



## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	
...3Глава 1. Теоретические основы лингвистического исследования феномена моды.....	
....7	
1.1 Мода как социальный феномен. Основные определения понятия «мода».....	
....7	
1.2 Мода как объект исследования гуманитарных наук.....	11
1.3 Особенности и функции дискурса моды.....	13
1.4 Дискурс моды как объект лингвистического моделирования.....	19
1.5 Глянцевый журнальный дискурс моды. Особенности языка.....	22
1.6 Особенности перевода дискурса моды с английского на русский язык.....	
.....25	
Выводы по Главе 1.....	27
Глава 2. Специфика перевода и культурная адаптация текстов о моде.....	29

2.1 Анализ текста энциклопедии М. Фогг “Fashion. The whole story” и его перевода на русский язык .....	29
2.2 Анализ текста романа Л. Вайсбергер “The Devil wears Prada” и его перевода на русский язык .....	48
Выводы по Главе 2.....	57
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	59
БИБЛИОГРАФИЯ.....	61

## **ВВЕДЕНИЕ**

Мода – важнейший механизм, регулирующий жизнедеятельность общества. Согласно уже установившейся традиции мода представляется объектом научного внимания, исследованием которого занимались социологи (П. Спенсер, Г. Тард и др.), политологи (Т. А. Есина), философы (Г. Зиммель, Р. Барт и др.), психологи (Б. Ф. Поршнев, Л. В. Петров), а также культурологи (В. И. Казаринова, Т. В. Козлова).

На сегодня довольно остро ощущается важность рассмотрения данного феномена с позиции лингвистики.

В современной лингвистике мода считается достаточно новым и неизученным объектом. За рубежом данный феномен стали исследовать еще с середины XX века в рамках французского структурализма, в частности, в работах Барта. Отечественная лингвистика обратилась к изучению данного феномена лишь на рубеже XXI века. Как результат, мода все еще остается не до конца изученным явлением с точки зрения лингвистики.

Согласно утверждению Л.О. Чернейко, цель лингвистических исследований заключается в выявлении значимых для культуры ценностей, которые являются отражением культурного и исторического опыта социума. Изучение текстов о моде, представленных разными жанрами является достаточно значимым со стороны лингвистики, так как данные исследования позволяют выявить особенности дискурса моды.

На сегодня феномен моды не был в полной мере исследован, несмотря на то, что он имеет выраженную лингвокогнитивную специфику. Дискурс моды демонстрирует существенную необходимость в целостном научном подходе, что определяет *актуальность данной работы*.

Объектом настоящего исследования является письменный англоязычный дискурс моды. *Предмет исследования* – способы и приемы перевода англоязычного дискурса моды на русский язык.

*Целью* выпускной квалификационной работы является выявление основных способов перевода англоязычного дискурса моды на русский язык.

В соответствии с целью определяются следующие *задачи работы*:

- 1) провести анализ основных определений понятия «мода»;
- 2) выявить особенности и функции дискурса моды;
- 3) рассмотреть дискурс моды с позиции лингвистического моделирования;
- 4) изучить особенности языка глянцевого журнального дискурса моды;
- 5) рассмотреть особенности перевода дискурса моды с английского на русский язык;
- 6) провести анализ текста энциклопедии М. Фогг «Fashion. The whole story» и его перевода на русский язык;
- 7) проанализировать текст романа Л. Вайсбергер «The Devil wears Prada» и его перевода на русский язык.

*Теоретической основой* выпускной квалификационной работы послужили исследования ряда отечественных и зарубежных специалистов, которые посвящены проблемам:

- 1) переводоведения (И. С. Алексеева, В. В. Алимов, Ж. А. Голикова и др.);
- 2) дискурса и его анализа (А. Р. Аракелова, Е. А. Аброзе, Ю. С. Болотова, Т. А. Ширяева, Ф. Л. Косицкая и др.)
- 3) языка и культуры (Е. А. Аброзе, В. М. Алпатов, В. М. Грусман и др.);
- 4) терминоведения (С. Будур, Т. В. Долгова и др.);

5) отечественные и зарубежные толковые словари (С. И. Ожегова, В. И. Даля, Merriam-Webster Dictionary Online, Macmillan, А. В. Орленко, В. А. Татаринов); 6) книги о моде (А. Е. Goodman «Wear this, toss that», М. Fogg «Fashion. The whole story», L. Weisberger «The Devil Wears Prada» и др.). Также использовались различные СМИ, в частности, журналы о моде: VOGUE и Harper's Bazaar.

*Методами исследования* выступили: метод опроса – анкетирование; описательный метод; сравнительно-сопоставительный метод. Информационную базу исследования составляют источники, на которых строится работа:

1) научные источники (монографическая и учебная литература; материалы семинаров и конференций), в частности, работы А. Р. Аракеловой, Ю.С. Болотовой А. С. Василюк, В. В. Губиной и др., посвященные исследованию дискурса моды;

2) периодическая печать (журналы VOGUE и Harper's Bazaar).

*Степень научной разработанности проблемы* заключается в недостаточной исследованности феномена моды с точки зрения лингвистики. Интерес российских лингвистов к современному дискурсу моды представлен в основном в изучении происхождения терминов данной сферы с акцентом на большое количество заимствований, исследование особенностей лексики (Т. В. Долгова), проводится также изучение основных понятий данной сферы в английском, русском и других языках (Д. А. Башкатова, А. С. Василюк).

Однако, невзирая на большое количество исследований по данной теме, на сегодня не было предпринято попытки целостного научного осмысления дискурса моды, заключающегося в определении особенностей его развития и становления, обобщении и систематизации его характеристик, вытекающих из его заимствованной природы и переводного характера.

*Научная новизна* настоящей работы заключается в лингвистическом исследовании дискурса моды путем сопоставления оригинальных и переводных текстов о моде при помощи лингвостилистического анализа.

*Практическая значимость* исследования заключается в возможности применения результатов исследования в качестве базы для обучения переводчиков, а также для дальнейших исследований англоязычного дискурса моды.

*Структура работы.* Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, представляющих собой теоретическую и практическую части работы, заключения, списка использованных источников и приложений.

Во введении представлено краткое обоснование выбора темы, характеризуется современное состояние изученности дискурса моды, актуальность и теоретическая значимость проблемы.

Первая глава посвящена исследованию дискурса моды, определяются языковые особенности, функции дискурса моды; дискурс моды рассматривается с позиции лингвистического моделирования, а также с точки зрения его перевода с английского на русский язык; анализируется влияние

языковой глобализации на терминологию моды и способы ее образования.

Во второй главе производится анализ текстов о моде, в частности, книг М. Фогг и Л. Вайсбергер, описываются результаты анкетирования по вопросу осведомленности русскоязычной аудитории в терминологии моды, а также разработка глоссария терминов одежды и моды. Заключение содержит основные выводы по работе.



# **ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ФЕНОМЕНА МОДЫ**

## **1.1 Мода как социальный феномен. Основные определения понятия**

### **«мода»**

Важность социальных институтов заключается в призвании формировать коллективную деятельность людей, а также гарантировать обеспечение экономических, социальных, политических, культурных и иных потребностей. Постоянное развитие общества является причиной появления новых институтов, которые регулируют жизнедеятельность людей посредством четко установленных правил. На сегодня создано огромное количество социальных институтов, влияющих на жизнь социума, а также на коммуникативный процесс общества. Институт моды является одним из таких институтов, располагая широким спектром коммуникативных процессов, которые, в целом, и представляют собой дискурс моды [Скворцова, 2015, с. 27].

Слово «мода» образовано от латинского «modus» – мера, способ, предписание, правило, образ. Отличительная особенность моды заключается в ее быстром распространении и частой сменяемости стилевых тенденций. Также она характеризуется кратковременным господством определенных вкусов в отношении одежды или какой-либо другой сферы жизни. Понятие «мода» относится к объекту культуры, включая духовные и материальные ценности, созданные обществом в процессе его жизнедеятельности [Орленко, 1996, с. 344].

Мода – важнейший механизм, регулирующий жизнедеятельность общества. Влиянию моды подчиняется не только бытовая, но и ментальная сфера жизни индивида. Более того, мода еще и является настоящим культурным феноменом. Буквально, мода – одна из важнейших и неотъемлемых частей жизни человека. В широком смысле мода – это господство определенного вкуса в некоей сфере жизни.

Феномен моды – пример наглядного соотношения языка и мыслительной деятельности. Достаточно интересно сравнить определения слова «мода» в различных языках:

Словарь В. Даля характеризует моду как «ходячий обычай; временную, изменчивую прихоть в житейском быту, обществе, покрое одежды и нарядах» [Даль, 2006, с. 465].

Словарь русского языка С. И. Ожегова дает следующее определение этому понятию:

1. Господство в определенной общественной среде в определенное время тех или иных вкусов, проявляющихся во внешних формах быта, в особенности в одежде [Ожегов, 2006, с. 573].

2. Британский словарь «Macmillan» дает следующие определения слову «мода»:

1. The activity or business that involves styles of clothes and people's appearance .

2. A style of dress that is popular at a particular time. 3. The fact that something such as a style of dress or an activity is popular at a particular time [Macmillan Dictionary for Advanced Learners, 2009].

Американский словарь Merriam-Webster приводит ряд слов, синонимичных слову «fashion»:

«FASHION, STYLE, MODE, VOGUE, FAD, RAGE, CRAZE mean the usage accepted by those who want to be up-to-date.

FASHION (“shape, manner, mode”, from Old French *façon*) is the most general term and applies to any way of dressing, behaving, writing, or performing that is favored at any one time or place. (the current fashion).

STYLE often implies a distinctive fashion adopted by people of taste. (a media baron used to travel in style).

MODE (current fashion, 1640s, from French *mode* “manner, fashion, style”) suggests the fashion of the moment among those anxious to appear elegant and sophisticated. (slim bodies are the mode at this resort).

VOGUE (the vogue, “height of popularity or accepted fashion”, from Middle French *vogue* “fashion, success”) stresses the wide acceptance of a fashion. (short skirts are back in vogue).

FAD suggests caprice in taking up or in dropping a fashion (last year's fad is over).

RAGE and CRAZE stress intense enthusiasm in adopting a fad. (Cajun food was the rage nearly everywhere for a time) (crossword puzzles once seemed just a passing craze but have lasted) » [Merriam-Webster Dictionary Online, 2015].

Интересно, что многие слова происходят от французского языка, то есть были заимствованы. Это является свидетельством тесных отношений британской и французской лингвокультур.

Проанализировав предложенные дефиниции, можно прийти к выводу, что феномену моды подчинены многие области жизни индивида: быт, образ жизни, тенденции в одежде, коллективный вкус. Следует также обратить внимание

на то, что в дефинициях, данных на двух языках, подчеркивается акцент на временный, непостоянный, проходящий характер моды, ее изменчивость, что непосредственно способно оказывать влияние на изменение словарного состава языка.

Как итог, можно дать наиболее общее и целостное обозначение слову «мода»: «мода – это проявление культуры, мировоззрения, изображение действительности, отражающееся как в одежде, так и в манере поведения» [Косицкая, 2014, с. 25].

Среди ведущих специалистов в области моды существует довольно распространенное мнение, что институту моды потребовалось значительное количество времени, чтобы обрести свою актуальность и присущую ему масштабность. Лишь в XIX столетии мода получила тот необходимый статус, позволяющий ей определять социально-культурные установки общества, а также выступать предметом научного изучения [Михалева, 2012]. Ранее же основной функцией одежды было обеспечение комфорта повседневной жизнедеятельности людей. Только в XII-XIII веках мода стала показателем статуса человека: такие характеристики как цена, ткань, украшения, отделка, покрой определяли положение человека, носившего ее.

Развитие общества, повлекшее за собой культурные, экономические, социальные, исторические, научно-технические преобразования, способствовали появлению текстильной индустрии, а также первых модных тенденций. Значительный интерес к одежде, а также бурное развитие конструирования и моделирования одежды начинают впервые

проследиваться в XIV веке во Франции. Именно тогда начался процесс изготовления ткани. XV век знаменует собой масштабное развитие творчества портных и художников.

Мода постепенно приобретает все большее значение и становится предметом дискуссий людей, занятых в этой сфере. Общение между художниками, портными и людьми, для которых создавалась мода, устанавливалось на постоянной основе и определялось вкусами времени и культуры [Диор, 2011].

Модернизация оборудования и рост производительности труда привели к снижению стоимости пряжи и тканого материала, что сделало их доступными для общества. С середины XIX века мода обретает широкую популярность во Франции, вследствие чего открываются первые универсальные магазины. Возможно, именно временной отрезок с 1880 по 1914 гг. является этапом в формировании моды в значении, близком к современному [Калашникова, 2005]. Со временем мода заняла свою нишу во многих сферах жизни общества, демонстрируя социокультурные установки общества.

