ПОЛТАВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І ПРАВА
ВІДКРИТОГО МІЖНАРОДНОГО УНІВЕРСИТЕТУ РОЗВИТКУ
ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»
Кафедра філології та соціально-гуманітарних дисциплін

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
_____ Н.О. Рябокінь
«23» січня 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

СПЕЦИФІКА ВІДТВОРЕННЯ АНГЛОМОВНИХ ТЕРМІНІВ У ГАЛУЗІ МОДИ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ

Виконав:
здобувач вищої освіти
спеціальності 035 «Філологія (переклад)»
Меньков Богдан Леонідови

Керівник:
Данилюк Людмила Всеволодівна,
к.ф.н., доцент, професор кафедри філології
та соціально-гуманітарних дисциплін

Полтава – 2023

ПОЛТАВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І ПРАВА

УНІВЕРСИТЕТУ «УКРАЇНА»

Освітній рівень: *магістр*
Галузь знань: 03 Гуманітарні дисципліни
Спеціальність: 035 Філологія

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
філології та соціально-гуманітарних
дисциплін
_____ Наталія РЯБОКІНЬ
(підпис)
"23" січня 2023 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Менькову Богдану Леонідовичу
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «СПЕЦИФІКА ВІДТВОРЕННЯ АНГЛОМОВНИХ ТЕРМІНІВ У ГАЛУЗІ МОДИ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ»

керівник роботи Рябокінь Н.О., кандидат філологічних наук, доцент кафедри

затверджені наказом по інституту від "____"_____202_ року № ___
2. Строк подання здобувачем освіти роботи _____
3. Вихідні дані до роботи _____
_____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Виконавці
1.	Забезпечення здобувачів освіти методичними рекомендаціями по виконанню роботи	На початку навчання	Кафедра філології та соціально-гуманітарних дисциплін
2.	Вивчення напрямків дослідження	За графіком	Здобувач освіти
3.	Складання плану роботи та підготовки індивідуального завдання роботи	За графіком	Наук. керів. Здобувач освіти
4.	Аналіз літератури за проблемою. Робота над теоретичною та практичною частиною дослідження	За графіком	Здобувач освіти
5.	Підготовка наукових тез з теми, що досліджувалась	За графіком	Наук. керів. Здобувач освіти
6.	Подання на кафедру закінченої роботи, включаючи електронну версію (з метою перевірки її на плагіат)	До передзахисту	Наук. керів. Здобувач освіти
7.	Підготовка письмового відгуку на роботу	До передзахисту	Наук. керів.
8.	Проведення попереднього захисту робіт	За графіком	Комісія
9.	Прийняття рішення про допуск роботи до захисту	За графіком	Кафедра філології та соціально-гуманітарних дисциплін
10.	Зовнішнє рецензування	До передзахисту	Наук. керівнк
11.	Направлення робіт з рецензією до екзаменаційної комісії (ЕК) для захисту	За графіком	Кафедра філології та соціально-гуманітарних дисциплін
12.	Захист роботи	За графіком	Комісія

Здобувач освіти _____ _____
(підпис) (імя ПРІЗВИЩЕ)

Керівник роботи _____ _____
(підпис) (імя ПРІЗВИЩЕ)

ЗМІСТ

Вступ ..... ……5

Розділ 1. Основні поняття та концепції дослідження термінів у галузі моди....10

1.1. Поняття моди ..... …..10

1.2. Поняття терміна та його статус в англійській мові ……..18

1.3. Способи перекладу термінів..... ……25

1.4. Методологічні особливості аналізу та перекладу термінів моди.....29

Розділ 2. Практичні питання перекладу термінів (на прикладі перекладу термінів у галузі моди XX-XXI ст.)..... ……36

2.1. Особливості перекладу термінів у галузі виробництва модного одягу, взуття та аксесуарів ..... ……..36

2.2. Особливості перекладу термінів у галузі парфумерії та косметичних засобів ……..47

2.3. Особливості перекладу термінів у гаклузі косметологічних послуг 53

ВИСНОВКИ……59

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…… 64

Вступ

В даний час з новою силою проходять процеси інтеграції та глобалізації ділових відносин, розвиток міжнародного співробітництва супроводжується збільшується обсягом комунікації в різних професійні галузі. Однією з таких галузей є промисловість моди, багатоаспектна комунікація якої визначає інтерес до неї зі сторони дослідників. Сфера моди розглядається вченими через призму різних гуманітарних наук: культурології, філософії, історії, психології, соціології, лінгвістики тощо.

Однак у першій третині XXI століття тема моди, як і раніше, залишається щодо нової для вітчизняної лінгвістики Якщо за кордоном науковий інтерес до потенціалу моди, що породжує текст, позначився в 60-е рр. XX ст. в координатах французького структуралізму, то вітчизняні дослідники звернулися до вивчення лише на рубежі XX-XXI ст. – На етапі кардинальної перебудови політичної та соціально-економічної систем країни, на етапі її інтеграції до світової спільноти. У цей же період у країні, відповідно, відбувається оперативне рівняння економіки, політики та культурного життя на західні зразки, утворюється новий, пострадянський дискурс, що розвивається за західною моделлю.

Мода як феномен західноєвропейської цивілізації в період з 1890 по 1960 р. знаходить сучасний вигляд міжнародної індустрії, а

Українаська економіка, у процесі переймання західного досвіду, знайомиться зі сформованими алгоритмами моди лише межі XX-XXI ст., і тому відбувається активізація наукового інтересу до цієї теми в Україні.

