибирование +транслитерация
230.	Susie Bubble	Сьюзи Баббл	транскрибирование
231.	Tavi Gevinson	Тави Гевинсон	транслитерация
232.	Project Runway	Project Runway	Заимствование в иноязычной форме
233.	Central Saint Martins	Сент Мартинс	транскрибирование +транслитерация
234.	Bouncy skirts	Пышные юбки	модуляция
235.	ballerina slippers	балетки	модуляция
236.	New Look	New Look	Заимствование в иноязычной форме
237.	Dior	Диор	транслитерация
238.	wide-shouldered	- подчеркивающий плечи	модуляция
239.	Company	модный Дом	конкретизация

240.	The 50s	The 50s	Заимствование в иноязычной форме
241.	ball gowns		калька
242.	day outfits	дневные образы	калька
243.	Bar outfit	жакет Bar	конкретизация
244.	Bar	Bar	Заимствование в иноязычной форме
245.	Bikini	бикини	транслитерация
246.	bra-cup tops	топы с острыми чашками для груди	описание
247.	Balenciaga	Баленсиага	транслитерация
248.	handbag	сумочка	генерализация
249.	cardigans	кардиганы	транслитерация
250.	pedal-pusher trousers	велосипедные брюки	модуляция
251.	skirts	подолы	конкретизация
252.	Hermès	Hermès	Заимствование в иноязычной форме
253.	Satin	сатин	транслитерация
254.	Underthings	белье	конкретизация
255.	Givenchy	Givenchy	Заимствование в иноязычной форме
256.	Balenciaga	Balenciaga	Заимствование в иноязычной форме

257.	swags of fabric	оборки	модуляция
258.	John Lewis	John Lewis	Заимствование в иноязычной форме
259.	full skirt	длиной до колена	конкретизация
260.	In high-fashion currency	По меркам высокой моды	модуляция
261.	looked towards home turf	обратился к родным российским мотивам	модуляция
262.	oversize	слишком большой	Калька
263.	Mounting two collections	Проведение двух многодневных показов коллекций	модуляция
264.	the cattle market	the cattle market	Заимствование в иноязычной форме+комментарий
265.	fabled	прославившийся	Модуляция
266.	House	Fendi	Конкретизация
267.	fashion wunderkind	вундеркинд	опущение
268.	themes	модные мотивы	добавление
269.	satin that looks like a sculpture on the body	на сатине, выглядели настоящими скульптурами	модуляция

<p>270. The models look like grandmothers</p>	<p>На подиумах — просто бабушки</p>	<p>калька</p>
<p>271. Like a compass contouring the body, there were rivulets of sheer cut-outs</p>	<p>По телам моделей скользили линии разрезов</p>	<p>опущение</p>
<p>272. Wearing a scarlet knot of lipstick like a Matryoshka doll</p>	<p>И стиль самой Сергеенко — алая помада как у куклы-матрешки</p>	<p>калька</p>
<p>273. Today, the people outside fashion shows are more like peacocks than crows.</p>	<p>Сегодня, люди за пределами модных показов больше похожи на павлинов нежели на ворон.</p>	<p>калька</p>
<p>274. Lagerfeld himself and the Chanel studio reached a level of perfection which will hang like an exquisite perfume over their 32-year collaboration.</p>	<p>В нынешней коллекции Лагерфельд и ателье Chanel добились уровня совершенства, который овекает их 32-летнее сотрудничество изысканным</p>	<p>модуляция</p>

		ароматом.	
275.	funky hats	оригинальные шляпки	модуляция
276.	witty prints	остроумные принты	эквивалент
277.	dresses smothered in bows like so many kisses	платья, покрытые бантиками, словно следами от поцелуев.	калька
278.	unglam and street-focused.	отсутствие гламура, ориентированность на уличный стиль.	Описательный перевод
279.	heavily embroidered floral jackets	густо украшенные цветочной вышивкой жакеты	добавление
280.	many aspiring designers	работы многих других	опущение
281.	peacoats	бушлаты	Замена реалии
282.	hobble skirts	узкие юбки	модуляция
283.	folkloric embroideries	вышивки	опущение
284.	shrunk garments	слишком	описание

