

УДК 81'22'44:811.161.2

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ТЕРМІНОЛОГІЇ МОДИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНІВ СОФІ КІНСЕЛИ)

Мелько Х. Б.

Київський національний лінгвістичний університет

У статті здійснено комплексний аналіз термінології моди в англійській мові на матеріалі романів Софі Кінсели. Проаналізовано способи еквівалентного відтворення українською мовою лексики моди у перекладах текстів англomовного художнього дискурсу.

Ключові слова: термінологія, лексичний склад мови, лексика моди, художній дискурс, фешн індустрія.

Мелько К. Б. Особенности перевода терминологии моды в английском языке (на материале романов Софи Кинсели). В статье осуществлен комплексный анализ терминологии моды в английском языке на материале романов Софи Кинсели. Проанализированы способы эквивалентного воспроизведения лексики моды в переводах текстов англоязычного художественного дискурса.

Ключевые слова: терминология, лексический состав языка, лексика моды, художественный дискурс, фэшн индустрия.

Melko Kh. B. Specific features of translation of the terminology of fashion lexicon in the English language (based on Sophie Kinsella's novels). The article presents a comprehensive analysis of the terminology of fashion lexicon in the English language based on Sophie Kinsella's novels. Ways and peculiarities of translation fashion lexicon are investigated in the article.

Key words: terminology, vocabulary, fashion lexicon, fiction, fashion industry.

Постановка проблеми. Сьогодні мода вже не є пріоритетом вузького аристократичного кола. Вона увійшла у життя звичайної людини, диктуючи суспільству, що і як носити. Правильний вибір одягу є запорукою успішного формального та неформального спілкування, ділових зустрічей, переговорів, політичних кампаній, тому що перше враження людина справляє завдяки її зовнішньому вигляду. Предмети одягу та аксесуарів відомих виробників і дизайнерів свідчать про високий статус людини. Будучи найбільш багатомірним явищем сучасного життя, що проникає у більшість сфер людської діяльності, мода була досліджена вченими різних галузей знань: філософами, соціологами і лінгвістами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемою перекладу англomовної лексики займалося багато різних вчених, серед яких В. Н. Комісаров, Л. С. Бархударов, В. С. Вино-

градов, Н. К. Гарбовський, В. І. Карабан, І. В. Корунець, які в своїх працях вивчали власне поняття перекладу та методи перекладу, а також використання граматичних та лексичних трансформацій для здійснення адекватного перекладу.

Стрімкий темп змін у галузі моди знаходить своє відображення на вербальному рівні, відбувається постійне утворення нових лексичних одиниць на позначення нових явищ.

Загалом, в результаті довгого історичного розвитку лексичний склад сучасної англійської мови тільки на 30% складається з слів споконвічно англійського походження, проте, саме ця лексика позначає найбільш важливі поняття і відрізняється високою частотністю вживання, а також найбільш активну участь у процесах словотворення.

Лексика сучасної англійської мови має наполовину німецький (старо-англійські та скандинавські слова) і наполовину романський (французькі та латинські слова) склад. Водночас, велика кількість запозичень надходить з грець-

кої мови в галузі науки і техніки, а також з голландської, італійської, німецької, іспанської, арабської і ще багатьох інших мов [1, 79].

Лексичний склад англійської мови завжди активно поповнювався, оскільки існувала необхідність номінації нових явищ, які виникали внаслідок розвитку промисловості, інформаційних технологій, систем комунікації, глобалізації у світовій економіці, уніфікації та взаємного збагачення культур [5, 88].

Потрібно звернути увагу на словотворчі особливості лексики світу моди, оскільки існують морфологічні відмінності між англійською та українською мовами, тому словотвірні засоби, які є продуктивними в одній мові, можуть не бути продуктивними в іншій. Праці Б. В. Пупченко, П. М. Кароцука, Є. Н. Ботчука та Л. Г. Верби, В. І. Перебийніс, зробили значний вклад у лексикологію англійської мови, визначивши способи творення лексики англійської мови. Об'єктом лінгвістичних досліджень останніх років були лексичні одиниці, пов'язані з такими сферами, як політика, економіка, юриспруденція, фінанси та банківська справа, реклама, ЗМІ, інформаційні технології та Інтернет. Незважаючи на значимість моди для світогляду сучасної людини, її соціальну значущість як сфери діяльності, лексика моди залишилася поза увагою мовознавців. Вона не була предметом термінологічних досліджень, досліджень зі словотвору чи популярних нині когнітивних студій, у тому числі в межах вивчення мовних картин світу.