Представників вітчизняної лінгвістики залучило питання вивчення моди в зв'язки з появою українськомовних версій міжнародних глянцевих журналів про

моду, які стали «першими вісниками медіаглобалізації в Україні», випередивши процес поширення Інтернет та мобільного зв'язку.

Русифіковані версії міжнародних журналів про моду також виявляються продуктом, створеним на основі запозичення вже існуючого західного зразка, що зумовлює відведення ключової ролі у формуванні сучасного україномовного дискурсу моди перекладу та адаптації іншомовних текстів та створення аналогічних їм власне україномовних.

Більшість глянсових журналів у світі формувалося відповідно до британських та американських стандартів жанру:«Більшість міжнародних журнальних брендів, що експлуатуються на нових ринках, у тому числі і українською, - родом з Великобританії таСША».

З цієї причини англійська мова, що має статус міжнародної мови сучасної індустрії моди, служить для того, що розвивається в Українімови глянцю межі XX-XXI ст. Отже, говорячи про роль перекладу, адаптації та створення аналогічного тексту за наявним зразком у процесі формування сучасного україномовного дискурсу моди, ми маємо в фокус уваги, перш за все, англомовний оригінал.

Роботи українських лінгвістів присвячені дослідженню феномену моди: її текстопорожнюючі можливості розглядаються в рамках вивчення жанру глянсового журналу – його походження та розвитку, культурного значення та літературно-художніх особливостей, що актуалізує перекладацьку проблематику та диктує компаративістську характер наукового дослідження. Сучасний україномовний дискурс моди цікавить українських лінгвістів переважно з погляду походження лексики даної сфери з урахуванням високого відсотка запозичень у її складі, виявлення особливостей освоєння та вживання запозичень та уточнення їх значень.

Проблема дослідження полягає у труднощі перекладу термінів моди з англійської мови на українську у зв'язку з недостатньо освітленими питаннями становлення, розвитку та формування термінологічногословника моди, етапами розвитку модної термінології, її сучасним станом, продуктивними способами терміноутворення в цій галузі, типологічними та структурними особливостями термінологічних одиниць сфери моди, їх тематичної, а також лексико-семантичноїпредставленістю.

Таким чином, **актуальність** даного дослідження обумовлена потребою в комплексному вивченні особливостей перекладу модної термінології, її систематизації та використання з погляду лінгвістики.

Відповідно, **метою** дослідження є аналіз специфіки відтворення англомовниої лексики вдискурсі моди на українську мову.

Мета дослідження зумовлює постановку та вирішення наступних завдань:

- дати тлумачення поняття моди;
- розглянути поняття терміна та його статус в англійській мові;
- вивчити способи перекладу термінів;
- описати методологічні особливості аналізу та перекладу термінів моди;
- виявити особливості перекладу термінів у сфері виробництва модного одягу, взуття та аксесуарів;
- виявити особливості перекладу термінів у сфері парфумерії та косметичних засобів;
- виявити особливості перекладу термінів у сферіКосметологічні послуги.

Об'єктом дослідження стала вибірка англійських термінів галузі моди XX-XXI ст.

Предметом дослідження є англійська термінологія у галузі моди XX-XXI ст. та її переклад на українську мову.

Як **матеріал** для дослідження використовувалися 150 прикладів термінів моди, відібрані з різних книг про моду та дизайн («Louis Vuitton / Marc Jacobs: BAssociation with the Museedes Arts Decoratifs», "Fashion Patternmaking Techniques Haute Couture"), каталогів одягу (ASOS),глянцевих журналів (Vogue, Elle), інтернет-видань модних журналів.

Наукова новизна та теоретична значимість роботи полягає в емпіричному матеріалі, який не був до цього предметом спеціальних досліджень.

Практична значимість роботи у тому, що результати дослідження можуть бути використані при читанні у ЗВО спецкурсів з перекладознавства.

Відповідно до мети та завдань нашого дослідження використано комплекс **методів**. Для вирішення поставлених у дослідженні завдань були використано методи комплексного аналізу публіцистичної та наукової літератури з даного предмета, описи та класифікації проаналізованого матеріалу, метод суцільної вибірки, методи перекладацької критики, що спираються на трансформаційну та семантичну модель перекладу, метод лінгвостилістичного аналізу.

Апробація роботи. Результати дослідження були апробовані на науково-практичних конференціях науковців, студентів і молодих учених різного рівня, статті, тези та доповідь на 6 Міжнародній конференції «Інноваційний потенціал та правове забезпечення соціально економічного розвитку України: виклик глобального світу»: матеріали Міжн. наук.-практ. конф., м. Полтава, 19-20 травня 2022 р. К.: Університет «Україна, 2022, та всеукраїнській – «Сучасні

питання філології: теоретична та прикладна лінгвістика»: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції, 9 грудня 2022 року / Полтавський інститут економіки і права Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна». Полтава: ПІЕП, 2022.

Структура цієї кваліфікаційної роботи підпорядкована логіці дослідження і складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку літератури.

У першому розділі визначаються вихідні позиції дослідження термінів у мові моди, робиться огляд праць вітчизняних та зарубіжних вчених, в яких описуються особливості та способи перекладу термінів, також описується методологія перекладу термінів моди.

Другому розділі присвячений особливостям перекладу термінів у різних сферах індустрії моди: модного одягу, взуття та аксесуарів, парфумерії та косметичних засобів та косметологічних послуг.

У висновку узагальнено результати проведеного дослідження та сформульовано основні висновки.