Мода, являясь порождением долгой работы целого социального института, напрямую подвержена постоянным изменениям. Она отражает культурно-значимые смыслы, передавая ценностное, идеологическое, эстетическое содержание эпохи. На сегодняшний день мода влияет на все сферы общественной жизни, проявляясь в том, как мы разговариваем, в каких домах живем, какую мебель используем, какие автомобили водим, что носим и едим. Данный феномен отражает некий социальный консенсус, в

достижении которого коммуникация играет одну из важнейших ролей [Косицкая, 2006].

Таким образом, в данном параграфе были исследованы основные определения слова «мода», этапы ее развития и выявлено, что феномену моды подчинены многие области жизни индивида. Исходя из определений, представленных несколькими словарями, можно сделать вывод, что главной особенностью моды является ее непостоянный, проходящий, изменчивый характер.

## **1.2 Мода как объект исследования гуманитарных наук**

Феномен моды, будучи сложным и комплексным явлением, требует разностороннего подхода. Как утверждает А. Б. Гофман, мода, являясь универсальным и целостным явлением, проникает во многие сферы человеческой жизнедеятельности: психологическую, эстетическую, экономическую и другие [Гофман, 2004].

Проанализируем определения слова «мода», которые дают представители различных гуманитарных наук. Согласно точке зрения В. М. Грусмана, с позиции культурологии мода изучается в нескольких контекстах, но не как способ для исследования иных вопросов, а как отдельный феномен [Грусман, 2010]. Также изучению моды посвящены работы М. В. Захарченко, П. Г. Богатырева, Ю. В. Наседкиной, С. Н. Иконниковой. С. Н. Иконникова предлагает следующее определение слова «мода»: «мода» – это «подражание образцу, удовлетворение потребностей в социальной опоре <...> наряду с подражанием мода удовлетворяет потребность в различии,

выделении из общей массы» [Иконникова, 2005, с. 313]. Поэтому можно прийти к выводу, что культурология оценивает моду как психологический и культурносемиотический феномен.

Искусствоведы также рассматривают моду с разных точек зрения: с эстетической стороны (мода как материальное воплощение духовных потребностей человека), а также как негативное явление в искусстве («мода на моду» в живописи, литературе, музыке неприемлема, т.к. это является препятствием для реализации замысла творческой личности).

С точки зрения истории феномен моды является основой изучения особенностей развития и становления вестиментарной составляющей процесса цивилизации. Более того, внимание ученых направлено на исследования истории костюма, технологии производства одежды для подиумов и массового производства.

Социология изучает механизмы функционирования моды в социуме. Именно социологи уделяют изучению феномена моды наибольшее внимание, так как социология занимается исследованием современного общества и, соответственно, следит за всеми изменениями, происходящими в нем. С точки зрения А. Б. Гофмана «мода – это один из способов социальной регуляции как индивидуального, так и группового поведения» [Гофман, 2004, с. 9]. К особенностям моды также относится ее цикличность: очень часто те элементы одежды, которые были популярны в далеком прошлом, становятся «новинками». Можно предположить, что подобная цикличность моды трактуется восприятием времени человеком как «циклической модели» [Разоренов, 2010].

В обществе мода занимает весьма важную нишу, являясь своеобразным зеркалом для социума, в котором существует. В то же время лексикосемантическое поле мода является весьма обширным, так как понятие «Мода» может быть представлено манера организации быта, явление культуры, отлаженная индустрия и др.

Немецкий философ и социолог Г. Зиммель представил так называемую «элитарную концепцию» феномена моды, где, базируясь на психологических особенностях поведения различных общественных групп, описал механизмы функционирования моды, а также события, послужившие ее зарождению. В соответствии с данной концепцией более низкие слои общества, подражая элите, стремятся встать с ней на один уровень, показывая свою иллюзорную общность с аристократией [Зиммель, 2001]. Соответственно, можно утверждать, что мода имеет вертикальный характер, стандарты моды со временем переходят от элитарных слоев общества к более низким, распространяясь, таким образом, во всем социуме – так возникает массовая мода.

В XX веке американский социолог Г.Дж. Блумер раскритиковал элитарную теорию моды, сославшись на преувеличение роли элиты в формировании моды. Он утверждает, что именно средний класс определяет моду, ввиду своего неустойчивого социального положения [Blumer, 2003].

Мода, оказывая значительное влияние и на лексический состав языка, может быть также объектом изучения лингвистики. Эволюцию моды можно признать экстралингвистическим фактором, который влияет на лексический состав языка, обогащая его. Разумеется, что как



технический, так и научный прогресс, а также развитие любой индустрии обогащают язык, однако именно феномен моды является экстралингвистическим фактором, детерминирующим развитие словарного состава лексико-семантического поля «Мода».

Более того, мода помогает человеку формировать языковую картину мира и с точки зрения когнитивистики может быть рассмотрена как категория, содержащая в себе множество концептов (концепт «Обувь», «Одежда», «Ткань», «Цвет», «Дизайнеры» и др.)

Итак, мы пришли к выводу, что мода является весьма многогранным явлением, которое проникает во многие сферы человеческой жизнедеятельности, поэтому его изучением занимаются не только специалисты индустрии моды, но и историки, социологи, искусствоведы, а также лингвисты.

### **1.3 Особенности и функции дискурса моды**

Бесспорно, дискурс является сложным и многогранным феноменом. Нидерландский лингвист Тён Адрианус ван Дейк выделяет широкий и узкий подход при рассмотрении данного явления [Дейк. 2008]. В широком смысле дискурс – коммуникативное событие между говорящим и слушающим в процессе коммуникации в определенном временном и пространственном контексте. Коммуникация может быть представлена в устном или письменном виде, а также может иметь вербальные и невербальные элементы. В узком смысле дискурс – текст или разговор в событийном аспекте.

Дискурс моды также может быть представлен в широком и узком смысле. В широком смысле дискурс моды – сложное

коммуникативное событие, происходящее между производителями и потребителями моды в определенный отрезок времени, в сфере СМИ, маркетинга и рекламы.

Дискурс моды в узком смысле – совокупность тематически связанных текстов, посвященных моде, в их взаимосвязи с неязыковой действительностью [Болотова. 2011].

Дискурс моды имеет следующие основные признаки:

1. Наличие интенции, т. е коммуникативной цели, заключающейся в желании адресанта продемонстрировать потребителю известные стили, тенденции, новинки, направления в сфере моды.

2. Участники общения подразделяются на три группы, куда входят адресанты, представленные дизайнерами, стилистами и т. д., а также адресаты (потребители). Третью группу составляют журналисты, магазины, рекламные агентства, выполняющие роль посредника между законодателями моды и покупателями.

3. Условия общения. К основным особенностям коммуникативной среды относятся: новизна, быстротечность, ориентированность на покупателя, включая все слои общества.

4. Организация общения. Дискурс моды демонстрирует идеалы и ценности определенного периода времени, способствует социализации, а также саморазвитию, выделяя отличительные черты личности, регулирует общественное поведение.

5. Способы воздействия. Дискурс моды обладает несколькими уровнями психологического влияния: аффективный (воздействие на эмоциональном уровне), когнитивный (передача данных, информации), конативный

(воздействие на поведение), суггестивный (внушение) [Степанов, 2004, с. 324].

Функции дискурса моды:

1. Информированная функция. Дискурс моды отвечает за осведомленность потребителя о последних веяниях мира моды, а также информирует об истории появления какой-либо марки, вещи, стиля.

2. Коммуникативная функция. Дискурс моды обеспечивает эффективное общение и является одной из форм вербальной и невербальной коммуникации.

3. Имидж-определяющая функция дискурса моды состоит в том, чтобы помочь потребителю разобраться во всех аспектах и направлениях моды с целью создать свой неповторимый образ.

4. Инструктирующая функция заключается в том, что дискурс моды дает представление о том, как создается, производится и используется изделие.

5. Маркетинг-ориентированная/рекламная функция дискурса моды. На основе анализа потребностей и предпочтений общества создается наиболее оптимальное предложение товаров.

6. Социальная функция дает индивиду возможность социализации, а также возможность приобщения к культурному и социальному достоянию мира.

7. Регулятивная функция состоит в том, что дискурс моды влияет на поведение личности в социуме.

8. Инновационная функция. Дискурс моды способствует созданию и развитию новых стилей, направлений в сфере моды.

9. Эстетическая функция. Дискурс моды позволяет обществу удовлетворить свои эстетические потребности [Болотова, 2011, с. 18].

Таблица 1.1, представленная ниже, демонстрирует типы текстов, иллюстрирующие четыре основные функции дискурса моды, по Аркеловой А.Р.

Таблица 1.1 Основные функции дискурса моды

Функции дискурса моды	Типы текста
1) информирующая	1) статья-описание 2) историческая статья (об истории моды, истории возникновения одежды и т. д.) 3) автобиографическая статья (о дизайнерах, законодателях моды, критиках) 4) репортаж (например, с показа мод)
2) инструктирующая	1) выкройка 2) статья-инструкция (рекомендации о предпочтениях в моде)
3) имидж-определяющая	1) интервью с модельером 2) телешоу о моде
4) маркетинг-ориентированная	1) вывеска/билборд 2) каталог одежды 3) бирка/лейбл

В текстах информирующего типа встречаются такие языковые средства, как

1) общелитературная лексика: *look, people, occasion, collection, style* и т. д.;

2) словосочетания и глаголы, непосредственно относящиеся к терминологии моды: *to wear, to suit, to belong, fashion accessories, perfect balance, modeling industry, flawless look, worthy ensemble* и др.;

3) оценочная лексика: *first class, total, extra light, sophisticated, stunning*

4) лексика с темпоральным значением: *this week, now, earlier, in future* слова, заимствованные из французского языка: *apparel, garment, accessories* и пр.;

5) экспрессивная лексика: сравнения, эпитеты, поговорки: *clothes make the man, radiant style.*

В текстах инструктирующего типа дискурса моды используются следующие средства:

1) термины: *fabric, lapel, wool, sewing pattern* и др.;

2) наличие советов: «*When adding a long scarf, drape it around your neck and let it hang freely...*»; «*Don't overcomplicate a roomy silhouette: wear simple tonal pieces underneath and limit accessories to statement hoop earrings or embellished shoes*».

3) простые предложения: *A scarf knotted around a high neckline creates a crowded look* [Goodman, 2011, p. 256].

В текстах инструктирующего типа достаточно часто встречаются такие невербальные средства, как выкройки, схемы и картинки.

Для имидж-определяющего типа дискурса моды характерно использование следующих языковых средств:

1) лексики, демонстрирующей актуальность и исключительность того или иного изделия: *unique, perfect, trendy, luxurious, elegant* и др.;

2) обилие местоимений первого и третьего лица: «*I asked him to come and work with me on the couture collection. He was a big fan of Versace and he wanted to come and meet me...*» [Slater, 2018, p. 56].

3) словосочетания и глаголы, относящиеся к тематике моды: *to wear, to suit, to belong, fashion accessories, high fashion look, fashion icon* и др.;

4) использование вопросительных и восклицательных предложений:

«*And who cares if a necklace is opera length or choker style, or if mismatched studs and drops are worn together?* » «*In college, I was fascinated by feudal Japan and tsarist Russia – I've studied luxury all my life!* » [Goodman, 2011, p. 256].

В маркетинг-ориентированном/рекламном типе дискурса моды встречаются такие языковые средства как:

1) оценочная лексика: *extra light, unconventional, of high quality*, и пр.;

2) обилие названий брендов: «*Puma*», «*Chanel*», «*Versace*» и др.;

3) невербальные средства представления информации, такие как фотографии, картинки, например:

1) Логотип всемирно известной французской компании «Chanel», занимающейся производством товаров класса «люкс» (косметика, парфюмерия, одежда, обувь, часы, ювелирные изделия), представленный на рис. 1.1:



Рис. 1.1. Логотип французской компании «Chanel»

2. Статья «интернет-магазин» рекламирует один из ароматов от Антонио Бандераса, всемирно известного актера (рис. 1.2):

*A whirlwind of elements unleashed in an essence of powerful contrasts. Intense and energetic, while fresh and elegant. A sensual dance, strong yet delicate, that will take you to the kingdom of seduction.*



Рис. 1.2. Реклама аромата Антонио Бандераса

Изображение Антонио Бандераса в роскошном костюме и белоснежной рубашке в компании великолепной дамы на фоне моря создает образ успешного, уверенного в себе мужчины.