	маленькая одежда	
285. out-of-fashion clothes	старомодные наряды	калька
286. high fashion	Высокая мода	калька
287. lookalike	Подражательный	калька
288. The pieces were scissored into rounded shapes with the skill of Matisse, then put together again as they licked the bare flesh	Волнистые изгибы были вырезаны из ткани и наложены на обнаженное тело с мастерством, достойным Матисса.	Описательный перевод
289. Even when the same striped pleats were used, the thigh-high boots, as if from the set of 1968 movie Barbarella, made me doubt Dior's journey into space.	Доходящие до бедра сапоги вряд ли подойдут для космической одиссеи Dior, даже в сочетании с теми же юбками в складку	модуляция
290. Butterflies of the Night	Butterflies of the Night	Заимствование в иноязычной форме
291. Roger Vivier	Roger Vivier	Заимствование в иноязычной форме

292.	retro	ретро	Транслитерация
293.	lemon-yellow	Ярко-желтый	
294.	flamboyant	-	опущение
295.	epaulets	погоны	Замена реалии
296.	oriental- inspired	восточный	Модуляция
297.	streamlined	элегантный	Эквивалент
298.	flirty	созданный для флирта	Описательный перевод
299.	saucy veils	вуаль	Опущение
300.	luxuriant Hawaiian patterns	Гавайский цветочный принт	Опущение
301.	fashion- conscious people	Люди, понимающие моду	Описательный перевод

## ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Оригинал	Перевод	Трансформация	Тип БЭЛ
1. Suzy	Сьюзи	транскрибирование	Имя собственное
2. Karl Lagerfeld	Карл Лагерфельд	транслитерация	Имя собственное
3. Chanel	Chanel	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
4. tweeds	наряды из твида	Добавление, транскрибирование	Реалия
5. beanie	шляпка	генерализация	Реалия
6. ankle boots	Ботинки, доходящие до щиколоток	описательный перевод	«Случайная лакуна»
7. Raf Simons	Раф Симонс		
8. Natalie	Натали	транскрибирование	Имя собственное
9. Portman	Портман	транслитерация	Имя собственное
10.ponytails	прически	генерализация	реалия
11.Donatella	Донателла	транслитерация	
12.Atelier Versace	Atelier Versace	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
13.Ellie Goulding	Элли Голдинг	транскрибирование	Имя

			собственное
14.Prince William	принц Уильям	транскрибирование	Имя собственное
15.Kate Middleton	Кейт Миддлтон	транскрибирование	Имя собственное
16.Karlie	Карли	транскрибирование	Имя собственное
17.Kloss	Клосс	транслитерация	Имя собственное
18.Chanel	Шанель	транскрибирование	Имя собственное
19.Egoiste	Egoiste	Заимствование в иностранной форме	Имя собственное
20.haute couture	haute couture	Заимствование в иностранной форме	Имя собственное
21.Schiaparelli	Скиапарелли	транскрибирование	Имя собственное
22.poster boy	самый яркий представитель	модуляция	«Случайная лакуна»
23.utility jackets	пиджаки	генерализация	реалия
24.Vetements	Vetements	Заимствование в иностранной форме	Имя собственное
25.sweatshirt	толстовка	Замена реалии	реалия
26.Dover Street Market	Довер Стрит Маркет	транслитерация+ транскрибирование	Имя собственное

27.Demna Gvsalia	Демна Гвасалия	транслитерация	Имя собственное
28.Vetements SS16	Vetements SS16	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
29.DHL	DHL	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
30.Vogue	Vogue	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
31.Caitlin Price	Кейтлин Прайс	транскрибирование	Имя собственное
32.Cottweiler	Коттвейлер	транслитерация	Имя собственное
33.Tommy Hilfiger	Tommy Hilfiger	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
34.Adidas	Adidas	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
35.Nike	Nike	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
36.Lonsdale	Lonsdale	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
37.Lillywhites	Lillywhites	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
38.Fashion Code	Fashion Code	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
39.Milan	Милан	транслитерация	Имя