Список використаної літератури містить 50 позицій. Основний теоретичною базою дослідження послужили наукові роботи вітчизняних та зарубіжних вчених у сфері термінознавства, таких як Лотте Д.С., Лейчик В.М., Р. Вінтер, Е. Моріс, Е. Скороходько, М. Саламаха, В.І. Карабан та ін. Також Теоретичною базою з дискурсу моди послужили такі роботи дослідників як, І.Б. Павлюк, А.Л. Міщенко, А.В. Ліпінська та ін. Тут також представлені дані аналітичних центрів, відомості, опубліковані в глянцевих журналах та періодичній друку, дані словників, а також відомості, представлені в Інтернеті.

РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ТА КОНЦЕПЦІЇ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРМІНІВ У ГАЛУЗІ МОДИ

1.1. Поняття моди

Мода - неоднозначне явище культури на сьогоднішній день, але головним є те, що мода є основною умовою поведінки покупців над ринком. Всі, без винятку знають, що це таке, практично кожен з нас слідує моді. Але мало хто розуміє принципи її дії.

Мода стає значущою, якщо людина приймає для себе зовнішню норму дій як модну і потім це стає для нього внутрішньою необхідністю. У разі суспільство з власної волі намагається наздогнати моду.

Структура моди включає модні об'єкти і популярні зразки дії. Модними об'єктами може стати все, що завгодно. До них можуть відноситися: предмети одягу, стрижки, їжа, спиртні напої, тютюн, твори музичної індустрії, твори живопису, літератури, архітектурні моделі, стиль життя, види спорту, місця відпочинку та ін. Частіше виявляються в ролі модних об'єктів одяг, популярна музика, значно меншою – житло, їжа. При цьому спостерігається цікава взаємозв'язок між практичними якостями предмета та його можливістю бути модним: ті речі, які задовольняють першорядні потребилюдини, найменше піддаються моді. Навіть якщо предмет є необхідною життєвою потребою і не входить до останнього писку моди, а його властивості, які не мають істотного впливу на задоволення базових потреб, можуть бути загальнопоширеними модними об'єктами (наприклад, фасони теплого одягу, взуття, меблів) [Електронне джерело: https://psyera.ru].

Модні стандарти включають не лише модні речі, а й поведінку, обумовлене модою: стиль хіпі, стиль яппі, стиль хіп-хоп, поведінка «нових українців» тощо; сюди ж належать танці, пісні, зачіски.

Основні риси моди як норми соціальної поведінки:

• історичність. З давніх-давен мода відносилася тільки до вищого типу станів і надавала великого впливу поведінка інших станів. Але згодом мода стала значно регулювати соціальні норми, поведінка, щодо певного часу. Це сталося вже в 19 столітті.

• сучасність. Цей фактор є головною відмінністю :що новіша мода, то її якість вище цінується;

• дифузність, універсальність. Мода функціонує незалежно від регіональних, державних та етнічних кордонів, ігнорує відмінностіміж класами та верствами суспільства. Мода можлива лише у суспільстві, де відсутні внутрішні жорсткі перегородки і відкрите зовнішньому світу. Це парадоксально поєднується зі сказаним вище про конкретноісторичний та становий характер моди;

• демонстративність.

Популярний предмет перебуває з метою демонстрації навколишнім. Предмет користування перетворюється на модний за умови якщо суспільство його якимось чином оцінило. Не властиво ховати такий предмет. Крім того, існує ще один парадокс, який полягає в двоїстої функції моди. По-перше, це здійснення необхідності виділятись. У нинішніх умовах, коли всі ми стаємо рівними, мода виконує функцію класового відокремлення, що зовні виражається, в якому референтні групи знаходяться на вищому ступені соціального сходи. По-друге, це реалізація потреби не відрізнятиметься від інших.

Процес формування моди – це нескінченне змагання: категорії, що є предметом зразка намагаються втекти від мас, а маси прагнуть їх наздогнати.

Творці моди набагато незалежніші від більшості обивателів іє організаторами культурних зрушень. Але вони можуть втратитивласне культурне багатство та відірватися від маси в тому випадку, якщо будуть повністю нехтувати культурою і робити різкі ривки убік. За з цієї причини вони повинні бути рівними з усіма, але бути на крок попереду. Тому виникає така обов'язкова властивість моди, як прагнення чогось нового, що носить постійний, непередбачуваний за напрямом характер.

На це явище значно впливає капіталістичне суспільство. Виробництво може рухатися вперед відповідно до норми лише за умови масового споживання. Реальний дохід виникає лише у вигляді масового виробництва. У виробництва не буде стимулу рухатися вперед, якщо люди будуть використовувати річ доти, доки річ не прийде в абсолютну непридатність. Вічним двигуном для творців моди є намагання трохи відхилитися від маси, завжди бути попереду інших. Як говорилося вище, мода схожа на постійну гонку, в якій маси намагаються наздогнати творців і бути схожими на них, випередивши їх. І творцям моди вдається відірватися, оскільки вони мають значно більше матеріальних ресурсів. Тим не менш, зі збігом часу їх моделі стають предметом масового споживання, знову відбувається гонка творців і мас. Тому мода формується в соціумі, де переважає значна соціальна нерівність, але де можлива конкурентна боротьба. Наприклад, двірник може наслідувати президента в одязі, зачісці, стилі життя, за умови, що йому вистачить на це грошей.