Данная реклама убеждает потенциального покупателя, что, купив аромат от Антония Бандераса, мужчина сможет почувствовать себя таким же великолепным, как звезда из рекламы. Данная статья сочетает как вербальные, так и невербальные средства для создания образа успешного мужчины.

Таким образом, в данном параграфе мы рассмотрели основные признаки и функции дискурса моды, из чего можно сделать вывод, что дискурс моды – сложное коммуникативное явление, в котором для представления информации используются как вербальные, так и невербальные средства представления информации.

#### **1.4 Дискурс моды как объект лингвистического моделирования**

Феномен моды – самый спорный и многогранный аспект жизни современного общества. В связи с этим, дискурс моды демонстрирует сложную структуру, находясь на пересечении с педагогическим, учебным, искусствоведческим, историческим, научным, рекламным и другими дискурсами. Ввиду своей многогранности, вариативности и многообразия дискурс моды столь интересен для исследования с точки зрения дискурса анализа. Все это заключается в социологическом, антропологическом, а также историческом достоянии феномена моды.

Дискурс моды является продуктом сознательного творчества человечества, включая в себя совокупность значимых оппозиций и правил сочетания элементов одежды. Задачей дискурса моды в журнале мод является обзор и



представление одежды, а также точное, ясное, краткое, доступное описание модели, понятное любому читателю [Косицкая, 2006, с. 37].

Дискурс моды, в целом, представляет огромный интерес для исследователей ввиду социологического, исторического, а также антропологического феномена моды. Отечественные лингвисты, занимающиеся исследованием дискурса моды, рассматривают его с позиций семиотики, концептологии, прагмалингвистики и других наук.

Дискурс моды может быть представлен в виде сложной структуры, куда включены: 1) участники коммуникации, 2) прецедентные тексты, 4) текст, отражающий ключевые концепты, 5) речевые стратегии, 6) цели, 7) ценности, 8) дискурсивные формулы, 9) хронотоп [Карасик, 2000]. Далее представлены особенности языковой реализации упомянутых выше компонентов:

#### *The Separate Approach*

*Putting two pieces together on a hectic morning doesn't always come naturally but adhering to straightforward options like monochromatic blouses, A-line skirts, or long and lean pants allows for effortless executive chic.*

#### *Раздельный подход*

*Сочетание двух вещей сумасшедшим утром не всегда даётся легко, но если вы останетесь верной простым решениям в одежде, таким, как однотонные блузки, юбки - «трапеции», или длинные узкие брюки, это позволит вам без труда выглядеть по-деловому шикарно.*

Участниками институционального дискурса являются клиенты и агенты: последние – представители определенного

института, в то время как первые вынужденно обращаются к агентам и являются членами общества по отношению к представителям данного института [Ширяева, 2013]. В данном случае участником коммуникации является пара «профессионал-обыватель» (агент- клиент). Первый, адресат сообщения, - один из читателей журнала мод. Второй, адресант - представитель института моды: стилист, редактор, фотограф, модельер, манекенщик.

Пособия по крою и шитью, учебники, энциклопедии, выкройки, статьи, хрестоматии по истории костюма являются прецедентными текстами дискурса моды [Косицкая, 2012].

При помощи дискурса институт моды внедряет свои ценности и ориентиры. В вышеуказанном примере ценности дискурса моды представлены вербализацией понятия «шик» (*adhering to straightforward options... allows for effortless executive chic*). Концепт «шик» - одно из основополагающих и центральных понятий дискурса моды, обнаруживающее различную языковую реализацию в модных журналах.

В зависимости от стратегий дискурса моды, которые определяются непосредственно институтом моды, выделяются цели. В представленном выше фрагменте текста основная цель - инструктирование, адресант сообщения ставит в качестве задачи научить читателя правильно использовать модные изделия (*adhering to straightforward options like monochromatic blouses, A-line skirts, or long and lean pants*).

Для хронотопа дискурса моды характерны специальным образом маркированные время и место: дефиле, показ мод, неделя моды в Париже/Милане и пр. Дискурс моды

реализуется также и в ситуации покупки-продажи в модных магазинах [Fogg, 2013].

Стратегии дискурса моды заключаются в следующем: 1) продемонстрировать, дать описание изделия/модели; 2) предоставить таблицу размеров и дать информацию по измерению фигуры [Карасик, 2000].

Дискурсивные формулы, иными словами, обороты речи, которые дают человеку понятие о том, к какому институту относится данный фрагмент дискурса, представлены словосочетаниями: *A-line skirts, putting two pieces together, long and lean pants, monochromatic blouses, effortless executive chic*. Более того, обилие упоминаний различных марок и брендов, одежды, ее деталей, а также интенсификаторов (*gorgeous, luxury, chic, sophisticated, seductively*) позволяет человеку определить подобный фрагмент дискурса как дискурс моды. Для дискурса моды английского языка также характерно широкое употребление французских слов, что объясняется статусом Франции как всемирной законодательницы моды [Ширяева, 2009].

Таким образом, мы можем прийти к выводу, что дискурс моды – достаточно перспективный объект с точки зрения лингвистического моделирования, так как он имеет вид сложной структуры, иными словами, фрейма, что характеризует дискурс моды как институциональный элемент. Так как мода, будучи важнейшим социальным институтом, располагает собственными моделями общения и создает коммуникативную ситуацию, исследование институциональных факторов мира моды, будет способствовать эффективному общению.

## **1.5 Глянцевый журнальный дискурс моды. Особенности языка**

На протяжении веков жизнь общества неразрывно связана с модой, которая, в свою очередь, играет роль так называемого «камертона» ритма эпохи. Феномен моды является самым спорным и многогранным аспектом жизни современного общества, так как демонстрирует сложную структуру, находясь на пересечении с искусствоведческим, историческим, научным, рекламным и другими дискурсами.

В современном мире печатные средства массовой информации представляют собой особое культурное пространство, имеющее ряд правил относительно структуры и, особенно, языка. СМИ представлены следующими типами: бюллетени, газеты и журналы. Именно журналы и журнальный дискурс моды рассмотрены более подробно.

Контент журналов в основном представлен рисунками, иллюстрациями, а также статьями различных авторов. Следует отметить, что журналы подразделяются на научные, научно-популярные, общественно-политические, литературно-художественные и глянцевые [Зверева, 2006].

Среди перечисленных выше печатных СМИ особое внимание следует уделить глянцевым журналам о моде. Подобные периодические издания стали неотъемлемой частью современной жизни, пропагандируя свою идеологию. Изучение глянцевых журналов имеет особую актуальность, ввиду их возрастающей популярности у населения, а также недостаточной изученности. Развитие глянцевых изданий

внесло свой вклад в палитру современных СМИ и, что более важно, повлияло на развитие языка.

Понятие «глянцевый журнал» состоит из прямого (блестящая глянцевая обложка) и переносного (блеск, роскошь) значений [Скулкин, 2015]. Основной отличительной особенностью глянцевых журналов является прочно укоренившаяся идеология гламура. Большой энциклопедический словарь определяет слово «гламур» как «показную роскошь, демонстративное великолепие; нарочитый шик». Таким образом, глянцевый журнал – печатное издание, направленное на определенный круг читателей, представленный, в основном, женской аудиторией.

Цель подобных изданий – научить читателя жить, соответствуя образу так называемых селебрити, стать частью элиты [Савичева, 2007]. Реализация данной цели формируется посредством особой подачи информации, выполненной с помощью великолепной визуальной подачи материала [Скулкин, 2015]. Едва взглянув на журнал, читатель, главным образом, отметит качество бумаги, красочность, а также высокое качество печати. Глянцевые журналы, в целом, лишены высокой информативной содержательности, так как основной контент подобных изданий – иллюстрации, символизирующие успех, богатство, счастье.

Однако иллюстрации требуют также правильного текстового оформления для усиления информационного посыла. Экспрессивность при подаче материала, заимствования, а также специальная лексика служат для реализации данной цели [Байджанова, 2012].

Глянцевая публикация изобилует использованием «модной» лексики. К самым употребительным словам можно отнести такие понятия как «кутюрье» (франц. *couturiere* – портниха от *couture* – шитье, сшивание), «дефиле» (франц. *defile* – узкий проход, демонстрация модной одежды), «подиум» (возвышенность на эстраде, в студии художника, скульптора для натуры, манекенщиков, модели), «дизайнер» (художник-оформитель, специалист в области дизайна), «мода», «тренд», «стиль», «тенденция» «имидж» (англ. *image*, лат. *imago* – образ какого-либо предмета, явления, лица), «бренд» (англ. *brand* – марка), «презентация», «коллекция», «шоу-бизнес», «креативность» (лат. *creation* – созидание, творческая, новаторская деятельность).

Глянцевые журналы оказали влияние на появление таких неологизмов как «фэшн» (от англ. *fashion* – мода), «шопинг» (от англ. *shopping* – посещение магазинов), «клуббер» (от англ. *clubber* – завсегдатай клубов), «дресс-код», «кидалт» (от англ. *kid* – ребенок и *adult* – взрослый, зрелый человек, не стремящийся расставаться с детством), «артхаус» (жанр кинематографа, нацеленный на узкий круг зрителей), «лук» (от англ. *look* – образ), «контент» (от англ. – содержание), «хоррор» (от англ. *horror* – ужас, жанр в кино и литературе), «сиквел» (от англ. *sequel* – продолжение), «чайлдфри» (от англ. *childfree* – сознательный отказ иметь детей). Все слова, перечисленные выше, являются заимствованными, однако вошли в русский язык настолько быстро, что воспринимаются читателями глянцевых журналов как новая русская лексика, как «лингвистические коды», создающие новый тип культуры [Маковский, 2007, с. 108].

При исследовании такого феномена как глянецовые журналы необходимо отметить и особенности языка. К ним можно отнести:

1) высокую эмоциональность, ввиду употребления эмоционально- экспрессивной лексики; прилагательных в форме сравнительной и превосходной степени («высочайшего качества»); оценочной лексики («первоклассный»);

2) использование глаголов в повелительном наклонении («отдохни по- королевски»);

3) наличие заголовков, основанных на цитации (неточном цитировании): «Свежо приданое» о модных тенденциях» (упоминание строчки из комедии А. С. Грибоедова «Горе от ума»: «Свежо придание, а верится с трудом...»);

4) обращение к читателю на «ты», устанавливая подобным образом дружественную, доверительную связь с получателем информации [Каюмова, 2009, с. 128].

Итак, в данном параграфе изучены особенности языка глянецовых журналов о моде. Глянцевый журнальный дискурс моды можно охарактеризовать как дискурс глянецовых журналов информационно-развлекательного характера, демонстрирующий особенности жизни потребительского общества, а также «философии гламура». Важной особенностью подобных изданий является наличие своеобразного языкового оформления.

## **1.6 Особенности перевода дискурса моды с английского на русский язык**

Американский лингвист и этнолог Э. Сепир определял моду как способ самовыражения индивида [Сепир, 1993].

Данная функция выполняется посредством отказа общества от старых и внедрению новых социокультурных норм. Э. Сепир утверждает, что «можно различать устойчивые и эфемерные обычаи; последние принято называть «модой». 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, с. 555]. К функциям моды можно отнести:

- 1) желание казаться более успешным, сильным, путем подражания богатым и удачливым личностям;
- 2) стремление к самовыражению посредством моды;
- 3) демонстрация социального статуса.

Текст в журнале мод в основном имеет две составляющие: нарративную и рекламную часть. Также структура текста сферы моды зачастую представлена следующими компонентами: заголовок, подзаголовок, основной текст и призыв купить или заказать продукт.

Текст в дискурсе моды можно описать как речевой акт с тремя составляющими: локуцией, иллокуцией и перлокуцией [Аброзе, 2006].

Перевод текстов о моде представляется достаточно трудной задачей, поскольку от переводчика требуется сохранить и передать стилистические особенности материала, являющиеся средством воздействия на потенциального потребителя. Серьезные затруднения переводчик испытывает при переводе выразительных средств, таких как



фразеологические единицы, метафоры, метонимии, аллюзии и др. Для их перевода используются такие переводческие приемы как калькирование, грамматическая замена, описательный перевод, прием логического развития и др. [Нелюбин, 2007].

При переводе статей о моде переводчику необходимо не только в совершенстве владеть родным языком, но и иметь широкий кругозор. На переводчике лежит огромная ответственность, так как от него зависит, как люди будут называть тот или иной предмет. На сегодня переводу журналов о моде уделяется недостаточно внимания, а включение слов в словари происходит с запозданием.