Проте у двадцятому столітті, як наслідок демократизації суспільства, мода перестала бути надбанням вузького кола аристократії і увійшла в життя людей незалежно від їх соціального статусу. Зміни у галузі моди відбуваються у стрімкому темпі, який знаходить своє відображення на вербальному рівні. Внаслідок чого відбувається постійне утворення нових лексичних одиниць на позначення нових явищ [3, 130].

Сфера вживання лексики моди значно ширша, ніж окремо взята професійна галузь. Окрім того, що цю лексику вживають як у відповідній індустрії, так і в повсякденному житті, її використовують у мовленні не лише фахівці, а й ті, хто цікавиться модою, пересічні споживачі, які купують одяг.

Мета статті – здійснити комплексний аналіз англійської лексики моди на матеріалі романів Софі Кінсели.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

охарактеризувати лексику моди як складник англійської картини світу;

здійснити системний аналіз номінації в англійській лексиці моди;

визначити особливості перекладу англійської лексики моди.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Англійська лексика моди є надзвичайно потужною базою, яка дає можливість ґрунтовніше дослідити мову як єдине ціле. Лексико-семантичне поле моди включає в себе як активний так і пасивний словниковий запас мовця.

До складу лексики моди входять одиниці на позначення предметів одягу, взуття, головних уборів, зачісок, аксесуарів, модних стилів та течій, назви колекцій високої моди, назви брендів та виробників одягу й аксесуарів, професійна лексика індустрії високої моди та легкої промисловості.

Аналізуючи визначення моди, можна виділити 14 семантичних складників слова *fashion*: *style, dress, new, way of life, identity, shape, behaviour, consumer, creation, designer, show, superiority, admiration, force*.

На основі семантичного аналізу можна побачити, що у визначеннях моди найчастіше траплялися семантичні компоненти такі, як *style, dress* та *clothes*. Тому, ми можемо визначити моду як соціокультурне явище, в основі якого лежить сприйняття певних стилів убрання актуальних на певний момент [4, 2].

Теоретики моди (Weston-Thomas, Ozarda, Agnell) зазначають, що мода може бути співвіднесена з поняттям стилю, розглядатися як окремий світ чи сфера діяльності, вона асоціюється з такими полярними поняттями, як творчість та індустрія. У сфері моди одночасно реалізуються і взаємодіють діалектично протилежні прагнення людини до індивідуальності та ототожнення себе із соціумом.

Англійська лексика моди розвивалася під впливом зовнішніх соціокультурних факторів. Нові предмети одягу виникали як реакція на зміни в суспільстві, семіотизувалися й відповідно отримували назви, які відображають

характер тих явищ, що спричинили до появи того чи іншого одягу. Серед основних чинників, які впливали на розвиток моди, а разом із тим – і на номінацію, такі: рух за емансипацію жінок (*power suit, dress for success*), політико-економічні чинники (*National Standard Dress, utility garments*), виникнення молодіжних рухів (*hippie look, punk look*), розвиток кіномистецтва та шоу-бізнесу (*Sophia Loren look, Madonna wannabee*), соціальні чинники та стратифікація суспільства (*yuppie, status symbols, dress codes, door screening policy*), зростання уваги до здорового способу життя (*fitness craze, sportswear craze*), розвиток інформаційних технологій та зростання значення цінності інтелекту на фоні зменшення уваги до матеріальних проявів статусу кінця ХХ століття (*the nineties" style loss, Dress Down Friday, jeans-T-shirt-sneakers uniform*), розвиток медичних та косметологічних технологій (*facelift, nail grafting, hair grafting, silicone implants*) [4, 100].

Для перекладу англійських лексичних одиниць на позначення предметів гардеробу та прикрас, які при перекладі співпадають з їх українськими відповідниками лише за лексичним значенням, та відрізняються за формою та звучанням, використовується переклад на рівні слова/лексми.

