

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ТЕРМІНІВ СФЕРИ ДИЗАЙНУ ОДЯГУ ТА МОДИ

Розглянуто лексику сфери дизайну одягу та моди як самостійний сегмент у науковій картині світу носіїв мови, тому вона становить інтерес не лише для лінгвістів, а й для нефахівців у галузі філології. Вона формує розгалужену терміносистему дизайну одягу й моди, загальнолітературну лексику і спеціальні терміни, які називають поняття моди та дизайну одягу, а також промислової та творчої діяльності. Досліджено найпоширеніші способи та прийоми перекладу термінів, зокрема: переклад за допомогою лексичного еквівалента та безеквівалентний переклад. Серед основних прийомів перекладу безеквівалентної лексики виокремлюють: транскрипцію, транслітерацію, калькування, описовий переклад. Крім того, звернуто увагу на проблеми перекладу неологізмів, авторських термінів, антропонімів та аббревіатур.

Ключові слова: термін, дизайн одягу, мода, переклад, еквівалент, безеквівалентна лексика, транслітерація, транскрипція, калькування, описовий переклад.

Постановка наукової проблеми та її значення. Технічні терміни як мовні знаки, що репрезентують поняття спеціальної, професійної галузі становлять суттєву складову фахових текстів і одну з головних причин труднощів їх перекладу з огляду на їх неоднозначність, відсутність перекладних відповідників (у випадку термінів-неологізмів) і національну варіативність [1, 135].

Мода користується великою популярністю та притаманна лише людині. В індустрії моди, як і в будь-якій іншій професійній сфері, існують свої професійні терміни. Незалежно від того, наскільки окремо взята людина зацікавлена чи не зацікавлена останніми новинками моди, загальні уявлення про те, який одяг є адекватним чи неадекватним, модним або немодним у сучасному суспільстві, впливають на вибір убрання. Відбувається діалектична взаємодія протилежних прагнень людини до соціальної адаптації та індивідуальної ідентифікації. Вибір стилю вбрання часто забезпечує успіх і в неформальному спілкуванні, і під час ділових контактів чи політичної кампанії. Предмети одягу та аксесуари від відомих виробників – ознака високого соціального статусу. Має значення не лише висока матеріальна якість виробу, але й ім'я виробника (brand name). Стрімкий темп змін у галузі моди знаходить своє відображення на вербальному рівні, відбувається постійне утворення нових лексичних одиниць на позначення нових явищ [3, 12].

Аналіз досліджень із цієї проблеми. Мода як особливий феномен людської культури відображає еволюцію сучасного суспільства. Лексика сфери моди вимагає наукового вивчення. Кожна культура створює свою мову одягу та моди. Назви одягу можуть розповісти нам про побут та історію народу, повідомити про сучасні тенденції моди й культури.

Переклад термінів сфери дизайну одягу та моди викликає, передусім, певні термінологічні й жанрово-стилістичні труднощі. Причинами існування термінологічних труднощів перекладу, насамперед, є розбіжності в картині світу англійської й української мов, особливості багатозначності англійських і українських слів, відсутність у мові перекладу відповідників новим термінам, особливості словотвору і термінотворення в англійській і українській мовах, але існує низка перекладацьких прийомів, які дозволяють за умови коректного використання подолати будь-які лексичні труднощі [1, 10].

Зарубіжні та вітчизняні науковці В. Птуха, С. Колосова, С. Радецька, О. Пташнікова досліджували термінологію індустрії моди. Однак автори більше уваги приділяли основним способам формування англійської термінології дизайну моди, описали процеси запозичення, неологізації, морфологічний і семантичний способи творення термінів. Актуальність цього дослідження зумовлена особливою увагою до еволюції лексичного складу англійської та української мов, а також особливостями перекладу термінів сфери дизайну одягу та моди, пов'язаними з проблемою адекватної мовної реалізації під час перекладу термінів, а також з розробкою рекомендацій і вказівок щодо поліпшення праці перекладача, який здійснює переклад тексту, що містить специфічну термінологію, низку усталених слів і словосполучень.