При переводе текстов о моде переводчик должен принимать во внимание психологические особенности читательской аудитории, немаловажным аспектом помощи при переводе являются фоновые знания и опыт. Зачастую перед переводчиком возникает проблема передачи культурно обусловленных языковых явлений, а также реалий. Под «реалиями» понимают слова, которые обозначают понятия духовной и материальной культуры, присущие определенному народу [Сепир, 1993, с. 274]. При их переводе он должен руководствоваться задачей, которая перед ним стоит: сохранить колорит языковой единицы с утратой семантики или передать реалию с утратой колорита.

Значительная доля внимания в каталоге мод уделяется описанию цвета. У каждого языка есть своя система цветообозначений, объясняющиеся особенностями мышления народа, общественной, социальной жизни, а также географическим положением страны. Особенность каталога

моды заключается в том, что два практически одинаковых оттенка могут быть описаны совершенно по-разному, что обуславливается тем, что цвет в каталоге моды осуществляет как обычную, описательную, так и рекламную функцию [Василюк, 2014]. Слова при описании изделия должны быть подобраны таким образом, чтобы побудить потенциального потребителя к покупке, так как назначение рекламы заключается в эффектном представлении товара. Например, *Mykonos blue/dazzling blue, celosia orange, linden green* звучат более выигрышно по сравнению с обычными *blue, orange, green*.

В названии цвета специалисты сферы моды стремятся отобразить все оттенки, а также малейшее изменение тона, оттенка. В британских и американских каталогах моды зачастую описание цвета передается через предмет: *linden green, violet tulip, celosia orange, frostiest mauve, iceberg white*. При переводе зачастую применяется «вербальная» стратегия: светло-зеленый, светло-сиреневый, сливовый, темно-оранжевый, сиренево-розовый, белый.

Однако для усиления экспрессии в каталоге мод можно встретить и такой перевод: *silver spoon* – серебряный иней, *plum fun* – слива в шоколаде, *urban skyline* – изысканный серый, *vibrant melon* – сочный розовый, *dream fuchsia* – кремовая фуксия и др.

Таким образом, при переводе текста специалист должен брать во внимание стилистические особенности текста для того, чтобы реципиент мог получить объем информации эквивалентный тексту оригинала. Переводчик должен обладать высоким уровнем профессиональных, фоновых знаний, особой

подготовкой, всесторонней эрудицией, а также опытом, так как именно от него зависит успешность реализации продукта моды. В случае с журналом мод только грамотного перевода недостаточно, важно сохранить и передать силу воздействия и экспрессивность, вложенную в текст изначально.

### **Выводы по Главе 1**

Мода – важнейший механизм, регулирующий жизнедеятельность общества. Влиянию моды подчиняется не только бытовая, но и ментальная сфера жизни индивида. Более того, мода еще и является настоящим культурным феноменом. Буквально, мода – одна из важнейших и неотъемлемых частей жизни человека. В широком смысле мода – это господство определенного вкуса в некоей сфере жизни.

Проанализировав предложенные дефиниции, можно прийти к выводу, что феномену моды подчинены многие области жизни индивида: быт, образ жизни, тенденции в одежде, коллективный вкус. Следует также обратить внимание на то, что в дефинициях, данных на двух языках, подчеркивается акцент на временный, непостоянный, проходящий характер моды, ее изменчивость, что непосредственно способно оказывать влияние на изменение словарного состава языка.

Дискурс моды – сложное коммуникативное явление, в котором для представления информации используются как вербальные, так и невербальные средства представления информации.

В данной главе изучены особенности языка глянцевого журнального дискурса моды. Глянцевый журнальный дискурс моды можно

охарактеризовать как дискурс глянцевого журнала информационно-развлекательного характера, демонстрирующий особенности жизни потребительского общества, а также «философии гламура». Важной особенностью подобных изданий является наличие своеобразного языкового оформления.

При переводе статей о моде переводчику необходимо не только в совершенстве владеть родным языком, но и иметь широкий кругозор. На переводчике лежит огромная ответственность, так как от него зависит, как люди будут называть тот или иной предмет. На сегодня переводу журналов о моде уделяется недостаточно внимания, а включение слов в словари происходит с запозданием.

При переводе текстов о моде переводчик должен принимать во внимание психологические особенности читательской аудитории, немаловажным аспектом помощи при переводе являются фоновые знания и опыт.

## **ГЛАВА 2. СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА И КУЛЬТУРНАЯ АДАПТАЦИЯ ТЕКСТОВ О МОДЕ**

### **2.1 Анализ текста энциклопедии М. Фогг «Fashion. The whole story» и его перевода на русский язык**

М. Фогг – преподаватель, эксперт области моды, а также автор ряда книг о моде. В 2015 году она представила свою

новую книгу «Мода. Всемирная история». Данная книга описывает развитие моды, начиная от одежды Древней Греции и Рима, заканчивая современными дизайнерами спортивной одежды, а также уличной модой современных городов. Статьи в энциклопедии имеют хронологический порядок, что позволяет проследить эволюцию моды от древности до наших дней. Перевод издания осуществлен Джулией Карризи.

Для анализа энциклопедии «Fashion. The whole story» и его русскоязычного варианта «Мода. Всемирная история» мы взяли методологию и схему исследования, предложенные В. В. Губиной. Для анализа перевода энциклопедии был применен метод стратификации текста, введенный А. А. Липгартом. Под стратификацией понимается «выделение единых по замыслу, художественно-образной, лексико-грамматической структуре и стилевым особенностям слоев, пластов или страт, написанных как бы в одном ключе, вокруг единой стилистической доминанты» [Липграт, 1996, с. 53].

Энциклопедия «Fashion. The whole story» относится к научно- публицистическому стилю. В данном случае текст не только сообщает факты, передает информацию, но и имеет средства воздействия на читателя. То же самое касается и литературно-художественных текстов, в которых большое место могут занимать информативные элементы, в некоторой степени вступая в противоречие с глобальным эстетическим содержанием текста в целом.

Научно-публицистический стиль по специфике своих лингвостилистических особенностей являет собой совокупность двух языковых функций, первая – функция сообщения, вторая – воздействия, которая является

вспомогательной. Таким образом, текст данного стиля можно охарактеризовать как научное повествование, включающее элементы воздействия на читателя. Как отмечает А.Л. Назаренко, «как бы широко ни применялись эти приемы и способы выражения, они не имеют самостоятельного значения и играют в научно- популярной литературе вспомогательную роль, способствуя достижению основной цели – донесению до сознания массового читателя серьезной научной информации в максимально доступной форме» [Назаренко, 2007].

Весь текст, представленный в данной энциклопедии, имеет две функции: сообщения и воздействия. Поэтому текст можно условно разделить на две страты:

- 1) «текст-сообщение»;
- 2) «текст-воздействие».

Противопоставление функции сообщения и функции воздействия не противоречит тому утверждению, что между ними присутствует некая диалектическая связь, которая определяет их взаимодействие и взаимопроникновение. Данные функции не взаимоисключают друг друга, а скорее формируют два полюса одной шкалы, на которой располагаются конкретные произведения речи, находя свое место ближе к одному или другому полюсу в зависимости от того, какая из двух основных функций языка доминирует в каждом из них.

На основе лингвостилистического анализа текста было выявлено, что первая страта, именованная выше как «текст-сообщение» представлена простыми распространенными, сложносочиненными и сложноподчиненными предложениями:

*New York couturiere Elizabeth Hawes's diamond horseshoe dress epitomizes the designer's favoured technique of incorporating the construction of the dress into its design, rather than applying extraneous decoration to the surface [Губина, 2015, с. 70].*

Далее в материал текста-воздействия вводятся лексические единицы, в совокупности, составляющие вторую выделенную страту – «текст- воздействие». Характерные элементы второй страты выделены жирным шрифтом:

*The elegant body-skimming silhouette and use of sensuous fabric for the evening gown represent the prevailing style of the period, in which arms were left un- covered, and backs were bared to the waist, to reveal tanned skin from the newly popular pastime of sunbathing [Губина, 2015, с. 72].*

Обилие эпитетов не оказывает влияния на фактическое содержание высказывания, поэтому их можно опустить без потери когнитивной составляющей текста.

К основным параметрам первой страты «текст-сообщение» можно отнести следующие элементы [Губина, 2015, с. 75]:

1) Общенаучная лексика: *affect, develop, identify, analyze, origin, interpre- tation, invention, technique, research, method, resource* и т.д.:

*As Western fashion developed as a result of both a creative and an industrial pro- cess in the 19th century, the desire for change was accelerated by the dissemination of fashion information and the introduction of widely distributed illustrated magazines.*

2) Терминология моды, которая включает в себя наименования предметов и деталей одежды, художественных направлений, описание техники кроя и т. п.:

*A transparent peplum falls to the hips and is shaped to curve upwards into the waistband. The rounded ends are edged in a pin-tucked frill that extends into a rosette at the centre of the self-fabric belt.*

3) Имена собственные, включающие названия магазинов, торговых марок, печатных изданий, персоналий, художественных произведений и географических объектов.

4) Полное и фрагментарное цитирование.

5) Дискурсивные формулы – штампы, клише, регулярно воспроизводимые в рамках определенного дискурса.

Вторая страта – «текст-воздействие» состоит из отдельных языковых элементов объемом от одной лексической единицы до законченного предложения, дополняя эмоциональную составляющую текста. Опущение или замена элементов второй страты не влечет за собой потерю информации [Губина, 2015, с. 80].

К конституирующим параметрам страты «текст-воздействие» относятся:

- 1) образные сравнения;
- 2) метафоры;
- 3) эпитеты/образные определения;
- 4) характеристика чувств, ассоциаций, эмоциональных впечатлений, вызываемых при визуальном восприятии описываемых предметов одежды, обуви или аксессуаров;

Таким образом, текст был разделен на две удобные для дальнейшей работы части.



Анализ текстов ИЯ и ПЯ следует начать с замечания о том, что основной особенностью оригинального текста являются сложносочиненные и сложноподчиненные предложения. При переводе переводчик зачастую дробит подобные объемные конструкции, для упрощения восприятия информации:

*Both sexes could wear a garment on top of the tunic – for the sake of dignity rather than for protection from the elements – which was known in Greece as a himation, and in Rome as a pallium or palla.* – И мужчины, и женщины могли носить поверх туники другие наряды – в основном чтобы подчеркнуть свой статус. В Греции он носил название гиматий, в Риме – паллий [Губина, 2015, с. 97].

*It is matched by his dandy swagger and hand gestures, which show off his white shirt and ruby-red tie, kept in place by the prerequisite tie pin.* – Его манеры и жесты соответствуют общему образу. Под пиджаком скрывается белая рубашка и рубиново-красный галстук, заколотый зажимом [Губина, 2015, с. 97].

Переводчик неоднократно использует парентетические внесения, иными словами, включает в текст слова, предложения для пояснения информации, мысли автора [Александрова, 1998, с. 29]:

*With its origins in the Latin facito, literally ‘making’, the term ‘fashion’ has come to express a series of values <...>.* – Слово «фэшн» (от англ. fashion – мода. – Прим. пер.) происходит от латинского facito, что дословно означает «делать».

С помощью парентетических внесений переводчик обогащает информативную сторону текста, создавая тем

самым, у читателя некоторый фонд фоновых знаний по затрагиваемой теме. При этом в тексте перевода наблюдаются разнообразные по своей структуре парентетические внесения – слова, словосочетания, распространенные и сложные предложения, или, согласно классификации О.В. Александровой, «внесения-сочетания слов», «внесения-предложения» или же «однословные внесения» [Александрова, 1998, с. 31]:

*It is here where some say the sapeur movement was first born in 1922, when Congolese political intellectual Andre Grenard Matsoua returned from Paris dressed as an aristocratic gentleman.* – Считается, что именно здесь в 1922 году зародилось движение sapeur (щеголей), когда конголезский политик Андре Гренар Матсуа вернулся из Парижа одетым как аристократ [Губина, 2015, с. 103].

Внесение в исходный текст дополнительной информации, оформляемой в виде парентетических внесений усиливает экспликативную функцию текста. Это связано с необходимостью адаптации текста для русскоязычной читательской аудитории с целью ее приобщения к реалиям иностранной культуры в области моды.

Наряду с парентетическими внесениями переводчик опускает некоторые фрагменты исходного текста, которые он посчитал излишними, неуместными, не несущими смысловой нагрузки:

*Many sapeur wield cigars, lit or unlit, as one of their many accessories.* – Многих sapeurs можно встретить с сигарой – зажженной или незажженной [Губина, 2015, с. 104].

