

**Прагматика перевода названий модных тенденций**

**Бочарова Марина Валерьевна**

*Студент (бакалавр)*

Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия

*E-mail: bocharova-marina@rambler.ru*

Современная индустрия моды набирает все большие и большие обороты. Тысячи изданий пишут о моде. Модные тенденции, "лук", тренды - это понятия стали частью нашей жизни. Осмысливая развитие моды можно заметить, что она циклична. Как сказал Карл Лагерфельд: "Тенденция - это последняя стадия перед устареванием" [4]. Каждые несколько десятилетий происходит возврат к опыту прошлого. В результате, мода возвращает нам давно ушедшие образцы, но уже в новой интерпретации. Модные тренды лишь воспроизводят моду ушедших эпох, адаптируя её под современность. Энциклопедия моды определяет тренд (от англ. trend - "тенденция, направление") как общую модную тенденцию сезона, которая прослеживается в коллекциях разных дизайнеров [3]. Первыми улавливают модные тенденции, являясь их родоначальниками или законодателями, трендсеттеры (от англ. trend - "тенденция", to set - "устанавливать, начинать") - инноваторы, воспринимающие новые идеи или тренды раньше других и своим примером внедряющие новшество в массовое использование [3]. Они предугадывают образ человека будущего и выражают его посредством вербализации. Основной целью создания названий модных тенденций является привлечение внимания покупателя. Новая продукция должна быть свежей, яркой и говорящей. Одновременно, название должно отражать суть нового образа, делая его понятным и запоминающимся для потребителя. При этом в условиях современной глобализации, наблюдается активное распространение модных тенденций по всему миру. Преимущественно оригинальные названия трендов носят англоязычный характер. Отсюда следует вывод о необходимости перевода названий модных тенденций на русский язык.

Цель практического исследования, результаты которого представлены в тезисах, состояла в анализе особенностей перевода названий модных тенденций с английского языка на русский с учетом сохранения их прагматического потенциала. В качестве источника практического материала были использованы статьи, взятые из электронных версий модных журналов (Elle, Vogue, Glamour) и сайтов, посвященных индустрии моды (lady.mail.ru, fashion-trends.me, style.passion.ru). Исследовательскую картотеку составили 100 контекстов на русском и английских языках. В нее вошли названия модных трендов сезонов осень-зима 2014/2015 и весна-лето 2015 года.

С точки зрения номинаций тренды могут отражать три основных аспекта: название предмета одежды, наименование образа в целом и номинация ключевого аспекта образа. По сравнению с иностранными изданиями, обзор новых тенденций в российских источниках происходит позже. Сопоставляя номинацию трендов в англоязычных и русскоязычных источниках, можно прийти к выводу, что перевод названий модных тенденций зависит от прагматической цели переводчика (редактора). В целом были выявлены следующие приемы передачи названий трендов на русский язык: транскрибирование, калькирование, подбор эквивалента, сохранение исходного написания лексемы, смешанный перевод и прагматически обусловленные преобразования. При этом можно отметить наиболее распространенные способы воспроизведения номинаций тенденций в русском языке:

- Прием транскрибирования встречается наиболее часто. Вслед за В.Н. Комиссаровым, под транскрипцией мы понимаем звуковое воссоздание лексической единицы оригинала с помощью букв языка перевода [2]. Лексемы, передаваемые данным способом, обычно отражают новое явление, не зафиксированное еще в лексическом составе переводного языка. Если же лексема имеет эквивалент, то новое транскрибированное название позволяет создать эффект новизны для уже знакомого образа и привлечь внимание к тренду (Normcore

- Нормкор: Gingham - Гингем; Anorak - Анорак).  
- Прагматически обусловленные преобразования позволяют создать собственный вариант названия тенденции на основе воспринимаемого впечатления от целого образа модели. Согласно Н.К. Гарбовскому, целью таких преобразований является достижение коммуникативного эффекта, который может быть выявлен в тексте оригинала [1]. Чаще всего, данный прием основывается на ассоциативном принципе: переводчик подбирает название, имеющее определенные ассоциации в культуре переводного языка, тем самым способствуя повышению интереса среди потребителей (Duvet coats - Стеганое одеяло; Night birds - В пух и прах; Fairytales - В гостях у сказки). - Подбор эквивалента - переводческий прием, при котором в единице текста, соответствующей единице исходного текста, сохраняется минимально возможное число сем [1]. Для воспроизведения названий трендов в русском языке чаще всего используется для номинации предметов одежды и ключевых особенностей нового образа, не несущих эмоционально-оценочной характеристики (Jumpsuits - Комбинезон; Suede - Замша; Denim - Деним).  
- Прием калькирование - способ перевода лексической единицы оригинала путем замены ее составных частей [2] - чаще используется при желании переводчика (редактора) сохранить связь с оригинальными названиями трендов, создавая эффект "из первых рук" (Optical monochrome - Оптические иллюзии; Funky fur - Безумный мех; Velvet night - Бархатная ночь).

В целом практический анализ позволяет наметить определенные тенденции при выборе способа трансформации в отношении наименований модных трендов. Наиболее актуальным способом является транскрипция, что связано с возникновением новых понятий, не имеющих эквивалентов в языке перевода, стремлением привлечь внимание к обновленным объектам модной индустрии и желанием «говорить на одном языке» с мировыми законодателями моды.

#### Источники и литература

- 1) Гарбовский Н.К. Теория перевода. М., 2007.
- 2) Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М., 1990.
- 3) Энциклопедия моды: <http://wiki.wildberries.ru/glossary/>
- 4) Dress and tie: <http://dressandtie.ru/>