I smile gingerly and run my eyes over her outfit of ancient navy blue sweatshirt, jodhrups, and riding boots (TSDOS). – Я несміливо посміхаюся і дивлюся на її вбрання: древня темно-синя **фуфайка, бриджі** і чоботи для верхової їзди.

В лексиці моди представлені всі засоби словотвірної номінації, притаманні сучасній англійській мові: лінійні (афіксація, усічення основи, словоскладання, утворення акронімів, телескопія, редуплікація, іконічний словотвір), нелінійні (конверсія, компресія, переосмислення лексичних значень слів, міжкатегоріальний перехід), а також okazionalna номінація. Номінація в лексиці моди відбувається також через запозичення та шляхом утворення словосполучень. Важливу роль у цьому процесі відіграють соціокультурні чинники [6, 183].

Термінологія моди базується на складних словах, які в мові оригіналу формуються за моделлю 'N+N', а в мові перекладу представлені простими відповідниками.

In spite of everything, I feel the beginnings of a smile. I can just picture him, in his waistcoat, his wooly eyebrows knitting together (SAS). – Незважаючи на все, я відчуваю, що починаю посміхатися. Я можу тільки уявити його у **жилеті**, його брови зв'язані разом.

Загалом фешн індустрія має свою термінологію. Провівши лексичні особливості творів Софі Кінсели, можна створити словник фешн індустрії, опанувати мову, кліше та сталі вирази людей, що працюють у сфері моди. Але важливо пам'ятати, що мова перекладу має бути природною, якою користується пересічна людина в щоденному житті. Читач повинен повністю перенестися у світ героїні та відчути себе на її місці. Задля досягнення такого ефекту, текст повинен бути легким для сприйняття, аби читач щоразу не відволікався від читання на пошук того чи іншого незнайомого поняття.

Переклад власних назв у художньому тексті завжди орієнтований на досягнення комунікативно-функціональної ефективності. Не зважаючи на те, що така група лексики найважче піддається іншомовній трансформації, її еквівалентний переклад необхідний для досягнення рівноцінної ефективності впливу на читача [2, 123].

Бренд – символічне втілення комплексу інформації, пов'язаного з певним продуктом або послугою [8]. Семантика бренду формується в свідомості людини, забезпечуючи емоційний зв'язок між лінгвістичним сприйняттям бренду і його смисловою функціональністю. Таким чином, бренд – це набір реальних і віртуальних думок, які виражаються в певному продукті, а ім'я бренду несе в собі смислове навантаження [8].

Романи Софі Кінсели насичені великою кількістю власних назв: назв брендів, ресторанів, журналів, кафе. Більшість з них є інтернаціональними проте є й такі, які невідомі читачеві. Саме з метою пояснення невідомих понять використовуються різноманітні трансформації: транскрипція, транслітерація, додавання, експлікація, генералізація. Наприклад:

So on Monday morning, I stop off at Lucio's on the way into work and buy an extra large cappuccino and a chocolate muffin, just like I usually do [9, 54]. – *Отож, в понеділок зранку по дорозі на роботу, я заскочила до італійського ресторан-*

чика “Lucio's”, щоб, як зазвичай, купити велике капуту чино та шоколадний мафін.

Згадана в тексті назва ресторану “Lucio's” італійського походження. Отже, читач має відчувати саме італійське звучання. Саме задля цього в перекладі залишається іноземне написання назви, проте додається пояснення (використовується трансформація додавання), яке вказує на вид ресторану.

My mum thinks if you can't buy it at Bentalls of Kingston, you don't need it [9, 43]. – Моя мама вважає, що якщо ти не можеш знайти якусь річ в звичайному торговому центрі, вона тобі не потрібна.

В цьому прикладі представлено “Bentalls of Kingston” – торговий центр в Англії, де розташовані крамниці звичайних торгових брендів. Автор намагається пояснити, що непотрібно купувати дорогі речі, якщо ти не можеш собі їх дозволити. В зазначеному прикладі перекладач використовує описовий переклад, замінивши назву торгового центру на загальний опис “звичайний торговий центр”, оскільки транскрибування не надало б читачеві потрібної інформації.