Мета і завдання статті – виявити особливості перекладу англійських термінів індустрії моди та проаналізувати специфіку використання способів перекладу термінів українською мовою.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. У термінознавстві існує безліч класифікацій термінів: за діапазоном застосування, за ознакою, за структурою, за будовою тощо. О. Суперанська вважає, що термін має триєдину основу – предметне знання, логічне осмислення, мовне вираження та наголошує на принциповій відмінності терміна від загальної лексики, узагальнює різні погляди на природу терміна і виокремлює такі його властивості, як: 1) однозначність; 2) точність семантичних меж; 3) стилістичну нейтральність; 4) чітке тлумачення; 5) співвідношення з поняттями певної галузі знань; 6) системність; 7) відсутність зв'язку з контекстом; 8) відсутність синонімів (у межах певної терміносистеми) [6, 17].

У перекладацькій практиці термін – це слово або словосполучення, що позначає специфічні об'єкти і поняття, якими оперують спеціалісти певної сфери науки чи техніки. Переклад терміна – це точне відтворення оригіналу засобами іншої мови за умови збереження змісту й стилю. Така єдність відтворюється на іншій мовній основі й перетворюється на нову єдність, властиву мові перекладу [2, 104].

У процесі перекладу термінів у тексті перед перекладачем постають проблеми, розв'язання яких є важливим завданням для правильного відтворення тексту оригіналу. Переклад термінології здійснюється різними прийомами, зокрема за допомогою лексичних, лексико-семантичних і лексико-граматичних міжмовних трансформацій. Завдання перекладача полягає у вірному виборі того чи того прийому під час процесу перекладу, щоб якнайточніше передати значення терміна.

Головним прийомом перекладу термінів є переклад за допомогою лексичного еквівалента. Пошук терміна-еквівалента (тобто відповідного за значенням) у власній мові (мові перекладу) має починатися з аналізу нового поняття, яке виражає іншомовний термін, лексичної групи, яка об'єднує найменування художніх напрямків у моді, сегментів гардеробу, предметів і деталей одягу, взуття й аксесуарів, найменувань матеріалів для пошиття виробів і видів їх обробки, технік крою та іншої лексики, семантично співвідносною із зазначеною галуззю людської діяльності: *style, sew, portfolio, collection, trend* тощо. Цей аналіз може підказати, яке слово слід застосувати на позначення певного поняття, розуміння контексту, в якому він вживається й уникнути неправильного вибору варіанта перекладу омонімічного терміна.

Значну складність під час перекладу термінів становлять неологізми. Формування термінології індустрії моди відбувається за допомогою неологізації, зокрема появи нових слів і нових значень. Покази чоловічих і жіночих колекцій надихають людей на створення великої кількості неологізмів. Редактори модних журналів часто не знаходять слів для опису чудернацьких творінь модельєрів. Наприклад, слово *roots* виникло від *pants (штани)* і *boots (черевики)* – шкіряні штани, з'єднані з чобітками. За спостереженнями журналістів *The Wall Street Journal*, особливий вплив на словник неологізмів зі сфери моди здійснило активне залучення чоловіків до фешн-індустрії. У результаті з'явилася ціла низка нових термінів, що позначають предмети одягу чоловічого гардероба: різновид чоловічої білизни *manties* походить від двох слів *man (чоловік)* і *panties (трусики)*; чоловічі сандалі – *mandals*; чоловічі колготки – *mantyhose*; чоловічий варіант дамських сумочок – *turses*; *mankle* вживається на позначення оголеної чоловічої гомілки; *tamil* – чоловік середнього віку, який носить трикотажні вироби з лайкри і *mullet dress* – жіноча спідниця, коротка спереду й довга зі спини. Впливові люди в індустрії моди тепер мають свою кодифіковану назву – *fash pack* – «модний пакет» [4, 72].

Основними способами перекладу неологізмів індустрії моди є:

– *транскрипція / транслітерація* – спосіб перекладу, який застосовують до неасимільованих або частково асимільованих запозичених слів. Наприклад, *New Look* – *Нью Лук* – елегантний, жіночний, романтичний стиль одягу, запропонований Кристіаном Діором у 1947 р.; *bikini* – бікіні; *brand* – бренд; *lable* – лейбл. У цьому разі без знання історії виникнення та значення фрази передати прагматичний потенціал слова неможливо. Для адаптації в україномовних журналах мод використовують комбінування експлікації та транслітерації, наприклад, *cady* – кади, дорогоцінна шовкова тканина для пошиття одягу класу «Люкс» і вечірніх суконь);

– калькування – творення слів і окремих виразів шляхом копіювання способу, за допомогою якого вони утворені у мові-джерелі: *high fashion wardrobe* – гардероб високої моди; *jogging pants* – штани для пробіжки; *extra full skirt* – широка пишна спідниця; *nightcap* – нічний чепчик;