Це суть суспільства, де є рівність прав при нерівності можливостей. Так, філософія розглядає моду в розділах етики, соціальної філософії та філософії мистецтва, різноманітні психологічні трактування акцентують увагу на ролі моди в задоволенні тих чи інших психічних потреб людини, культурологи бачать моду як періодичну зміну зразків культури, а в рамках економічного

підходу вона вивчається як фактор розвитку виробництва, регулятор поведінки споживачів та ефективний спосіб розширення збуту. Однак за наявності досить великої кількості досліджень феномену моди в різних наукових галузях, концептуальної єдності в його розумінні виявити не вдається через відсутність окремої наукової дисципліни, яка могла б умовно іменуватися «наукою про моду».

Науковий журнал "Теорія моди: одяг, тіло, культура", що діє на вітчизняній арені періодики з 2007 р. як українська версія британського журналу "Fashilon Theory: The Journal of Dress, Body and Culture", застосував синтезуючий підхід до різних наукових розробок у галузі моди. Однією з головних цілей проекту є створення професійної співдружності представників різних спеціальностей. зацікавлених у вивченні моди, простору для дискусій та, зрештою, нового інформаційного поля у гуманітарному знанні» [Електронний ресурс: http://magazines.russ.ru]. В умовах такої комунікації фахівців різного профілю у майбутньому можливе формування єдиного підходу до вивчення моди із власним понятійним апаратом. Однак доти кожна з різних галузей знання дає власне трактування поняття моди та її механізмів, при цьому кожна з існуючих наукових концепцій відображає «соціальну сутність моди такою, якою вона була у певну епоху» [Електронний ресурс: http://ecsocman.edu . ru].

Дослідник І.І. Бойко, у процесі формування періодизації еволюції феномена моди, початок якої паралельно процесу закріплення слова мода у романо-германської мовної групі (епоха Середньовіччя у Європі), зазначила, що початкова трактування моди було з певною манерою одягатися. тобто. прирівнювалася до костюма в широкому значенні цього слова. Але прискорений процес зміни костюма при Бургундському дворі сприяв трансформації розуміння моди із способу дії на мету дії людини [Бойко: 1-20].

Якщо зважити на те, що мода була доступна привілейованому стану аж до XX ст., то в книгах з історії моди кінця XIX ст. мода Середньовіччя та Відродження демонструвалась виключно на прикладі одягу королівського двору.

У XIX ст. дане становище було єдиним засобом характеристики ставлення людини до моди: «маючи змоги наздогнати влади, багатством, зазнаючи поразки у полюванні за славою, може гнатися за модою». У цьому 1516 р. англійський гуманіст Томас Мор у своїй творі «Утопія» критикує моду як маркер соціального статусу, наполягаючи у тому. що демонстрація вбрання призводить до поділу суспільства [Електронний ресурс: http://lib.ua].

Невипадково населення його уявної Утопії на законодавчому рівні зобов'язується носити однаковий одяг – сорочки вільного крою з простих тканин нейтральних квітів. Т. Джексон та Д. Шоу вважали цей утопічний ідеал антитезою фактичних законів, які діяли в сучасній Англії [Джексон :19]. Автори говорили про так званих сумптуарних законах (лат. leges sumptuariae), якими обмежували населення понад споживання предметів розкоші та оподатковували тих, хто на такі предмети великі суми, а це навпаки яскравіше говорило про соціальне становище та фінансове благополуччя останніх. Аналогічно законодавчим і актами у різні історичні епохи регулювався процес захисту аристократичного ладу від урівнювання з міщанами. які мають високий дохід, і прагнуть, подібно до заможних селян, в одязі наслідувати аристократії.

І. Кант, основоположник класичної німецької філософії, розкритикував моду, яка взяла на себе роль виразника станових відмінностей. На думку філософа, мода є вияв марнославства та дурості, є наслідок соціальної та матеріальної нерівності: «Природна схильність людини порівнювати себе у своїй поведінці з кимось більше авторитетним (дитина – з дорослим, прості люди – з більш знатними) танаслідувати його манерам. Закон цього

наслідування – прагнення здаватися неменш значним, ніж інші, і саме в тому, причому не приймається у увага якась користь, - називається модою »[Кант].

Американський економіст та соціолог, описуючи вже буржуазне суспільство, запропонував іншу концепцію функціонування моди, згідно якої першочергового значення набувають майнові відмінності, що розмиває кордон між різними верствами суспільства і не виключає переходу з одного шару до іншого. Ключовим регулятором функціонування буржуазного суспільства є закон «демонстративного споживання»,основі якого лежить «схильність людей до суперництва», яким, відповідно, слід постійний доказ свого соціальної та матеріальної переваги, а засобами його вираження стають демонстративне ледарство та демонстративне споживання. А одяг за теорією Веблена, є формою "грошової культури", що складається в умовах "грошової цивілізації". Одяг дає індивіду кращу можливість для демонстрування рівня свого достатку і, отже, виконує функцію забезпечення йому поваги та пошани. Вже у XX ст. з приходом масового виробництва та збільшенням доходів середнього класу описані раніше теорії втратили силу аргументів і були розкритиковані: мода перестала бути привілеєм вищої страти тастала відкритою для широких верств. Оскільки одяг втратив роль виразника класових відмінностей, у 60-70-ті роки. з'явилися принципово нові концепції моди. Сформувався новий погляд, згідно з яким мода як класичного феномена можлива винятково у суспільстві без жорстких внутрішніх станово-кастових перегородок, відкритому до зовнішнього світу.