			собственное
40.Yves Saint Laurent	Ив Сен-Лоран	транскрибирование	Имя собственное
41.Poiret	Пуаре	транскрибирование	Имя собственное
42.Minaret	Минарет	транслитерация	Имя собственное
43.Buyers	закупщики	конкретизация	реалия
44.Ermenegildo Zegna	Ermenegildo Zegna	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
45.Art Nouveau	ар-нуво	транскрибирование	Имя собственное
46.tunics	туника	транскрибирование	реалия
47.harem pants	шаровары	Замена реалии	реалия
48.turbans	тюрбаны	транслитерация	реалия
49.Hooligan	гопник	Замена реалии	реалия
50.Balenciaga	Balenciaga	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
51.Mulberry	Mulberry	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
52.Emilio Pucci	Emilio Pucci	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
53.Fila	Fila	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное

54.Карра	Карра	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
55.Levi's	Levi's	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
56.Tom Ford	Том Форд	транслитерация	Имя собственное
57.Valentino	Valentino	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
58.Jean Paul Gaultier	Jean Paul Gaultier	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
59.Comme des Garçons	Comme des Garçons	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
60.subtitle "Paris"	слово «Париж»	генерализация	«Случайная лакуна»
61.Fendi	Fendi	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
62.Woolmark	Woolmark	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
63.Chloé	Chloé	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
64.trends	тренды	транслитерация	реалия
65.Haute Fourrure	Haute Fourrure	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
66.LVMH	LVMH	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное

67.SS15	SS15	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
68.Yohji Yamamoto	Yohji Yamamoto	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
69.H&M	H&M	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
70.blogs	блоги	транслитерация	Реалия
71.Bloggers	фешн-блогеры	добавление	Реалия
72.show-off	show-off	Заимствование в иноязычной форме+комментарий	«Случайная лакуна»
73.Bryanboy	Браянбой	транскрибирование	Имя собственное
74.Marc Jacobs	Марк Джейкобс	транскрибирование	Имя собственное
75.Style.com	Style.com	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
76.NowFashion	NowFashion	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
77.bryanboy.com	bryanboy.com	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
78.fashion bloggers	фешн-блоггеры	транскрибирование +транслитерация	Реалия
79.Susie Bubble	Сьюзи Баббл	транскрибирование	Имя

			собственное
80.Tavi Gevinson	Тави Гевинсон	транслитерация	Имя собственное
81.Project Runway	Project Runway	Заимствование в иностранной форме	Имя собственное
82.Central Saint Martins	Сент Мартинс	транскрибирование +транслитерация	Имя собственное
83.New Look	New Look	Заимствование в иностранной форме	Имя собственное
84.Dior	Диор	транслитерация	Имя собственное
85.The 50s	The 50s	Заимствование в иностранной форме	Имя собственное
86.Bar	Bar	Заимствование в иностранной форме	Имя собственное
87.Bikini	бикини	транслитерация	Реалия
88.Balenciaga	Баленсиага	транслитерация	Имя собственное
89.handbag	сумочка	генерализация	«Случайная лакуна»
90.cardigans	кардиганы	транслитерация	Реалия
91.Hermès	Hermès	Заимствование в иностранной форме	Имя собственное
92.Givenchy	Givenchy	Заимствование в иностранной форме	Имя собственное

93. John Lewis	John Lewis	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
94. the cattle market	the cattle market	Заимствование в иноязычной форме+комментарий	«Случайная лакуна»
95. peacoats	бушлаты	Замена реалии	Реалия
96. hobble skirts	узкие юбки	модуляция	Реалия
97. epaulets	погоны	Замена реалии	Реалия
98. Butterflies of the Night	Butterflies of the Night	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное
99. Roger Vivier	Roger Vivier	Заимствование в иноязычной форме	Имя собственное

### ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Оригинал	Перевод	Исходное худ. средство	Худ. средство в переводе	Образность сохранена (+) / потеряна (-)	Трансформация
1. airy skirt	Легкая юбка	эпитет		-	модуляция
2. icy-white	белый, похожий на снег	эпитет	сравнение	-	Описательный перевод
3. “cloud” hats	«шляпы-облака»	метафора	метафора	+	калька
4. draw-up bags	сумочки-мешочки	Метонимия по функции	метонимия по форме	+	модуляция
5. a swirl of a skirt	пышные подолы	эпитет	эпитет	сдвиг	модуляция
6. descent	наряд	Метафора		-	модуляция
7. full skirts	пышные юбки	эпитет	эпитет	-	модуляция
8. racy sporty top	короткие спортивные топы	эпитет	-	-	модуляция
9. line of	темно-	Метафора	эпитет	сдвиг	модуляция

navy	синий				
10.popping colours	яркие цвета	эпитет	-	-	модуляция
11.second-skin dresses	тесные вещи	эпитет	эпитет	-	модуляция
12.swirls and squiggles	изгибы	метафора	-	-	модуляция
13.electric blue	ярко-синий	Эпитет	эпитет	-	модуляция
14.fashion Oscars	премии в модном мире	Аллюзия	-	-	генерализация
15.grass-green	ярко-зеленый	Эпитет	эпитет	-	модуляция
16.catwalk	подиум	Метонимия по признаку	-	-	эквивалент
17.Gosha-heads	одержимые Гошей	Метафора	эпитет	сдвиг	модуляция
18.style gurus	гуру стиля	метафора	метафора	+	калька
19.Flowing coats	Летящие пальто	Метафора или эпитет	эпитет	+	
20.bright blues	светлый голубой	эпитет	-	-	модуляция

21.hot pinks	насыщен ый розовый	Метафора или эпитет	эпитет	+	модуляция
22.wear reindeer	греться оленьим мехом	Метоним ия	-	+	добавление
23.bold color	смелый цвет	эпитет	эпитет	+	модуляция
24.“lampsha de” skirt	юбка- абажур	Метоним ия по форме		+	калька
25.grungy	мешковаты й	эпитет	эпитет	+	модуляция
26.babushka scarf	платок	эпитет	-	-	опущение
27.unremark able- seeming	непримечат ельная, на первый взгляд	Эпитет	эпитет	+	калька
28.stewardsh ip of Chanel	работа с домом Chanel	метафора	-	-	генерализац ия
29.creative poison	яд, смертельно опасный для творчества	Метафора	эпитет	+	Описательн ый перевод

30.high fur	меха высокой моды	эпитет	метафора	+	добавление
31.“Baguette ” handbag	сумка- багет	Метоним ия	Метоним ия	+	калька
32.“fantasy fur”	«фантазийн ые меха»	эпитет	эпитет	+	калька
33.grained leather	«зернистая кожа»	эпитет	эпитет	+	калька
34.vivid design	четкие вставки	эпитет	эпитет	-	модуляция
35.“bugs”	аксессуары	Метоним ия	-	-	генерализац ия
36.iDesign	компьютер ный дизайн	Аллюзия	-	-	модуляция
37.fashion landscape	искусство дизайнера- модельера	Метафора	метафора	-	генерализац ия
38.multipatte rned	перегружен ные узорами	эпитет	эпитет	+	калька
39.club- sandwich platform shoes	туфли на платформа х до отказа напичканн ые всякой	Метафора	-	+	Описательн ый перевод

	всячиной				
40.blooming with flowers	украшенны й цветами	Метафора	-	-	модуляция
41.mile-high shoes	туфли с бесконечно длинными каблуками	эпитет	-	+	Описательн ый перевод
42.Bouncy skirts	Пышные юбки	эпитет	эпитет	-	модуляция
43.ballerina slippers	балетки	Метоним ия	-	+	модуляция
44.bra-cup tops	топы с острыми чашками для груди	метоними я	-	+	Описательн ый перевод
45.pedal- pusher trousers	велосипедн ые брюки	метоними я	-	-	модуляция
46.swags of fabric	оборки	Метафора	-	-	модуляция
47.Mounting two collection s	Проведени е двух многоднев ных показов коллекций	метафора	-	-	модуляция

