(cc) BY

Федорова София Владимировна
бакалавр, магистрант
Институт филологии, журналистики и межкультурной коммуникации
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
г. Ростов-на-Дону, Ростовская область

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА БЕЗЭКВИВАЛЕНТНОЙ ЛЕКСИКИ ДИСКУРСА МОДЫ

Аннотация*: в статье рассматриваются такие понятия, как дискурс моды, безэквивалентная лексика. Основной целью работы является анализ переводческих приёмов, используемых при переводе безэквивалентной лексики в текстах дискурса моды в рамках глянцевого журнала Vogue с английского на русский язык. При написании статьи были применены метод описания, сравнительно-сопоставительный метод, а также метод сплошной выборки. Как результат, были выявлены наиболее частотные методы передачи безэквивалентной лексики в тексте о моде.*

Ключевые слова*: мода, функция, дискурс, переводческий приём, переводческая трансформация, безэквивалентная лексика.*

Совокупность привычек, ценностей и вкусов, установленных в определённой среде в определённое время, принято называть модой. Со временем исторические, культурные, социальные, научно-технические и экономические изменения в обществе способствовали зарождению текстильной индустрии и появлению первых модных тенденций. Франция XIV века стала мировой столицей моды из-за активного развития мастерства моделирования и конструирования одежды в те времена, появления производства тканей. Коммуникация между портными, художниками и потребителями предметов моды осуществлялась регулярно и была предопределена веяниями культуры и времени [1]. Современное общество сохранило свой интерес к феномену моды, что сделало индустрию моды и специалистов, владеющих навыками коммуникации в данной сфере, ещё более актуальными.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Средства массовой коммуникации играют ключевую роль в индустрии моды, например, модная журналистика. Мнения экспертов моды, новости, текущие тренды обсуждаются на страницах журналов, газет, модных порталов, социальных сетей и блогов о моде. Таким образом читатели во всем мире могут узнать о тенденциях моды, что делает её очень доступной.

Основной функцией журналистики в модной индустрии является формирование интереса общества к модным товарам, иными словами, реклама. Данная функция модной печати опирается на прагматическую эффективность коммуникации дискурса моды и способствует привлечению внимания потенциальных потребителей и увеличению спроса на товары моды. Именно поэтому вопрос исследования моды и модного дискурса достаточно актуален для современной лингвистики.

В связи с этим мы можем определить дискурс моды, как «продукт деятельности группы людей мира моды (вестиментарный код), где указаны совокупность значимых оппозиций и правил сочетания элементов одежды» [6, с. 23].

Журнал Vogue является международным средством массовой информации, поэтому часть выпускаемых статей переведены редакторами российского издательства. Перевод дискурса моды относят к категории специализированного перевода. Безэквивалентная лексика является одной из главных проблем перевода дискурса моды, поскольку тексты англоязычной журнальной продукции насыщены данным видом лексических единиц и их перевод вызывает некоторые трудности. В рамках исследования были рассмотрены англоязычные статьи глянцевого журнала, представленные на интернет-портале vogue.com, и проанализированы, какие переводческие трансформации использовали редакторы при передаче безэквивалентной лексики на русский язык.

Нам импонирует определение понятия безэквивалентной лексики А.А. Гончаровой. Она описывает термин как «пласт лексики, в который входят слова с национально-культурной спецификой значения, отражающие референты, свойственные только данному народу и отсутствующие у народа-носителя сопоставляемого языка» [5].

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Л.С. Бархударов классифицирует безэквивалентную лексику на три категории [2, с. 94–95]: 1) имена собственные, географические наименования, названия учреждений и организаций; 2) реалии; 3) случайные лакуны.

При переводе первой категории безэквивалентной лексики редакторы обращаются наиболее часто к таким трансформациям как транскрипция и иноязычное заимствование, особенно при переводе имён собственных и названий брендов.

It’s almost like a Pierre Cardin dress and has a kind of elegance that doesn't even exist anymore.

Оно очень похоже на платья Пьера Кардена и несёт в себе особую элегантность, которой в наши дни уже нет.

Так, «Pierre Cardin» в данном случае является именем собственным, авторы используют транскрибирование: имя собственное в русском языке представлено, как «Пьер Карден». Чтобы читателю было легче воспринимать информацию и отличать имена реальных людей от названий брендов, авторы перевода с помощью заимствования в иноязычной форме передают названия модных домов и марок одежды: «Кутюрная коллекция Pierre Cardin, 1968». «Pierre Cardin» в данном случае французский дом моды.