Тим не менш, зі скасуванням жорстких класових кордонів мода стає частиною суспільства, де за значного економічного нерівності існують висока соціальна мобільність та рівність політичних прав. Мода, як масове соціальне явище, що грає важливу економічну, культурну та політичну роль, є супутником економіки, що складається масового виробництва та масового

споживання, а також рухомої соціальної структури, в якій становище індивіда визначається не приналежністю до того чи іншого стану або касті, а особисто статусом, що досягається. У такому суспільстві мода виступає своєрідним механізмом зміни матеріальних та духовних цінностей та охоплює мистецтво, науку, техніку, полтику, спорт тощо.

Теорія колективного вибору соціолога Моріса дає інше розуміння моди як феномена масової культури. У своєму творі "Мода: від класової диференціації до колективного відбору" він розглядає питання щодо іншої соціокультурної ситуації, зазначаючи, що мода у Європі XVII – початку XX ст. та в Америці у другій третині XX ст. функціонує за різними законами. В основу її функціонування соціолог ставить не бажання людей демонструвати матеріальне благополуччя і не прагнення наслідувати чи відрізнятися, а дія механізму «колективного вибору» як одного з видів колективного поведінки, що відрізняється спонтаністю та відсутністю ідеології .

Трактування моди як естетичного явища належать представникам різних галузей знання. – філософії, історії мистецтва та костюми антропології та ін., – репрезентують моду з різних ракурсів: як прояв естетичного смаку, художній стиль певної історичної доби, зміна ететичного ідеалу часу або особливу художню діяльність, що має відношення переважно до костюма. Інтерпретація моди як естетичного смаку суперечлива.

Наприклад. І. Кант думав, що мода існує незалежно від смаку і навітьможе суперечити йому [Кант: 489], а Г. Гегель вважає смак почуттям обивательським, що уникає глибокого впливу з боку мистецтва, глухим до істини та суті художнього твору. Тим не менш, за його думці, індивідуальні, суб'єктивні смаки окремих людей – так само, як смаки цілих народів можуть служити критеріями прекрасного і потворного [Гегель: 281]. У цьому сенсі естетичні уподобання певної історичної епохи визначають її власну естетику чи

стиль. Так, в історії європейського мистецтва історично змінювали одне одного різні стилі: класичний, романський, готичний, візантійський, ренесанс, бароко, рококо, ампір тощо.

З погляду психоаналізу, рушійною силою моди є комплекс неповноцінності, пов'язаний із несвідомими процесами. Детальну розробку аналіз моди набуває і в есе «Мода, або феєрія коду» Ж. Бодріяра, який розуміє моду як знакову систему: «З переходом від кустарного виробництва одиничних екземплярів до масової промисловості, від обмеженого числа знакзів до масової їхньої циркуляції настає смерть обов'язкового класового, станового чи кастового знака.

Тепер він доступний у використанні представнику будь-якої групи [Бодріяр: 114]. Отже, традиційні коди втрачають своєзначення: речі, що увійшли в моду в постмасовий період, перестют давати інформацію про характеристики людини. Однак питання про те, куди зникають знаки, які функціонували в культурній системі раніше та пам'ять про яких може існувати принаймні протягом життя останнього покоління, яке застало цю епоху, залишається відкритим.

Отже, у цьому параграфі, при зверненні до історичного та хронологічним аспектам, було розглянуто поняття моди з поглядів різних гуманітарних наук, були описані основні наукові теорії моди мають статус класичних. З одного боку, мода довгий час виконувала роль розмежування станів та демонстрування добробуту, але з XX ст і до нашого часу феномен моди сприймається в концепції "колективного вибору". Можна відзначити, що інтерес до феномену моди народився межі XIX-XX ст. і особливо актуальним на сьогоднішній день.

Сучасні соціологи моди пов'язують цей феномен із різними ідентичностями – ґендерними, віковими, етнічними тощо. Крім іншого, в

сучасності мода стала розумітися як ідеологія, пожвавлення якій сприяли глянцеві журнали, як індустрія, на платформі якої відбувається виробництво, рекламування та розповсюдження моди продуктів. У зв'язку з вищевикладеною інформацією з дискурсу моди,можна виділити робоче визначення даного поняття. Отже, ґрунтуючись на Широкості даного поняття, мода це єдність звичок, цінностей і смаків, встановлених у конкретній ситуації та конкретний період, є двигунами виробництва.

1.2. Поняття терміна та його статус в англійській мові

У попередньому параграфі під час розгляду поняття моди було виділено, що до XXI мода стала, згідно з декількома класичними теоріями, ідеологією, з одного боку, та індустрією – з іншого. За тимчасовою проміжок свого розвитку та ускладнення, область моди увібрала в себе велика кількість термінології, якої на сьогоднішній день в умовах міжнародного співробітництва оперують журналісти, модельєри, стилісти, виробники модного одягу, що, своєю чергою, вимагає удосконалення та систематизації мови даної галузі. Для лінгвістів особливий інтерес представляє вивчення термінологічної системи мови моди. Перш ніж розпочати розгляд особливостей освіти термінів та їх перекладу українською мовою, потрібно докладно вивчити поняття "терміну".

Вивчення питання статусу та семантики термінології різних наукпотребує ретельного вивчення. Це пояснюється міжнародним рівнем сучасної науки та прагненням до перетворення термінів на єдину систему для подолання мовних бар'єрів між різними народами різних сферах нашої життєдіяльності. Існування та розвиток будь-який науки на сучасному етапі неможливо без термінів та термінології.