*Also called a kaftan or robe, it is usually worn as a formal, ceremonial outfit*

*<...>. – Его надевают на официальные торжественные церемонии [Губина, 2015, с. 104].*

Конституирующие параметры первой страты - «текстасообщения» - в переводе передаются довольно подробно, соответствуя оригинальным [Губина, 2015, с. 86]:

1) Общенаучная лексика передается переводчиком довольно последовательно:

*During the reign of Empress Wu it became fashionable for women to wear low-neck garments. – В эпоху правления императрицы У в моду вошли одеяния с глубоким вырезом.*

*When the dynasty was at its most prosperous, a spectacular costume was created for female dancers. – В период расцвета династии у танцовщиц появился особый костюм.*

2) Перевод терминологии моды.

Перевод терминологии моды следует проанализировать более подробно. В целом, как и перевод общенаучной лексики, перевод узкоспециализированной модной терминологии достаточно последователен и точен:

*The yoke and sleeve head are in contrasting colours, outlining the breastplate effect of two gold, silk-satin front panels that are quilted in an interlocking wave pattern, which continues horizontally in a separate panel below the waistband, edged in black satin. – Кокетка и окат рукава имеют контрастные оттенки, создавая эффект нагрудника из двух золотых атласных передних панелей с волнообразующим узором, переходящим по горизонтали в отдельную панель под талией в обрамлении черной атласной каймы [Губина, 2015, с. 120].*

Важной особенностью текстов о моде является обилие терминов французского происхождения. Основная доля заимствований английской терминологии моды приходится на французский язык. Зачастую французские термины употребляются в англоязычном тексте в своей оригинальной графике, в частности, *gigot d'agneau*, *moiré*, *trompel'œil*, *boutonnière*, *parure*, *corps de robe*, *applique* и другие [Долгова, 2007, с. 92]:

- *Mary Katrantzou engineers intricate hyper-real placement prints that feature precious and exquisite trompel'œil objects <...>.*

- *The medieval Marie sleeve, which had been worn with the Empire-line dress, had been replaced by the gigot d'agneau sleeve by 1830 <...>.*

- *The grand habit is composed of the grand corps or corps de robe (bustier), the jupe (skirt) and the bas de robe or queue (train).*

Проанализируем способы перевода подобных терминов на русский язык на примере французских терминов, встречающихся в оригинальном тексте. Для их передачи переводчик прибегает к различным приемам:

- транскрипция: *She is adhering to the new fashion for having one's portrait painted déshabillé ('in undress') and is dressed informally <...>.* - Следуя моде того времени, девушка согласилась позировать для портрета дезабилье (исподнем) и поэтому одета в свободный пеньюар <...> [Губина, 2015, с. 138 ].

- экспликация: *Delineated across the shoulders by white piping, the high-cut yoke seam carries the all-over pattern vertically then horizontally down the full length of the sleeves to the trompe l'oeil cuff.* - Высокая кокетка, подчеркнутая белой

строчкой на уровне плеч, украшена узором на всю длину, вертикально и горизонтально вдоль рукавов до самых манжет в технике оптической иллюзии.

- перенос иноязычного термина в текст перевода в оригинальной графике:

*The same blue provides a trompe l'oeil cuff.* - В том же голубом оттенке выполнены манжеты в эффекте *trompe l'oeil* [Губина, 2015, с. 120].

*This photograph is of the well-known sapeur Willy Covary, who lives in Bacongo, a district of Brazzaville in the Republic of the Congo.* - Эта фотография - один из самых известных снимков *sapeur* Вилли Ковари, проживающего в Баконго, округе Браззавиля в Республике Конго [Губина, 2015, с. 123].

- *<...> and exudes a bohemian and exuberant joie de vivre.* - *<...>* в богемном и эксцентричном стиле *joie de vivre* [Губина, 2015, с. 123].

Таким образом, мы видим, что, в частности, термину *trompe l'oeil*, которое довольно употребительно в терминологии моды, в русском варианте книги соответствует двухчленный синонимический ряд: *trompe'loeil* - иллюзия.

Более того, французские термины в английском языке могут употребляться в качестве синонимов исконно английских понятий, таких как *high fashion - haute couture, ready-to-wear - prêt-à-porter, designer - couturier*, образуя с ними пары равноупотребительных терминов-дублетов [Губина, 2015, с. 92]:

- *Claire McCardell, <...>, redefined the look of modern dressing by bringing the functionality of leisurewear into high fashion.* - Но: *The strength of the US dollar from 1980 to 1985*

*resulted in a new demand for haute couture and luxurious <...> clothing* [Губина, 2015, с. 102].

- *European couture, a system that was thriving after the previous era's preoccupation with the promulgation of ready-to-wear.* - Но: *This was followed in 1973 by the first prêt-à-porter fashion week in Paris, featuring designers such as Moroccan-born Jean Charles de Castelbajac <...>* [Губина, 2015, с. 100].

- *French-born Sonia Rykiel was one of the first designers to elevate knitwear from its previously frumpy artisanal image <...>.* - Но: *<...> classical drapery, that French couturier Madame Gres was known for* [Губина, 2015, с. 104].

Перевод данной терминологии также может быть произведен тремя способами: калькированием, транскрипцией и в оригинальном написании. При переводе таких терминов на русский язык, имеющийся в оригинальном тексте двухчленный ряд синонимов, может расширяться. Количество синонимов в таком ряду зависит от количества применяемых переводчиком способов передачи обозначаемого терминами-дублетами понятия. Рассмотрим способы перевода термина «haute couture»:

- калькирование: *Haute couture was implemented in Paris in 1858 <...>.* -

*Высокая мода зародилась в Париже в 1858 году <...>.*

- транскрипция: *The strength of the US dollar from 1980 to 1985 resulted in a new demand for haute couture and luxurious ready-to-wear clothing.* - *Стабильность американского доллара в 1980-85 гг. сформировала новый спрос на изделия от кутюр и дорогую готовую одежду.* Данный вариант перевода является наиболее распространенным.

- перенос в текст перевода иноязычного написания термина в оригинальной форме латиницей: *This vivid pink suit was part of John Galliano's haute couture collection <...>*. - Этом яркий розовый костюм был частью коллекции *haute couture* Джона Гальяно [Губина, 2015, с. 156].

Анализ перевода показал, что наиболее распространенным способом передачи понятия «*haute couture*» является транскрипция.

Таким образом, перевод синонимов *high fashion* - *haute couture* в оригинальном тексте в русском языке расширяется до трехчленного, что демонстрирует усиление синонимии ввиду использования различных способов перевода одного и того же понятия. Следует отметить, что способ передачи иностранного термина в оригинальном написании достаточно часто используется переводчиком при переводе энциклопедии. На основании вышеизложенного можно выявить еще одну особенность текста перевода: если в англоязычном тексте встречаются лишь несколько примеров иностранных терминов в оригинальной графике - французских, - то в его русскоязычном переводе употребляются и английские, и французские термины в оригинальной графике. В результате количество иностранных слов в оригинальной графике в русскоязычном тексте в сравнении с англоязычным значительно возрастает, что к тому же оказывается особенно заметным ввиду различия систем письма.

Подобная тенденция обусловлена отсутствием аналогичных понятий в русском языке. Чаще всего названия заимствуются вместе с предметом одежды. По приводившемуся ранее замечанию автора исследования «Язык моды XVIII- XIX

веков в русском культурном быту: трудности перевода» О. Никитиной, в русском языке слова, обозначающие детали одежды, ее формы, названия тканей и другие термины, которые можно объединить общей темой «костюм», в основном иностранные или производные от них, измененные на русский манер. Большая их часть пришла из французского языка вслед за французской модой в XVIII–XIX веках, а также из английского, так называемого «lingua franca» современной международной индустрии моды, заимствования из которого продолжают активно пополнять русскую терминологию моды [Губина, 2015, с. 94].

Сказанное в полной мере подтверждается материалом исследуемого издания, где еще не прошедшие процесс ассимиляции иностранные термины переданы на русский в своем оригинальном написании латиницей, либо транслитерацией/транскрипцией:

- *The design was based on the Yoruba boubou, a traditional garment worn by West African women <...>. – В основу фасона лег наряд племени йоруба boubou, традиционное одеяние у западноафриканских женщин <...>.*

- *The print is reminiscent both of tie-die and tiger prints <...>. – Набивной узор напоминает принты, полученные окрашиванием «тай-энд-дай» и тигровые узоры.*

- *The print is a perennial paisley in shades of brown, which is classic yet contemporary. – Неизменный узор «пейсли» в коричневых оттенках выглядит классически и в то же время современно.*



Большое количество неассимилированной лексики среди терминологии моды свидетельствует об отсутствии в русском языке сложившейся устойчивой терминосистемы.

Как уже было упомянуто выше, основные способы перевода иноязычных терминов, к которым прибегает переводчик энциклопедии об истории моды – экспликация, калькирование, перенос иностранного термина в русский текст в оригинальной графике и транскрипция/транслитерация. Последний способ перевода рассмотрим более подробно, так как он зачастую является каналом опосредованного английским языком проникновения в отечественную терминологию моды единиц из других языков. Данный факт может быть обусловлен активным установлением международного сотрудничества, интеграции стран во второй половине XX – начале XXI вв., результатом чего стало укрепление статуса английского языка и его распространения в качестве языка-посредника между странами Запада и Востока как Япония, Китай, Корея [Губина, 2015, с. 98]:

- *This style of costume included a round turban and a long, loose decorated coat, sometimes with short sleeves, worn over a thinner robe.* – Такой стиль включал в себя круглый тюрбан, длинный свободный, украшенный плащ, иногда с короткими рукавами, поверх тонкой сорочки.

- *The sari has been the traditional women's garment of the Indian subcontinent for centuries <...>.* – Сару – многовековой традиционный женский наряд индийского субконтинента <...>.

- *<...> the dress is also reminiscent of a kimono or a 1970s day dress <...>.* –

<...> платье имеет нечто схожее с кимоно и платьями 1970-х <...>.

3) Имена собственные – еще один конструирующий параметр первой страты. Их способы перевода давно были сформированы лингвистами и весьма традиционны. К ним относят транскрипцию (при этом возможно некоторое изменение в оформлении фонематического состава, отражающее объективные процессы усвоения имени в системе языка перевода), калькирование и транслитерацию. Не следует забывать и о закрепленных в языке соответствиях. К ним относят: географические названия, реалии мировой истории, названия учреждений и организаций, а также литературных произведений и произведений живописи, кинофильмов, телесериалов, театральных постановок и т.п. [Губина, 2015, с. 100].

Имена собственные переводчик оставляет в их оригинальном написании латиницей. В частности, это относится к упоминанию иностранных печатных изданий («*Vogue*», «*Harper's Bazaar*»), магазинов («*Barneys*», «*Maria Luisa*»), торговых марок и компаний («*Jewel*», *Christian Dior*, *Lanvin*, *Proenza Schouler*, *Hermès*, *Rolex*), музыкальных коллективов («*ABBA*», «*Thirty seconds to Mars*»), объединений и организаций (клуб «*Hempshire Hunt*»).

Подобную тенденцию М.А. Орел комментирует следующим образом:

«Сегодня под влиянием <...> веяний времени переводчики часто отказываются и от транскрипции, и от транслитерации, да и, вообще, от перевода в традиционном его понимании и переносят имена собственные в продуцируемый текст в их

оригинальном написании – латиницей», объясняя подобное явление влиянием глобализации [Орел, 2017, с. 100].

4) Перевод на русский язык полного и фрагментарного цитирования, используемого в оригинальном англоязычном тексте, довольно последователен:

- «*It was a very effortless and comfortable dress that flowed nicely when you walked and it travelled well. If you were in Paris, London or Lagos, you could have worn that dress, day or night*», says the designer. – Это было очень легкое и удобное платье, ниспадавшее во время ходьбы, и почти не мялось. Будь вы в Париже, Лондоне или Лагосе – оно идеально подходило для дневных и вечерних прогулок».

- He wrote: «*I designed clothes for flower-like women, with rounded shoulders, full feminine busts and handspan waists above enormous spreading skirts. An ethereal appearance is only achieved by elaborate workmanship*». – Я создавал одежду для женщин-цветов, с округлыми плечами, крупным бюстом и тонкой талией, от которой ниспадали огромные юбки».

- The designer records her motivation in her autobiography, *A Signature Life* (1998): *All I had was an instinct that women wanted a fashion option besides hippie clothes, bell bottoms and stiff pant suits that hid their femininity*. – Дизайнер вспоминает в автобиографии *A Signature Life* (1998): «Я отчетливо понимала, что женщины нуждаются в одежде, отличной от стиля хиппи, без брюк-клеш и жестких брючных костюмов, скрывавших их женственность».