Однією з найчастіше вживаних трансформацій є граматична трансформація опущення – прийом, що передбачає ігнорування в процесі перекладу деяких семантично надлишкових слів, які не несуть важливого смислового навантаження. В нижченаведеному прикладі при перекладі було опущено назву магазину “Body Shop”, оскільки ця назва не несе важливої інформації. Проте, разом з опущенням ми застосували компенсацію (прийом, який полягає в тому, що втрата значення в одній частині речення компенсується в іншій його частині) – додали ‘з парфумерним набором’, таким чином дали зрозуміти читачеві на чому спеціалізується вказаний магазин.

*Everywhere I look, there are huge great tangled piles of . . . well . . . stuff. Shoes, boots, T-shirts, magazines . . . a **Body Shop** gift basket that was on*

sale . . . a Linguaphone Italian course which I'm definitely going to start soon . . . a facial sauna thingy . . . (STM). – Куди не глянь – по всій кімнаті розкидані купи...барахла. Туфлі, чоботи, футболки, журнали... подарунковий кошик з парфумерним набором, що я купила на розпродажі ... лінгафонний курс італійської мови, який пора б уже прослухати ... розігрівача маска...

Прийом антонімічного перекладу полягає у передачі поняття протилежним, часто із запереченням, тобто антонімом українського відповідника даного слова. Антонімічний переклад нерідко буває найбільш зручним прийомом передачі смислового та стилістичного значення багатьох виразів. Наприклад:

*I'm actually quite looking forward to doing a workout, because I bought this fab DKNY exercise outfit in the last year sales ... (STM). – **Взагалі-то, я зовсім не проти** піти в тренажерну залу, тому що минулого року на розпродажі я придбала класний спортивний костюм від Дони Каран.*

З точки зору стратегій адаптації до внутрішніх та зовнішніх чинників, які широко розглядав Венуті, у більшості випадків при перекладі застосовується стратегія адаптації до зовнішніх чинників. Звичайно, застосування цієї стратегії також супроводжується використанням відповідних перекладацьких трансформацій: транслітерацією, транскрипцією, додаванням, описовим перекладом.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Завдяки стратегії адаптації до зовнішніх чинників в мову перекладу проникли нові слова (назви іноземних брендів), читач збагатив свої знання про іноземний ринок товарів, зміг оцінити вподобання головної героїні, її матеріальний стан, оскільки кожен бренд та назва несуть у собі закладену інформацію про якість продукту.

Перспективою подальших досліджень слугуватиме зіставне дослідження термінології моди в англійській та українській мовах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антрушина Г. Б. Лексикология английского языка / Г. Б. Антрушина, О. В. Афанасьева, Н. Н. Морозова – М. : Дрофа, 2001. – 288 с.
2. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л. С. Бархударов. – М. : Межд. отнош., 1975. – 240 с.
3. Горячкова, А. Н. Мода как социокультурный феномен / А. Н. Горячкова // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – 2008. – № 829. – С. 129–133 – (Теорія культури і філософія науки ; вип. 36.)

4. Дихнич Л. П. Феномен моди в соціокультурних процесах ХХ століття : Автореф. дис. канд. іст. наук : 17.00.01 / Л. П. Дихнич; Київ. нац. ун-т культури і мистец. – К., 2002. – 20 с.
5. Коваленко Г.М. Особливості використання слова fashion та похідних, утворених із його участю, у сучасній англійській мові / Г.М. Коваленко // Проблеми романо-германської філології: Збірник наукових праць. – Ужгород : “Патент”, 2002. – 94 с.
6. Коваленко Г.М. Словотвірні типи в англійській лексиці моди ХХ століття / Г.М. Коваленко // Сучасні дослідження з іноземної філології : Збірник наукових статей. – Ужгород: ТОВ “Борнео”, 2004. – Випуск 2. – С. 183–187
7. Мацюк З.С. Українська мова професійного спілкування : навч. посіб./ З.С. Мацюк, Н.І Станкевич – К., 2010. – 3-тє вид., доповн. і перероб. – 352 с.
8. Чрділелі Т. В. Специфіка перекладу назв торгових брендів / Т. В. Чрділелі // Матеріали VI міжнародної научно-практичної конференції [“Наука в інформаційному пространстві”], (16–17 септєбря 2010 г.) С. 1. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/20100916/iya_chrdi.htm.
9. Kinsella S. The Secret Dreamworld of a Shopaholic: [novel] / Sophie Kinsella. – London : Black Swan, 2000. – 318 p.