48. satin that looks like a sculpture on the body	на сатине, выглядели настоящим и скульптурами	сравнение	сравнение	+	модуляция
49. The models look like grandmothers	На подиумах — просто бабушки	сравнение	сравнение	+	калька
50. Like a compass contouring the body, there were rivulets of sheer cut-outs	По телам моделей скользили линии разрезов	сравнение	-	-	опущение
51. Wearing a scarlet knot of lipstick like a Matryoshka doll	И стиль самой Сергеевко — алая помада как у куклы-матрешки	сравнение	сравнение	+	калька

<p>52.Today, the people outside fashion shows are more like peacocks than crows.</p>	<p>Сегодня, люди за пределами модных показов больше похожи на павлинов нежели на ворон.</p>	<p>сравнение</p>	<p>сравнение</p>	<p>+</p>	<p>калька</p>
<p>53.Lagerfeld himself and the Chanel studio reached a level of perfection which will hang like an exquisite perfume over their 32-year collaboration.</p>	<p>В нынешней коллекции Лагерфельд и ателье Chanel добились уровня совершенства, который овеивает их 32-летнее сотрудничество изысканным ароматом.</p>	<p>сравнение</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>калька</p>
<p>54.funky</p>	<p>оригинальн</p>	<p>Эпитет</p>	<p>Эпитет</p>	<p>-</p>	<p>модуляция</p>

hats	ые шляпки				
55.witty prints	остроумные принты	Эпитет	Эпитет	+	эквивалент
56.dresses smothered in bows like so many kisses	платья, покрытые бантиками, словно следами от поцелуев.	сравнение	сравнение	+	калька
57.streamlined	элегантный	Эпитет	Эпитет	+	эквивалент
58.heavily embroidered floral jackets	густо украшенные цветочной вышивкой жакеты	эпитет	эпитет	+	добавление
59.many <u>aspiring</u> designers	работы многих других	эпитет	-	-	опущение
60.folkloric embroideries	-	эпитет	-	-	опущение
61.shrunken garments	слишком маленькая одежда	эпитет	-	-	модуляция
62.out-of-	старомодн	эпитет	эпитет	-	модуляция

fashion clothes	ые наряды				
63.high fashion	Высокая мода	Эпитет	Эпитет	+	калька
64.The pieces were scissored into rounded shapes with the skill of Matisse, then put together again as they licked the bare flesh	Волнистые изгибы были вырезаны из ткани и наложены на обнаженное тело с мастерством, достойным Матисса.	аллюзия	-	+	Описательный перевод
65.Even when the same striped pleats were used, the	Доходящие до бедра сапоги вряд ли подойдут для космическо	аллюзия	аллюзия	+	модуляция

thigh-high boots, as if from the set of 1968 movie Barbarella, made me doubt Dior's journey into space.	й одиссеи Dior, даже в сочетании с теми же юбками в складку				
66.supertight	супер узкий	Эпитет	Эпитет	+	калька
67.legions of imitators	легионы подражателей	Метафора	Метафора	+	калька
68.era of punk	Эпоха панка	Метафора	Метафора	+	
69.fashion-conscious people	Люди, понимающие моду	Эпитет	-	-	Описательный перевод
70.tiny waists	тонкие талии	Эпитет	эпитет	-	генерализация
71.luxuriant Hawaiian	Гавайский цветочный	Эпитет	-	-	опущение

patterns	принт				
72.flirty	созданный для флирта	Эпитет	-	-	Описательн ый перевод
73.frivolous	-	Эпитет	-	-	опущение
74.saucy veils	-	Эпитет	-	-	опущение
75.lookalike	подражател ьный	эпитет	эпитет	+	калька