– описовий переклад, коли лексичну одиницю мови оригіналу замінюють словосполученням, що експлікує (описує) її значення, тобто надає більш повне пояснення значення відповідної лексичної одиниці в мові перекладу, наприклад: *Derbys* – черевики з відкритою шнурівкою. Іноді їх називають «блюхерсами» на честь пруського маршала Блюхерса, солдати якого в битві під Ватерлоо вперше носили черевики з відкритою шнурівкою; *Monkstraps* – туфлі з пряжками, у перекладі з англійської – «ремені монахів», через подібність їх пряжок із кріпленнями на сандаліях ченців; *Oxfords* – черевики із закритою шнурівкою. Вважають, що саме це класичне взуття ідеально підходить для будь-яких офіційних заходів і практично до всіх костюмів [5, 155].

Переклад безеквівалентної лексики, тобто таких слів, які позначають предмети, процеси та явища, що не мають еквівалентів на певному етапі розвитку мови, викликає значні труднощі. У цьому разі головну роль відіграють контекст і об'єм знань перекладача.

Значну частину термінів утворюють на основі особових імен (як правило, прізвищ). Це або похідні терміни, або термінологічні словосполучення, у яких прізвище використовують і у загальному, і у родовому відмінку. Означення-прізвище можна перекладати такими способами:

– означення-прізвище подають у постпозиції в родовому відмінку, наприклад: *Chanel Little Black Dress* – маленьке чорне плаття Шанель; *Wellington boots* – черевики або гумові чоботи Веллінгтона; *Soul Boy style* – стиль «Соул Бой»;

– означення-прізвище подають у постпозиції в родовому відмінку у сполученні з прийменником «від», наприклад: *Lampshade tunic, Paul Poiret* – сукня-абажур від Поля Пуаре; *S/S collection, Alexander MacQueen* – колекція весна-літо від «Маккуін»; *TOM TAILOR Jeans* – джинси від компанії ТОМ ТЕЙЛОР;

– персоналії передають за допомогою традиційних способів перекладу цього типу лексики, зокрема транскрипції, іноді з елементами транслітерації: *Julian MacDonald* – Джулієн Макдональд; *Gianni Versace* – Джанні Версаче; *Karl Otto Lagerfeld* – Карл Отто Лагерфельд.

Кількісне зростання словникового складу зумовлює раціоналізацію мови, економію номінативних і словотворчих зусиль. Одним із яскравих проявів раціоналізації мовленнєвої діяльності та оптимізації мовотворчих процесів є явище скорочення лексичних одиниць. Аббревіатури добре відомі у вузьких колах професіоналів і не завжди знайомі нефахівцям. Зазвичай їх перекладають за допомогою передачі розшифрованої аббревіатури шляхом транскрипції (якщо це власна назва), калькування або перекладу з елементами додавання або опущення, наприклад: *YSL* – *Yves Saint Laurent* – Ів Сен Лоран; *CK* – *Calvin Klein* – Кельвін Кляйн; *D&G* – *Dolce and Gabbana* – італійська марка модного одягу Дольче і Габбана; *TM* – *Total Measurement* – статистичні вимірювання розміру; *AQL* – *Acceptance Quality Limit* – допустимий рівень якості одягу; *APOC* – *a piece of cloth* – технологія крою з цілого шматка тканини, а також предмет одягу, який зроблений за допомогою цієї технології; *AUC* – *American Upland Cotton* – американська нагірна бавовна.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Отже, серед англійських і українських термінів сфери індустрії моди трапляються повні, часткові відповідники та безеквівалентна лексика. Здебільшого повні лексичні еквіваленти представлено повсякденними предметами одягу й давно увійшли до лексичних систем індустрії моди. В сучасній лінгвістиці зростає інтерес до дослідження термінології, до проблеми формування нових термінів, до їх функціонування в конкретній або різних термінологічних системах, у професійному та лінгвокультурному аспектах. Надалі, з огляду на мовленнєвий контекст застосування термінології, що визначає її комунікативно-функціональне призначення та особливості використання, варто проаналізувати інші способи та прийоми перекладу термінів сфери дизайну одягу та моди.

Джерела та література

1. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми / В. І. Карабан. – Вінниця : Нова кн., 2004. – 576 с.