Другой проблемой перевода безэквивалентной лексики дискурса моды являются реалии. Реалии – это предметы или явления материальной культуры, этнонациональные особенности, обычаи и обряды, а также факты или процессы, обычно не имеющие лексических эквивалентов в других языках [3]. В дискурсе моды встречаются, как правило, бытовые и культурологические реалии, например, названия видов одежды, цветовой палитры, которые имеют национальный и исторический окрас. При переводе данной категории безэквивалентной лексики переводчики обращались к приёмам лексического добавления, транскрибирования и генерализации.

Рассмотрим ещё один пример:

The fabled ’90s mini kilt.

Знаковая плиссированная мини-юбка в духе 1990-х.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

«Kilt» – национальная реалия, переводится с помощью трансформации генерализации и лексического добавления. Согласно терминологическому словарю одежды килт – это «клетчатая юбка, запахивающаяся спереди, со складками сзади и по бокам. Форма К. заимствована из национальной одежды горцев Шотландии, поэтому её иногда называют «шотландской юбкой». Наиболее распространённые виды отделки: бахрома по вертикальному краю запахивающегося полотнища, плиссировка сзади и по бокам и только сзади, застёжка на 3–4 металлические пряжки, закреплённые на тонких кожаных ремешках, на пуговицах или (как в подлинном народном костюме) на крупную декоративную булавку» [7]. Статья повествует о главных трендах нового сезона для женского гардероба, поэтому для русскоязычной публики авторы перевода посчитали правильным уточнить, что речь идёт именно о женской мини-юбке. Чтобы сохранить некую образность оригинальной реалии и донести до читателя характерное свойство килта – плиссировку – авторы используют лексическое добавление прилагательного «плиссированная», однако истинное значение реалии в исходном тексте утрачивается.

Лакунами называются «пропуски в лексической системе языка, отсутствие слов, которые, казалось бы, должны были присутствовать в языке, если исходить из его отражательной функции и из лексической системы языка [4]. При передаче лакун редакторы журнала наиболее часто прибегают к описательному переводу или заимствованию в иноязычной форме. Следующий пример ярко иллюстрирует применение заимствования в иноязычной форме:

His predecessor, Clare Waight Keller, used her couture offering to express the flights of fashion fancy that were clearly restricted by the commercial expectations loaded on to her ready-to-wear line.

Его предшественница, Клэр Уэйт Келлер, увы, не справилась с натиском коммерческих ожиданий, возложенных на линейку ready-to-wear.

«Ready-to-wear» – лакуна, в данном случае термин заимствуется, однако в переводе не содержится разъяснительного комментария, по этой причине

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

интенция автора теряется. В англоязычном дискурсе моды термином «Ready-to-wear» обозначают готовую одежду, созданную для массового потребителя.

Таким образом, в данной статье мы рассмотрели трансформации, применяемые при переводе безэквивалентной лексики дискурса моды в рамках журнала Vogue. Транскрибирование, генерализация и заимствование в иноязычной форме являются наиболее частотными приёмами перевода безэквивалентной лексики, из-за чего смысл исходного текста порой теряется. Наравне с упомянутыми трансформациями переводчики используют лексическое добавление для удобства восприятия готового текста реципиентом. Осведомлённость в особенностях индустрии моды, а также истории моды играет ключевую роль при переводе модного дискурса.

Список литературы

1. Аракелова А.Р. Дискурс моды как объект лингвистического моделирования / А.Р. Аракелова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – №10–2 (40). – С. 21–24.

2. Бархударов Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). – М.: Международные отношения, 1975.

3. Ефремова Т.Ф. Современный толковый словарь русского языка. Т. 1–3. – М.: АСТ, Астрель, Харвест, 2006. – 3312 с.

4. Николаева Э.А. Лакунарность языка как переводческая проблема (опыт классификации лакун) / Э.А. Николаева // Современные проблемы перевода. Доклады международной конференции (Академия ФСБ РФ, 17.05.2004). – М., 2005.

5. Гончарова А.А. Понятие безэквивалентной лексики в лингвистике / А.А. Гончарова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.brsu.by/sites/default/files/deutschlang/Konferenz_2014/goncharova

6. Косицкая Ф.Л. Дискурс моды и его жанровая дифференциация / Ф.Л. Косицкая // Вестник ТГПУ. – 2014. – №4 (145) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/diskurs-mody-i-ego-zhanrovaya-differentsiatsiya

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

7. Энциклопедия моды и одежды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://gufo.me

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)