6) Перевод дискурсивных формул, таких как *prêt-à-porter*, *ready-to-wear*, *haute couture*, *outfit*, *fabric*, *accessories*, *design*,

*boutique, label, brand* осуществлен переводчиком также довольно точно и последовательно:

*The original Dorothee boutique opened in Paris in 1958 followed by ready-to-wear label Dorothee Bis <...>* – Первый бутик *Dorothee* был открыт в Париже в 1958 году после основания лейбла готовой одежды *Dorothee Bis <...>*

Еще одна группа дискурсивных формул представляет собой конструкции, предназначенные для описания визуального эффекта, выделения особых характеристик того или иного предмета одежды, что выражается в таких конструкциях, как *to match* – сочетаться; *to emphasize* – подчеркивать; *to draw attention* – привлекать внимание, *to contrast* – составлять контраст и др.:

- *The window-pane checks of the coat are matched harmoniously to the smooth-faced tweed of the suit.* – Клетка пальто гармонично сочетается с твидовой фактурой костюма.

- *The circular skirt created and emphasized an hourglass figure.* – Юбка-солнце формировала и подчеркивала силуэт песочных часов.

- *<...> dark red lips and nails stand out against the soft, delicate knitwear, contrasting soft femininity with rigid control.* – *<...>* темно-красная помада и ногти резко контрастируют с мягкой, утонченной вышивкой, подчеркивающей женственность модели наряду с ее чувством строгого самоконтроля.

Анализ перевода показал, что переводчику свойственна более активная интенция воздействия на читательскую аудиторию при помощи средств выразительности, в отличие от

автора, что прослеживается при анализе перевода элементов второй страты оригинального текста. Последовательно воспроизводя в переводе авторские художественные приемы, являющиеся конституирующими параметрами данной страты, переводчик использует аналогичные тропы и в тех фрагментах текста, где они отсутствовали в первоисточнике [Губина, 2015, с. 108].

Далее перейдем к анализу перевода конституирующих элементов второй страты. Как уже было отмечено выше, опущение и замещение деталей второй страты не наносит серьезного урона содержательной части текста, поэтому переводчик в данном случае позволяет себе добавление /опущение некоторых элементов текста для его адаптации под российскую аудиторию.

1) Перевод авторских сравнительных конструкций:

- *<...>and jet leather ribbons, which appear in the eyelets like recessed jewels. -*

*<...> и золотой тесьмой в небольших отверстиях, которая в отдалении напоминает утопленные драгоценные камни.*

- *The bodice and skirt fabric is a deep terracotta and navy blue synthetic linen by Wallach, which has been printed in a geometric design reminiscent of Moorish tiles. -* *Лиф и юбка платья сшиты из темного терракотового и синего синтетического материала с набитым геометрическим узором, напоминающим мавританские изразцы.*

- *The short shoulder strap, secured at each end of the bag, requires the pochette to be tucked high under the arm, carried like the baguette from which it takes its name.*

- *Короткая наплечная бретелька, закрепленная с обоих концов сумки, предусматривает наличие rochette, стягиваемого под мышкой. Такую сумочку носят под мышкой, подобно багету, от которого она и получила свое название.*

Привнесенные переводчиком образные сравнения:

- *<...> it expresses the times that we live in. - Она как зеркало того времени, в котором мы живем <...>.*

- *The pannier was made of linen with whalebone or cane to form the hoops. - Панье - это похожее на абажур сооружение, покрытое полотняным чехлом.*

*<...> Обручи для панье делались из льна с китовым усом или тростника.*

3) **Метафоры:**

Перевод авторских метафорических оборотов:

- *Olowu's brand has grown ever since and this iconic Duro gown has been much copied but never bettered. - Бренд Олову с тех пор расширил свои границы, а это платье, несмотря на многочисленные копии, никому еще не удалось сделать лучше.*

- *<...> an indigo-dyed fabric printed with meaningful symbols, to create sensual womenswear. - <...> окрашенный индиго материал с особой символикой для создания чувственных женских изделий.*

- *The engineered all-over pattern captures a loose rendition of the Op art impact of the 1960s and 1970s paintings of Bridget Riley <...>. - Сплошной узор вызывает в памяти некоторые элементы оп-арта 1960-1970-х, прослеживаемые в картинках Бриджит Райли <...>.*

- *A jaunty feather is tucked into the hatband, referencing the countryside aspect of the ensemble.* - В ленту шляпы вставлено игривое перо, являясь единственным

«легкомысленным» элементом всего ансамбля.

- *Youthful femininity.* - Привлекательная женственность.

- *In Europe the Corolle Line <...>, introduced the wasp waist and crinoline to contemporary fashion <...>.* - В Европе коллекция Corolle, ввела в стиль моды на осиную талию и кринолин.

Собственные метафоры переводчика:

- *<...>this dress from their spring/summer 2013 collection reflects the duo's trip to the Santa Maria Assunta cathedral in Siena, Italy, and visits to both India and Nepal.*

- *<...>это платье из коллекции весна/лето 2013 фактически повествует о путешествии дизайнеров в собор Санта-Мария-Ассунта в Сиене, Италия, и о поездках в Индию и Непал.*

- *A jaunty feather is tucked into the hatband, referencing the countryside aspect of the ensemble.* - В ленту шляпы вставлено игривое перо, являясь единственным

«легкомысленным» элементом всего ансамбля.

- *The patterned dress and coat ensemble is of the same hues and demonstrates the signature decorum of the Doris Day-era stenographer, and consequently all the hall- marks of Prada.* - Платье и пальто имеют одинаковые оттенки и демонстрируют фирменный стиль стенографов эпохи Дорис Дей, которые впоследствии стали фирменными «изюминками» лейбла.

4) Эпитеты также присутствуют в русском тексте и как результат перевода английских конструкций, и будучи переводческими привнесениями в текст.

Перевод авторских эпитетов:

- *They are role models and, although poor, are still regarded as the elite, whose stylish presence at important functions is seen to add convivial glamour.* - Они являются образцом для подражания и, несмотря на свою бедность, возведены в ранг элиты, а их присутствие на важных мероприятиях привносит атмосферу праздника и веселья.

- *Today, the work of Ralph Lauren and Tommy Hilfiger proves the continuing appeal of the preppy look, recognizing and celebrating it as one of the United States' great contributions to global style.* - Сегодня коллекции Ральфа Лорена и Томми Хилфигера свидетельствуют о неувядающем интересе к стилю пренпи, подчеркивая его роль в эволюции моды.

*As an early act of teenage sartorial rebellion, knitted cardigans were worn back to front <...>.* - Вязаные кардиганы, ставшие одним из первых проявлений бунтарского духа, надевались задом наперед <...>.

*<...> the sweetheart line came to be inextricably associated with sophisticated elegance.* - сердцевидный силуэт стал символом утонченной элегантности.

*<...> and his adopted crest was the head of Medusa, which symbolized the decadent glamour and provocative allure inherent in the Versace label.* - <...> а его фирменным знаком стала голова Медузы, символ декадентского гламура и провокационного соблазна, свойственного изделиям его лейбла.



*This Gucci advertising campaign <...> projects an image of sleek sophistication.*

- *Эта рекламная кампания Gucci демонстрирует гламурный шик <...>.*

Эпитеты, привнесенные в процессе перевода:

- *Courrege was inspired by space travel and youth when he designed these white leather ankle boots to be worn with short skirts or slim trousers.* - *На создание этих белых кожаных полусапожек дизайнеров Courrege вдохновили космические полеты и другие признаки бунтующих шестидесятых.*

- *It is a mix of 18th century, hippy <...>.* - *Неожиданный микс XVIII века со стилем прекраснородушных хиппарей.*

5) Переводчик не только передает выражение чувств, ассоциаций, эмоциональных впечатлений, вызываемых визуальным восприятием предметов гардероба, представленных автором, но и добавляет собственные [Губина, 2015, с. 111]:

Перевод:

- *The adorned purity of the white dress, apart from the spurious functionality of the 'hardware', renders the figure both untouchable and desirable.* - *Неприукрашенная чистота белого платья, помимо сомнительной функциональности металлических пряжек, представляет фигуру в желанном, недостижимом свете.*

- *It adds an air of subtle femininity to the ensemble.* - *<...> платье выложено цветочным узором, подчеркивая женственность всего ансамбля.*

Переводческие дополнения:

- *The silk hem of the dress is knee-length and flattering.* - Шелковый подол платья до колен способен подчеркнуть красоту фигуры любой женщины.

- *<...> the fascination with extreme shapes has continued, particularly for evening wear.* - *<...>* вечерние платья, крой которых изысканно сложен, по-прежнему вызывают восхищение.

Среди реализующих данный прием конструкций своей частотой в тексте перевода особенно выделяются выражающие оценку визуального облика предметов или деталей предметов с помощью конструкций с глаголами *выглядеть* и *смотреться* [Губина, 2015, с. 112]:

- *In contrast this dress from the autumn/winter 2012 collection features the every-day and the mundane: crayons and pencils - the ephemera of the ordinary office - to create an extraordinary garment in a dizzying mash-up of the real.* - Это же платье из коллекции осень/зима 2012 выглядит вполне повседневно: цветные мелки и карандаши - обычные офисные принадлежности - создают совершенно уникальное платье с попури реального, сюрреалистичного и обманчивого гиперреалистичного в ярко-желтой гамме.

Кроме того, переводчик расширяет в русском варианте энциклопедии объем второй страты текста за счет привнесения в него ряда собственных, не используемых в английском оригинале художественных приемов. Таковыми являются:

б) Уменьшительно-ласкательные формы слов, образованные соответствующими суффиксами:

- *The parasol also provides more opportunity for embellishment.* - Зонтику

служат дополнительным декоративным элементом.

- *The stiff bow on a headband sits atop the characteristic fringed pink wig, which accentuates the doll-like image.* - Ободок с бантиком надет поверх парика с челкой, подчеркивая соответствие кукольному образу.

- *The shortness of the skirt is generally emphasized by thigh-high socks or stockings combined with high heels, although these are usually Mary Janes or Victorian boots rather than stilettos.* - Длину юбки подчеркивают длинные чулки до бедер или гольфы и каблуки, чаще туфли с ремешком или викторианские туфельки, чем шпильки.

7) Эвфемизмы:

- *Waif-like British model Kate Moss* - <...>. - Чрезмерная худоба британской модели Кейт Мосс - <...>.

- <...> *waif-like Kate Moss* <...>. - <...> субтильная Кейт Мосс <...>.

- <...> *it is* <...> *made of heavy wool fabric.* Он <...> связан из шерсти, что для пляжа - не лучший вариант.

8) Разговорные, просторечные и жаргонные элементы, фразеологизмы:

- *Covary is an electrician by day and a sapeur by night and at weekends, when he roams the streets in his finest attire with his contemporaries in tow.* - Ковари работает электриком в дневное время, а по вечерам и в выходные перевоплощается в сапеур - он бродит по улицам одетый с иголки вместе со своими собратьями.

- *The Fendi Baguette was developed by Silvia Venturini Fendi, <...>, and it became an instant classic when it was*

*launched in 1997. – В 1997 году она в мгновение ока вошла в анналы классической моды.*

9) Перифразы:

- *The medieval Marie sleeve, which had been worn with the Empire-line dress, had been replaced by the gigot d'agneau sleeve by 1830<...>. – Средневековые рукава*

*«а ля мамелюк», характерные для платьев ампир, в 1830 году заменили рукава gi- got d'agneau <...>.*

*Craft renaissance – Возрождение интереса к авторской работе*

10) Снижение экспрессии:

- *Designers based in Johannesburg include Marianne Fassler, whose signature is the leopard-print frock <...>. – Марианн Фасслер из Йоханнесбурга создает платья с леопардовыми принтами <...>.*

11) Усиление выразительности оригинального текста:

*<...> partners who make up the label Peter Piotto continue to draw inspiration from many sources. – <...> дуэт дизайнеров, основавших лейбл Peter Piotto, черпает вдохновение из различных источников.*

Таким образом, на основе данного анализа можно сделать следующие выводы:

1) при переводе переводчик вправе членить оригинальные сложносочиненные и сложноподчиненные предложения на более короткие,

чтобы упростить восприятие текста читателем, а также вносить парентетические вношения;

2) перевод страты «текст-сообщение», куда входит общенаучная лексика, терминология моды, имена собственные,

цитирование, а также дискурсивные формулы передается достаточно подробно. Опускание или замена элементов данной страты недопустима, так как влечет за собой потерю когнитивной составляющей текста, искажению смысла, мысли автора.