2. Кияк Т. Р. Функції та переклад термінів у фахових текстах / Т. Р. Кияк // Вісник Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. – 2007. – № 32. – С. 104–108.
3. Коваленко Г. М. Англійська лексика моди ХХ–ХХІ століть : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Г. М. Коваленко ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К. : [б. в.], 2005. – 244 с.
4. Косенко О. П. Неологізми у фешн-індустрії / О. П. Косенко // Спецпроект: аналіз наукових досліджень : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. : у 7 т. – Дніпропетровськ : Біла К. О., 2012. – Т. 4. – С. 71–73.
5. Руденко М. С. Виявлення особливостей перекладу термінології та укладання тематичного словника як результат проектної методики навчання перекладу / М. С. Руденко // Вісник Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – 2014. – № 21. – С. 152–159.
6. Суперанская А. В. Общая терминология: вопросы теории / А. В. Суперанская, Н. В. Подольская, Н. В. Васильева. – М. : Наука, 1989. – 243 с.

References

1. Karaban, Viacheslav. 2004. *Pereklad Anhliiskoi Naukovoї i Tekhnichnoi Literatury. Hramatychni Trudnoshchi, Leksychni, Terminolohichni ta Zhanrovo-Stylistychni Problemy*. Vinnytsia: Nova Knyha.
2. Kyiak, Taras. 2007. “Funktsii ta Pereklad Terminiv u Fakhovykh Tekstakh”. *Visnyk Zhytomyrskoho Derzhavnoho Universytetu*, 32: 104–108.
3. Kovalenko, Hanna. 2005. “Anhliiska Leksyka Mody 20–21 Stolit”. PhD diss., Kyivskiy Natsionalnyi Universytet Imeni Tarasa Shevchenka.
4. Kosenko, Oleksandr. 2012. “Neolohizmy u Feshn-Industrii”. *Spetsproekt: Analiz Naukovykh Doslidzhen*. Dnipropetrovsk, 4: 71–73.
5. Rudenko, Maryna. 2014. “Vyivlennia Osoblyvostei Perekladu Terminolohii ta Ukladannia Tematychnoho Slovyka yak Rezultat Proektnoi Metodyky Navchannia Perekladu”. *Visnyk Kharkivskoho Natsionalnoho Universytetu*, 21: 152–159.
6. Superanskaia, Aleksandra, and Podolskaia, Nataliia, and Vasilieva, Nataliia. 1989. *Obshchaia Terminologiia: Voprosy Teorii*. Moskva: Nauka.

Волошинович Наталиа. Особенности перевода терминов сферы дизайна одежды и моды. Рассмотрена лексика сферы дизайна одежды и моды как самостоятельный сегмент в научной картине мира носителей языка, поэтому она представляет интерес не только для лингвистов, но и для неспециалистов в филологической сфере. Она формирует разветвленную терминосистему дизайна одежды и моды, общелитературную лексику и специальные термины, которые называют понятия моды и дизайна одежды, а также промышленной и творческой деятельности. Исследованы самые распространенные способы и приемы перевода терминов, основными, в частности: перевод с помощью лексического эквивалента и безэквивалентный перевод. Среди основных приемов перевода безэквивалентной лексики выделяют: транскрипцию, транслитерацию, калькирование и описательный перевод. Отдельная часть статьи посвящена проблемам перевода неологизмов, авторских терминов, антропонимов и аббревиатур.

Ключевые слова: термин, дизайн одежды, мода, перевод, эквивалент, безэквивалентная лексика, транслитерация, транскрипция, калькирование, описательный перевод.

Voloshynovych Nataliia. Translation Problems of Fashion Industry Terminology. The article considers the vocabulary of fashion industry as an independent segment in the scientific world image of the native speakers; therefore, it is interesting not only for linguists, but also for non-specialists in the philological sphere. It forms a branched terminology of the design of clothing and fashion, common literary vocabulary and special terms that refer to the concepts of fashion and design of clothing, as well as industrial and creative activities. The article examines the most common methods and techniques for the translation of terms, the main of which are: translation with a lexical equivalent and a non-equivalent translation. Among the main translation techniques of the non-equivalent vocabulary are the following: transcription, transliteration, calque and descriptive translation. A separate part of the article deals with the methods for translation of neologisms, author's terms, anthroponyms and abbreviations.

Key words: term, clothing design, fashion, translation, equivalent, nonequivalent vocabulary, transliteration, transcription, calque translation, descriptive translation.