Терміни передають зміст нових чи вже існуючих понять [Електронний ресурс: http://human.snauka.ua]. Ще в середині минулого століття про виникнення багатьох термінів у мовами не можна було і припустити. Цілеспрямоване ж вивчення англійської та української термінології почалося в науці порівняно недавно – у 1990-х рр. XX ст.

Різні аспекти, пов'язані зі спеціальною лексикою, термінологічними системами, які були об'єктом дослідження багатьох відомих лінгвістів.

Цікавим є той факт, що сам термін «термінологія» єілюстрацією необхідності впорядкування спеціальної лексики. Донедавнього часу, як вказує професор Рей, він означав три різних поняття: «система термінів певної галузі знання», «вся сукупність термінів мови» та «наука, що вивчає терини» [Rey: 56]. З метою уникнення складнощів у тлумаченні даного терміна для позначення другого поняття було прийнято термін «термінологічна лексика» або «термінолексика», а для повсякденного поняття в 1969 році був запропоновано термін "термінознавство". Ще більш неоднозначно справи з англійським терміном «terminology», який у сучасних роботах [Rey: 78] використовується у всіх трьох значеннях, незважаючи на той факт, що в англійською існує еквівалент українського терміна «термінознавство» ~ "science of terminoology".

Таким чином, спостерігається відсутність ізоморфізму термінологічних відповідностей вукраїнській та англійській мовах. У цієї роботи для розмежування описаних вище понять уникнення неоднозначності розуміння ми використовуємо терміни «термінологія», «термінолексика» та «термінознавство».

Термінологічна лексика або терміноексика (як було згадановище) є одним з основних шляхів поповнення словникового складумови. Англійська термінологія характеризується рядом особливостей щодо порівняння, по-перше,

з її еквівалентами в українській мові, по-друге, з термінологічними системами інших спеціальних галузей знання та, по-третє, з лексиконом загальновживаного пласта природної мови.

За даними дослідників, понад 90% нових слів, що з'являються в сучасних лексиконів, складає спеціальна лексика. Термін являє собою центральну одиницю спеціальної лексики, основний об'єкт вивчення термінознавства та предмет опису термінологічної лексикографії. Для проведення аналізу матеріалу, що розглядається необхідно, насамперед, визначити поняття термін.

Існує безліч визначень вищезгаданого поняття. На наш погляд, найбільш важливими є визначення А.А.Реформатського,

Д.С.Лотте, В.М.Лейчика, що наголошують на співвіднесеності терміна з поняттям, що належить до будь-якої галузі знань або діяльності (в даному випадку йдеться про область перекладознавства).

Так, за словами Д.С.Лотте, «термін – це слово чи підрядне словосполучення, що має спеціальне значення, що виражає та формує професійне поняття та застосовується в процесі пізнання та освоєння наукових та професійно-технічних об'єктів та відносин між ними» [35: 36].

В.М.Лейчик під терміном розуміє «лексичну одиницю певної мови для спеціальних цілей, що означає загальне – конкретне чи абстрактне – поняття теорії певної спеціальної галузі знань чи діяльності» [Лейчик: 79].

А.А.Реформатський вважає, що термін – це слово (або поєднання слів). є офіційно прийнятим та узаконеним найменуванням будь-якого поняття у науці, техніці, мистецтві.

Слідом за Д.С.Лотте, В.М.Лейчиком, А.А.Реф орматським зробимо висновок про те, що терміном може бути слово чи словосполучення, яке

виконує функцію мовного засобу номінації спеціального поняття, є членом певної терміносистеми та потребує дефініції.

Існують певні ознаки, характерні терміна. Д.С.Лотте, один із перших розробників критеріїв, назвав більшість основних вимог до терміну:

1) абсолютна та відносна однозначність;

2) відсутність синонімів;

3) відповідність буквального та дійсного значень (мотивованість);

4) систематичність (системність);

5) стислість;

6) простота та зрозумілість;

7) точність;

8) впровадженість;

9) незалежність від контексту;

10) неприпустимість необґрунтованих іншомовних запозичень («своємовність» терміна) Іншими вченими цей перелік було доповнено:

11) позалежність терміну модальності, експресії та стилістики; «інтелектуальна чистота» терміна, тобто «відчуженість його від образних та емоційних переживань»;

12) конвенційність;

13) належність до спеціальної мови;

14) лінгвістична правильність;

15) словотвірна здатність (деривативність);

16) міжнародність;

17) благозвучність;

18) сучасність. [35: 98]

При впорядкуванні термінології вищезазначені вимогиє пріоритетними. Предметного фахівця у терміні цікавитьпереважно змістовне поняття, що охоплює всі сторони предмета, його властивості та зв'язки з іншими предметами.

На підставі визначення та ознак терміну приходимо до наступного висновку: терміносистема – фрагмент переважно «наукової картини світу», вона має такі риси, як упорядкованість, порівняльна повнота та відносна точність у позначенні понять, актуальність (на момент створення).

Потреба обміну різноманітних інформацією поруч із розвитком дискурсу моди зумовлені об'єктивними умовами розвитку суспільства і мають стати суттєвою причиною виникнення термінологічної спільності української та англійської мов у підмові лінгвістики, який представляє необхідні лексичні засоби для спілкування та описи цієї сфери діяльності.