В ходе анализа особое внимание было уделено переводу терминологии моды, где основное место занимает французская терминология. В данном случае, перевод может быть осуществлен калькированием, транскрипцией и передачей термина в оригинальном написании. При этом транскрипция и калькирование являются наиболее распространенными способами перевода. При передаче термина третьим способом (передачей термина в оригинальном написании), необходимо убедиться, что нужный термин широко известен в своем оригинальном написании, либо переводчик должен добавить парентетические внесения для пояснения описываемого термина.

Конституирующие параметры страты «текст-воздействие» могут быть опущены, либо заменены другими элементами. При переводе данной страты задача переводчика заключается не в том, чтобы дословно передать оригинальный текст, а в том, чтобы передать эмоциональное воздействие на читателя, заложенное автором, при этом сохранив стиль и приняв во внимание психологические особенности целевой аудитории.

## **2.2 Анализ текста романа Л. Вайсбергер «Дьявол носит Prada» и его перевода на русский язык**

Следующий материал, выбранный для анализа – роман американской писательницы Л. Вайсбергер «Дьявол носит

Prada», который, соответственно, относится к художественному стилю.

Основной особенностью художественного текста является функция воздействия на читателя, по аналогии с научными текстами, специфика которых определяется функцией сообщения. Функцию воздействия также характеризуют как «художественную» и «эстетическую», что отражает литературный язык во всей его красоте и многообразии.

Перевод художественного текста представляет собой достаточно серьезную задачу и требует кропотливой работы от переводчика. Это связано с высокой образностью и экспрессивностью подобных текстов. В художественном тексте автор очень часто прибегает к использованию средств выразительности, эмоционально-оценочной лексики, при помощи которой он скрыто выражает свое отношение к тому или иному персонажу, предмету, явлению. Поэтому от переводчика требуется огромный уровень мастерства, чтобы найти соответствующие эквиваленты, а также сохранить авторский замысел и стиль.

Роман Л. Вайсбергер «Дьявол носит Prada» был написан в 2003 году.

Переводом романа занимались переводчики М. Д. Малкова и Т. Н. Шабеева.

Анализ романа начнем с его названия: «Дьявол носит Prada». Обратим внимание, что в данном случае название модного дома передается в оригинальном написании, несмотря на то, что во всех остальных случаях названия лейблов, компаний, модных домов передаются исключительно транскрипцией или транслитерацией:

- <...> new pair of knee-high maroon-colored **Jimmy Choos** that looked great with the leather skirt I grabbed <...>. - <...> ультрамодные высокие (до колена) темно-бордовые сапоги от **Джимми Чу** <...>.

- <...> she dropped her **Gucci** logo tote on her desk <...>. - <...> бросила на стол сумку с логотипом **Гуччи** <...>.

- <...> I knew I had exactly eight minutes to breathe and collect myself and possibly even figure out a way to disguise the ash and sweat stains that had become permanent features on the **Gucci** suede.

- **Armani** T-shirt – футболка от **Армани**

Название журнала «Runway», вокруг которого строится все повествование, переводчики, несмотря на то, что названия газет и журналов принято переводить транскрипцией или транслитерацией, переводят на русский как «Подиум». Можно предположить, что подобный способ перевода был выбран для того, чтобы не перегружать читателя иностранными словами и не усложнять чтение романа:

- «Dear, can you tell me the name of the editor in chief of **Runway**? » – Дорогая, вы знаете, как зовут главного редактора «**Подиума**»?

- No one cared about **Runway**. It was a fashion magazine, <...>, one I wasn't even sure contained any writing, just lots of hungry-looking models and glossy ads. – Да и кому только интересен «**Подиум**»: это ведь журнал мод. <...>, в нем, кажется, вообще нет текста, одни фотографии изнуренных диетой топ-моделей да броская реклама.

Очень часто при анализе художественных произведений можно проследить, что при переводе свойственно придавать

экспрессии тексту там, где ее не было в оригинале. Например, следующий пример демонстрирует то, как переводчики передают на русский выражение «permanent features», которое изначально является в некоторой степени «нейтральным»:

*Since I rode the route every day —sometimes twice — I knew I had exactly eight minutes to breathe and collect myself and possibly even figure out a way to disguise the ash and sweat stains that had become **permanent features** on the Gucci suede.*  
– Этим маршрутом я ездила ежедневно, иногда даже по два раза в день, и знала, что у меня всего шесть минут, чтобы перевести дух, собраться с мыслями и придумать, как получше замаскировать пятна от пепла и пота, которые, похоже, стали **неотъемлемым украшением** моего замшевого наряда от Гуччи.

Таким образом, на данном примере мы видим, что переводчики заменяют нейтральное выражение более экспрессивным, добавляя нотку сарказма в повествование, что нисколько не искажает оригинальный смысл.

Следующий пример демонстрирует перевод слова «shoemaker». Несмотря на то, что в русском языке существует несколько равнозначных эквивалентов данному термину, таких как «сапожник» «обувщик» и др., тем не менее, он передается на русский язык как «мастер»:

*The shoes—well, those were beyond hope, at least until they could be fixed by the fleet of **shoemakers** Runway kept for such emergencies.* – Туфли безнадежны, хотя, может, с ними и сумеют что-нибудь сделать **мастера**, которых для этого специально держат в «Подиуме».



Отход от привычного термина «сапожник» можно трактовать «неблагозвучностью» его звучания для романа, так оно не вписывается в общие реалии сферы высокой моды, демонстрируемые в произведении. Более того, в русском языке данному слову очень часто придают негативную коннотацию, обозначая данным термином человека, который ничего не смыслит в своем деле.

При анализе перевода романа «Дьявол носит Prada» были обнаружены ошибки при передаче названий одежды, ввиду отсутствия эквивалентов в русском языке:

- <...> *and they showed off their lifelong dedication to gumwork in finely ribbed **turtlenecks** and tight leather pants.* - <...> но, глядя на их трикотажные **обтягивающие майки** и облегающие кожаные брюки, вы всегда понимаете, что видите перед собой фанатов гимнастических залов.

Перевод термина «turtleneck» как «обтягивающая майка» является грубой фактической ошибкой, что свидетельствует о некомпетентности переводчиков в сфере моды. «Turtleneck» – водолазка, гольф, характерной особенностью которого является высокий, завернутый воротник, что уже по определению не может являться майкой.

То же самое касается термина «button-down»:

*A blue **button-down**, a not-too-perky ponytail, and a pair of slightly scuffed flats completed my look.* - Синий **кардиган**, не слишком игривый конский хвост и несколько поношенные туфли без каблуков довершили мой облик.

«Button-down» представляет собой разновидность рубашки/блузки, зачастую с воротником, крепящимся к рубашке при помощи пуговиц. Если проанализировать перевод всего фрагмента текста, относящимся к описанию наряда главной героини, можно заметить, что данный перевод делает весь фрагмент нелогичным. Следуя из описания, на главной героине был надет одновременно, и жакет, и кардиган, что несколько нелогично, так как кардиган сам по себе является разновидностью жакета:

*I washed down Advil with Pepto and managed to assemble a **jacket** and pants that did not match and in no way created a suit, but at least they stayed put on my emaciated frame. A blue **button-down**, a not-too-perky ponytail, and a pair of slightly scuffed flats completed my look.* – Я запила таблетку анальгина желудочной микстурой и надела **жакет** и брюки, которые, хоть и не очень сочетались между собой, неплохо сидели на моих тогдашних мощах. Синий **кардиган**, не слишком игривый конский хвост и несколько поношенные туфли без каблуков довершили мой облик.

В следующем случае перевод термина «button-down» передан корректно: *She wore a tight, shredded denim skirt, a see-through white **button-down**, and strap-ry silver sandals.* – На ней были обтягивающая юбка из кусочков джинсовой ткани, прозрачная белая **блузка** и босоножки из серебристых ремешков.

Передача названий торговых марок переводчиками осуществлена с некоторой неточностью. Например, ошибки, которые приводят к искажению оригинального названия бренда:

*I didn't tell her that for the first few months I had risen extra early with an intense determination to coax Runway looks from my very Banana Republic-heavy wardrobe. - Я не говорила ей, что несколько месяцев вставала до безобразия рано, чтобы состряпать из своего гардероба жителя «банановой республики» нечто достойное «Подиума».*

В данном случае решающую роль сыграла неосведомленность переводчиков в сфере названий торговых марок. «Banana Republic» – американский бренд недорогой одежды, который был неверно распознан переводчиками, которые перевели название марки как «банановая республика». Понятие «Банановая Республика» также имеет место быть. Данный термин употребляется для обозначения стран Латинской Америки с нестабильной политической системой. Однако в данном случае он не имеет никакого отношения к ситуации. Упомянув данную марку, автор хотел подчеркнуть, что гардероб главной героини состоял в основном из недорогой одежды, поэтому героине приходилось тратить много времени, чтобы подобрать что-нибудь стоящее.

При переводе очень часто можно встретить употребление уменьшительно-ласкательных суффиксов:

- *<...> hissed a twenty-something girl in a snakeskin skirt and a very mini tank top, looking more suited for a late night at Bungalow 8 <...>. - <...> свистящим шепотом говорила девушка двадцати с небольшим в юбке из змеиной кожи и маечке с глубоким вырезом, больше подходившей для отвязной вечеринки в «Лотосе» <...>.*

В данном случае переводчики прибегают к употреблению уменьшительно-ласкательного суффикса, что позволяет опустить конструкцию «очень маленький/ая», как в оригинале и в то же время подчеркнуть миниатюрный размер изделия.

В следующих примерах переводчики прибегают к семантическим эквивалентам:

*She wore black leather pants, as soft as they were tight, and a fuzzy (or was it furry?) white tank top strained across her breasts and ended two inches above her **belly button**.* – На ней были черные узкие кожаные брюки и пушистая (меховая?) белая курточка, обтягивающая грудь и на пять сантиметров не достигающая до **верхней кнопки брюк**. *I looked down at my cheap, **mismatched** suit and very wrong shoes and wondered why I'd even bothered.* – Я посмотрела на свой **дешевый** костюм и очень неудачные туфли и спросила себя, зачем я вообще все это затеяла.

*<...> tossing the suede pants in the "**Couture Cleaning**" pile.* – *<...> швырнув свои замшевые брюки в груды вещей, ожидающих «**суперделикатной чистки**».*

При чтении романа очень часто прослеживается употребление переводчиками разговорных выражений, таких как «шмотки», «клуша», «таскать» и др., придавая повествованию некую непринужденность, а также шутливый и комичный оттенок. В приведенных ниже примерах подобные выражения являются экспрессивными, выразительными синонимами оригинальных нейтральных выражений:

*But I sure didn't own a single **stitch** of it, and I wouldn't have known what to do with it if the entire contents of all three stores resided in my miniature closet.* – Но у меня не было ни единой

**шмотки** ни от кого из них, а если бы даже творения всех троих вдруг оказались в моем миниатюрном стенном шкафчике, я все равно не знала бы, что с ними делать.

*I can feel my face flame red as I remember how very, very **awkward** I was among the most toned and stylish women in New York City.* - <...> лицо пылает, стоит мне вспомнить, какой **клушей** я казалась среди самых стильных женщин Нью-Йорка.

*I'd heard of Prada (from the few Jappy girls who **carried** the backpacks at Brown) <...>.* - Я слышала, конечно, о Праде (от девушек-японок, которые **таскали** в университет рюкзаки от этого модельера) <...>.

Эффект комичности переводчики также воссоздают, используя в переводе высоко литературные поэтические выражения:

*The men were all flamboyantly gay, **adorning** themselves in second-skin leather pants and ribbed T's that stretched over bulging biceps and perfect pecs.* - Все мужчины были откровенными геями, **облаченными** в облегающие кожаные брюки и рубчатые майки, которые обтягивали их выпуклые бицепсы и рельефные мышцы торса.

*«Ohmigod, is it the **fashion editor** herself?» Jill mock-shrieked when she opened the front door.* - «Ох, Боже ты мой, да **неужели это наше модное светило** собственной персоной?» - насмешливо вскричала Джил, когда я открыла входную дверь.

*<...> that every now and then the accessories get to meet their **makers** in those very elevators <...>.* - <...> что

частенько те или иные аксессуары встречаются в этих самых лифтах со своими **творцами** <...>.

Очень часто при описании предметов гардероба переводчики добавляют повествованию экспрессию и выразительность. В частности, это касается преобразования нейтральных выражений в метафоры:

*Her high heels were **placed** firmly on the glass coffee table <...>. - Ее высокие каблуки **покоились** на стеклянном кофейном столике <...>.*

*<...> handed me a pair of white cotton-Lycra hot pants, size zero, pinned to a **silk hanger** and draped in a velvet garment bag. - <...> вынула белые — хлопок с лайкрой — спортивные шорты нулевого размера на **изящной вешалочке** и положила их в бархатную упаковочную сумку.*

Во втором примере метафора позволяет опустить ненужные описания, но в то же время передать изысканность предмета, заложенную автором при описании.