Багатьма дослідниками було детально розглянуто розвиток термінознавства та виділено його етапи і пропонують п'ять етапів термінознавчих досліджень:

1. Перший етап (до 30-х рр. XX ст.) – підготовчий період, протягом якого проводилися розрізнені дослідження у спробісистематизувати терміни окремих наук;

2. Другий етап (30-60-ті рр. XX ст.) - Період розробки основних положень теорії терміна У цей період закладаються теоретичні основи термінознавства,

3. Третій етап (кінець 60-х – початок 80-х рр. XX ст.) – термінологи вирішували питання про специфіку терміна, його місце у лексичній системі мови.

У цей період з'являлися монографії, науково-технічні словники, термінознавство було визнано самостійною комплексною науковою дисципліною. Цей період представлений роботами А.С. Герда, Р.Ю. Кобрина, В.П. Даниленко, В.ІІ. Налепіна, Л.Б Ткачової, К.А. Авербуха та ін;

4. Четвертий етап (80-ті рр. XX ст.) – вважається етапом зрілості термінознавства, т.к. активно починають друкуватись підручники та навчальні посібники, що починають функціонувати термінологічні центри. Даний період представлений роботами наступних вчених: В.М. Лейчик, С.Д. Шелов, С.В. Гриньов, Ю.М. Марчук, О.В. Суперанська та ін;

Анісімова А.Г. у свою чергу знаходить відмінну особливість нового етапу в інтеграції наук, що зумовлює взаємообмін термінологією різних наукових областей, званий міждисциплінарною омонімією, внаслідок цього відбуваються зміни методології вивчення термінології [Анісімов: 5].

Наприклад: reaction 1) у хімії; 2) у філії; 3) у політиці; reduction 1) у філософії; 2) у юриспруденції; 3) у фонетиці; assimilation 1) в етнографії; 2) у фонетиці.

У межах лексичної системи мови терміни виявляють ті самі властивості, що й інші слова, тобто їм властива і антонімія, і ідіоматика. Наприклад, термін «valve» у машинознавстві означає "клапан", у радіотехніці "електронна лампа", в гідравліці "затвор";термін "power" у фізиці означає "потужність", "енергія", в математиці -"ступінь", в оптиці - "сила збільшення лінзи"

Повертаючись до лінгвістичних особливостей термінів, звертаємо увагу, що основним критерієм терміну є однозначність. Але, починаючи із середини

XX ст. по теперішній час має місце в наукових розробках з упорядкування термінології проблема багато гозначності терміну. Існує кілька причин, що пояснюють наявність цієї проблеми: нестача кореневого словникового складу мови в порівнянні з кількістю наукових понять, використання одного терміну для визначення різних понять, які стосуються одному й тому явищу, тощо. [Анісімова 2010: 8].

Звертаючись до статусу поняття «термін» в англійській мові, ми розглянули історію розвитку термінознавства у Європі. Термінознавство як самостійна наука склалася, подібно до української, щодо нещодавно, у першій третині XX ст., і пов'язана з ім'ям австрійського лінгвіста Ойгена Вюстера [Wuster :431], який у майбутньому став засновником Віденської термінологічної школи та міжнародної термінологічної організації "INFOTERM". У своїй докторській дисертації «Міжнародне нормування мови в техніці та електроніці» 1931 р. вчений віддавав перевага грецьким і латинським основам при виділенні термінівлексикосфери національної мови Причому в цей період поняття«термін» було другорядним, недостатньо освітленим, на противагу йому основним поняттям термінознавства виступав «concept» (поняття) як ідея про чимось [Picht: 33].

Статус термінознавства серед європейських вчених подвійний, оскільки раніше ця наука «була певною мірою занедбаною областю лінгвістики. Але не випадково мовознавці довгий час приділяли термінології так мало уваги. Адже вивчення її засноване на принципах, що лежать у значною мірою поза компетенцією традиційного лінгвіста»

Аналіз наукового матеріалу продемонстрував наступні результати: термін – багатопланове та багатофункціональне поняття науки термінознавства, що відіграє важливу роль у науковій комунікації.

Незважаючи на те, що протягом півстоліття він був об'єктом пильної вивчення вчених залишається багато відкритих питань, серед яких найбільш актуальною є проблема розробки однозначного тлумачення, в якому будуть поєднані «лінгвістичний, філософський та професійно-комунікативні підходи». У наступному параграфівивчення термінів буде продовжено з погляду перекладознавства, будутьрозглянуто способи перекладу термінів.

1.3. Способи перекладу термінів

При пошуку інформації про способи перекладу термінів було проаналізовано велику кількість наукової літератури та досліджень, як з технічних, і з гуманітарним темам.

У деяких наукових працях дослідники звертали увагу на різницю між гуманітарними та суспільно-політичними науками та науками технічними та природними.

Спираючись на перелічені положення, термінологію гуманітарних наук можна розглядати всю цілком, оскільки, з погляду методології перекладу термінів цих наукових дисциплін, загальні для них критеріїперевершують приватні. Це означає, що можна аналізувати гуманітарну область знання загалом, виявляючи притаманні її областям знання. закономірності освіти, функціонування та перекладу термінів.

У процесі перекладу перекладач зближує дві лінгвістичні системи, одна з яких експліцитна та стійка, а інша – потенційна та адаптована. Перед очима перекладача представлений так званий пункт відправлення. Завдання перекладача – створити так званий пункт прибуття.