Кроме того, очень часто переводчики добавляют собственные эпитеты, которых изначально не было в оригинале:

*<...> to pull off my Manolos and toss them into the passenger seat. - <...> чтобы снять **искалеченные** туфли от Маноло и швырнуть их на заднее сиденье.*

Безэквивалентные термины, встречающиеся в романе, передаются при помощи экспликации, что значительно увеличивает объем предложения:

*Well, I should hope so, miss, considering they're custom measured and cut, according to her exact **specifications** <...>. - Я надеюсь, мисс, раз уж они скроены и сшиты на заказ и с*

учетом всех **специфических особенностей ее телосложения** <...>.

Некоторые точные данные переводчики намеренно опускают, расценивая их как семантически избыточные. Максимальная конкретность, точность английского языка, свойственная даже художественному произведению, при переводе на русский неуместна. При этом когнитивная составляющая романа при этом не несет никакого ущерба:

*From what I could see from Miranda's office floor, there were perhaps **twenty- five different skirts** in an incredible assortment of fabrics, colors, and sizes. - С пола мне было видно, что там лежало около **двух дюжин юбок - разных цветов**, из разных тканей и разной длины.*

Отдельного рассмотрения требует передача цветообозначений при переводе. Цветовая гамма в каждом языке обозначается по-разному, что связано с особенностями культуры, географическим расположением и другими факторами. В современной литературе цветопись используется достаточно широко для создания визуального образа, а также живописности. Рассмотрим, как переводчики передают цветовую гамму в романе:

*Her long hair was **as dark as ink** and hung across her back like a thick, shiny blanket. - Ее длинные волосы **были черны как смоль** и, сияя, ниспадали на плечи.*

*The art director, an older man sporting **champagne blond**, thinning hair, who looked like he dedicated his life to emulating Elton John <...>. - Арт-директор, стареющий блондин с начинающими редеть **волосами цвета шампанского**,*

выглядел так, будто посвятил всю свою жизнь соперничеству с Элтоном Джоном <...>.

На втором примере мы видим, что при переводе данного отрывка опускается второй элемент словосочетания «champagne blond» во избежание тавтологии. В данном случае мы видим удачный пример языковой компрессии.

Еще несколько примеров передачи цветообозначений, которые переводчики достаточно успешно передают на русский язык при помощи соответствующих эквивалентов в русском языке:

*And Cassidy just adores Tommy's khaki skirts—we gave them to her **in olive and stone**.* – А Кэссиди просто обожает юбки цвета хаки – вот здесь **оттенки оливок и щепенки**.

*<...> a Smythson of Bond Street **burgundy leather** organizer from Graydon Carter <...>.* – *<...> **винно-красный** кожаный органайзер от Грейдона Картера <...>.*

*There were skirts in red and **ecru** and **lavender**, some with lace and others in cashmere.* – Там были красные юбки, юбки **цвета небеленого полотна** и **сиреневые**, юбки из кашемира, юбки с кружевами.

Таким образом, перевод художественных текстов о моде представляет собой достаточно трудоемкий процесс, так как переводчику необходимо не только корректно передать названия журналов, брендов, компаний, предметов гардероба, которые зачастую не имеют соответствий в языке перевода, а также успешно передать все изобразительно-выразительные средства, используемые автором.

## Выводы по Главе 2



При работе с художественными текстами очень важно брать во внимание прагматическую задачу перевода, состоящую в достижении коммуникативного эффекта на читательскую аудиторию. Цель переводчика в данном случае – адекватно воспроизвести коммуникативный эффект исходного текста.

Для того чтобы переводить подобные тексты о моде, нужно в полной мере ознакомиться со всеми стилями, названиями торговых марок, видов одежды, так как переводчик должен быть полностью осведомлен во всех тенденциях мира моды, чтобы правильно понимать и корректно передавать авторские выражения.

Как итог, при переводе художественных текстов о моде, переводчику можно дать следующие рекомендации:

1. Тщательно ознакомиться с существующими, стилями, брендами, торговыми марками, видами одежды и обуви.
2. При переводе художественных текстов о моде приветствуется добавление экспрессии в виде эпитетов, метафор и других средств выразительности, если того требует ситуация.
3. Переводчик должен умело находить семантические эквиваленты.
4. Избегать дословности при переводе и сохранять стиль автора.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках данного исследования были выполнены все поставленные цели и задачи, сформулированные перед началом работы:

1. Были изучены основные определения слова «мода». Как итог, можно дать наиболее общее и целостное обозначение слову «мода»: мода – это проявление культуры, мировоззрения, изображение действительности, отражающееся как в одежде, так и в манере поведения.

2. Были даны определения понятию «дискурс моды» и выявлены его основные признаки: наличие интенции, условия общения, организация общения, способы воздействия, а также функции: информирующая, коммуникативная, имидж-определяющая, маркетинг-ориентированная/рекламная, социальная, регулятивная, инновационная, эстетическая. Следовательно, дискурс моды – сложное коммуникативное явление, в котором для представления информации используются как вербальные, так и невербальные средства представления информации.

3. Дискурс моды был рассмотрен с позиции лингвистического моделирования. Исследование показало, что дискурс моды имеет вид сложной структуры, иными словами, фрейма, что характеризует дискурс моды как институциональный элемент.

4. В ходе исследования были изучены особенности языка журналов о моде, из чего можно сделать вывод, что текст в данных журналах имеет высокую степень экспрессии, эмоциональности. Основная цель – заставить читателя приобрести товар, красочно его представив.

5. Были рассмотрены особенности перевода дискурса моды с английского на русский язык, в результате чего был сделан вывод, заключающийся в том, что невозможно установить какие-либо четкие правила перевода текстов о моде, так как случае с текстами о моде только грамотного перевода недостаточно, важно сохранить и передать силу воздействия и экспрессивность, вложенную в текст изначально, сохранить стиль автора, при этом взяв во внимание психологические особенности аудитории, на которую направлен материал. Для перевода подобных текстов переводчик должен обладать высоким уровнем профессиональных, фоновых знаний, особой подготовкой, всесторонней эрудицией, а также опытом, так как именно от него зависит успешность реализации продукта моды.

6. Проведен переводческий анализ литературы по теме моды, в результате которого были выявлены основные способы перевода текстов о моде. В частности, в ходе переводческого анализа энциклопедии Марни Фогг были выявлены основные способы перевода подобных текстов. Перевод страты «текст-сообщение» переводится максимально близко к оригиналу. Перевод французских терминов, которые очень часто встречаются в подобных текстах, может быть осуществлен тремя способами: калькированием, транскрипцией/транслитерацией и передачей названия в оригинальном написании. Первые два из них наиболее частотны при переводе. При переводе страты «текст-воздействие» задача переводчика заключается в том, чтобы передать эмоциональное воздействие на читателя, заложенное

автором, при этом сохранив стиль и приняв во внимание психологические особенности целевой аудитории.

7. При анализе перевода романа Л. Вайсбергер исследование показало, что перевод художественного текста является трудоемким процессом ввиду высокой экспрессивности.

8. При работе с художественными текстами о моде очень важно учитывать прагматическую задачу перевода, которая заключается в достижении коммуникативного эффекта на читательскую аудиторию. Целью переводчика в данном случае является адекватное воспроизведение коммуникативного эффекта исходного текста.

Для того чтобы переводить такие тексты о моде, необходимо полностью ознакомиться со всеми стилями, брендами, видами одежды, так как переводчик должен быть полностью осведомлен обо всех тенденциях в мире моды, чтобы правильно понимать и правильно передавать авторские выражения.

## **БИБЛИОГРАФИЯ**

1. Аброзе Е.А. Индустрия моды в условиях глобализации культуры: диссертация канд. культурологии. 2006. 168 с.

2. Александрова О. В. Проблемы экспрессивного синтаксиса: на материале английского языка. Учебное пособие для студентов институтов и факультетов иностранных языков. 1998. 216 с.

3. Аракелова А.Р. Типология дискурса. Дискурс моды. Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы

лингвистики и методики: межвузовский сборник научных статей. 2013. Вып. 6. 198 с.

4. Байджанова Ю. Ш. Язык гляцевых журналов как особенность современной массовой культуры / Вестник Башкирского университета. 2012. 49-56 с.

5. Болотова Ю.С. Аксиологический аспект дискурса моды / Вестник МГОУ. Серия "Лингвистика". 2011. 17-19 с.

6. Вайсбергер Л. Дьявол носит Prada. 2004. 424 с.

7. Василук А. С. Специфика дискурса моды и особенности его перевода с английского на русский язык / Вестник ТГПУ, 2014. 15-18 с.

8. Веблен, Т. Теория праздного класса. / Книжный дом «Либроком», 2014. 368 с.

9. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. 2004. 208 с.

10. Грусман В. М. Мода как феномен культуры и средство социокультурной коммуникации. М., 2010. 122 с.

11. Губина В. В. Топология современного русскоязычного дискурса моды в аспекте перевода с английского на русский язык, 2015. 122 с.

12. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. В 4-х т. М.: Рипол, 2006. 3104 с.

13. Дейк Т. А. ван. К определению дискурса. М.: Наука, 2008. 573 с.

14. Диор К. Словарь моды. Учитесь одеваться: пособие по стилям. 2011. 128 с.

15. Зверева В. Позывные гламура / Искусство кино. 2006. 15-17 с.

16. Иконникова С.Н. Очерки по истории культурологии. СПб.: Питер, 2005. 474 с.
17. Калашникова О.В. Мода – костюм – аксессуар: вопросы терминологии кандидата филологических наук. 2005. 11-15 с.
18. Карасик В. И. О типах дискурса / Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2000. 5-20 с.
19. Каюмова Э.Р. Сопоставительный анализ языковых особенностей женских и мужских глянцевого журналов. Уфа, 2012. 122 с.
20. Косицкая Ф. Л. Каталог моды как симфония дискурсов // Вестник ТГПУ. Томск, 2006. Вып. 9. 35-40 с.
21. Косицкая Ф. Л. Речевой жанр через призму этнокультуры II Вестн. Томского гос. пед. ун-та, 2012. Вып. 1. 149-151 с.
22. Косицкая Ф.Л. Дискурс моды и его жанровая дифференциация // Вестник ТГПУ, 4(5). Томск, 2014. 22-27 с.
23. Липграт А.А. Лингвопоэтическое исследование художественного текста: теория и прагматика (на материале английской литературы 16-20 веков). М.: 1996. 238 с.
24. Маковский М.М. Лингвистическая генетика: Проблемы онтогенеза слова в индоевропейских языках. 2007. 208 с.
25. Михалева К.Ю. Мода как социальный институт. Автореф. дис. ... канд. соц. наук. 2012. 83 с.
26. Нелюбин Л.Л. Введение в технику перевода (когнитивный теоретико- прагматический аспект). 2007. 188 с.

27. Никитина О. Язык моды XVIII-XIX вв. в русском культурном быту: трудности перевода / Теория моды: одежда, тело, культура. Выпуск 5. 2007. 231-248 с.
28. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. 2006. 944 с.
29. Орленко Л.В. Терминологический словарь одежды: около 2000 слов. 1996. 344 с.
30. Разоренов Д.А. Лингвокультурные особенности концепта «Время» в английском языке / Известия Тульского гос. ун-та. Гуманитарные науки. 2010. 327-334 с.
31. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. 1993. 655 с.
32. Скворцова Е.Е. Способы пополнения лексико-семантического поля «Мода» во французском и английском языках как отражение развития вербального вестиментарного кода, 2015. 209 с.
33. Скулкин О.В. Глянцевый журнальный дискурс в России XXI века: лингвориторические параметры функционирования гендер-идеала. 2015. 250 с.
34. Фогг М. Мода. Всемирная история. – М.: Магма, 2016. 576 с.
35. Ширяева Т. А. Язык как средство конструирования социальной реальности. М., 2005. 160 с.
36. Ширяева Т.А. Институциональность как важнейший дискурсообразующий фактор. М., 2013. 201 с.
37. Blumer H. Fashion / International encyclopedia of the social sciences. N.Y.: Macmillan, 2003. V. 5. 341-345 p.

38. Fogg M. Fashion. The whole story. London: Thames & Hudson, 2013. 67 p.
39. Goodman A. E. Wear this, toss that. N.Y.: AtriaBooks, 2011. 326 p.
40. Macmillan Dictionary for Advanced Learners. Macmillan Publishers Limited 2009-2015. 476 p.
41. Slater R. Mind the gap. Harper's Bazaar. 2018. V. 3. 56-58 p.