Спочатку перекладачеві потрібно проаналізувати оригінальний текст, оцінити дескриптивний, афективний та інтелектуальний зміст одиниць перекладу, що він вичленував; також йому потрібно відновити ситуацію, описану в повідомленні, зважити та оцінити стилістичний ефект тощо. крім перерахованих операцій перекладачеві потрібно вибрати якесь одне Рішення. У деяких випадках він досягає цього так швидко, що в ньогостворюється враження раптового та одночасного рішення. В процесі читання вихідною мовою майже автоматично утворюється повідомлення на мовою перекладу; перекладачеві залишається лише проконтролювати ще раз вихідний текст, щоб переконатися, що жоден з елементів вихідної мови не втрачено, після чого процес перекладу закінчено. Серед найчастіших способів перекладу термінологічних новоутворень дослідники відзначають калькування, транслітерацію, функціональну заміну, і навіть їх комбінації.

Я І. Рецкер зазначає, що «переклад-калька зазвичай застосовується при передачі значення складних слів і термінів словосполучень», наводячи в підтвердження цього наступні приклади: brain drain - «відплив мізків», shadow government – «тіньовий уряд» та багато інших. Також зазначається, що калькування можуть піддаватися елементи цілих смисловихгруп, такихяк: menofgoodwill – «людидоброїволі», thelineofleastresistance - "лініянайменшогоопору" іт.д. [Рецкер:32].

Існують приклади калькування різних англійських слів, яких видно, що створення нового слова відбувається в результатікопіювання структури вихідної лексичної одиниці: superpower –"наддержава"; massculture - "масовакультура"; greenrevolution –"Зелена революція". У багатьох випадках використання калькуваннясупроводжується зміною порядку елементів, що калькуються: first-strike weapon - "зброя першого удару"; land-based missile – «ракета наземного базування» Зі сфери моди можна навести такі терміни, як: model – "модель",

photographer - "фотограф", fashion blogger - "фешн-блогер", accessory - "аксесуар", high fashion - "висока мода" і т.д.

Калькування не може вважатися простою механічною операцією, оскільки при даному способі перекладу часто використовуються різні трансформації. Перерахуємо наступні трансформації: зміна паделжных форм, кількості слів у словосполученні, порядку слів, морфологічного чи синтаксичного статусу слів тощо. Як уже говорилося вище, перелічені способи перекладу термінів часто доводиться комбінувати. Калькування, наприклад, може супроводжуватися прийомами граматичними та лексичними чи лексикосемантичними.

Серед граматичних прийомів можна назвати такі:

1. Заміна частин промови. Наприклад, коли замінюється англійська іменник у ролі визначення по відношенню до головного іменнику: system administration – «системне адміністрування».

Також може спостерігатись заміна англійських дієслів українськимиіменниками: catalog shoot – «зйомка для каталогів». Shoot є дієсловом "знімати", "фотографувати", але при перекладі на українську мову краще передати його іменником.

2. Перестановка слів у словосполученні. Такий прийом застосовується, коли простежуються відмінності в граматичному ладі англійської та української: virtual infrastructure tool – «інструмент віртуальної інфраструктури», server virtualization – «віртуалізація сервера». У термінології моди це: garment piece - "деталь одягу". Останнє слово в англійських словосполученнях завжди є ключовим, а українською мовою воно виноситься вперед.

3. Розгортання. Даний прийом полягає у поділі лексичної одиниці на складові, у кожній частині міститься вихідна інформація.

Наприклад, іменник filesystem - "файлова система" і іменник lifecycle – «життєвий цикл», в термінології моди це: beachwear – «пляжний одяг», underwear – «нижня білизна» тощо. У таких приклади англійські складні іменники перекладаються українською мовою словосполученням іменник + прикметник.

Серед лексичних та лексико-семантичних прийомів виділяють:

1. Комбінація калькування та транслітерації. Цей прийомвикористовується для перекладу складних іменників, наприклад, термінології моди, uniform – «уніформа» (де числова приставка uni, значенні "один", прийшла з грецької мови), polyester - "поліестер" (де приставка poly, що також має грецьке походження, означає «багато»). В українській мові за подібним принципом існують слова «метафізика», "парапсихологія" і т.п.

2. Конкретизація, за якої слова у словосполученні з широким значенням замінюються словами з вужчим значенням.

3. Генералізація – прийом заміни одиниці вихідної мови з менш широким значенням одиницею мови з більш широким значенням. Але конкретизація та генералізація є маловживаними прийомами.

Серед способів перекладу термінів існує також транскрипція та транслітерація. Транскрипція це відтворення того, як слово звучить, а транслітерація – відтворення літерного складу іноземного слова на мовою перекладу. Але на практиці перекладу популярний певний симбіоз транскрипції та транслітерації. Це поширене через сильний відмінності фонетичної та графічної структури різних мов, і сам процес транслітерації та транскрипції мовної одиниці дуже умовний.

Відомо, що при розгляді окремих мовних пар потрібнііндивідуальні правила транскрипції та транслітерації. Наприклад, при перекладі з англійської

на українську характерна транслітерація деяких поєднань приголосних, до яких артикуляція української мови не пристосована, транслітерація редукованих голосних; передача здвоєних приголосних між голосними, а також стоять наприкінці слова; збереження особливостей орфографії окремої мовної одиниці.

Також існує спосіб функціональної заміни, застосовний у тому у разі, якщо жодна словникова відповідність не узгоджується з контекстом. У деяких випадках артиклі в англійській мові мають разом з граматичним значенням смислове навантаження. Наприклад, They були Powerful enough не потрібний tsar, особливо tsar. – «Вони були достатньо сильні, щоб не потребувати якогось царя, особливо такого царя». У даному прикладі смислова роль англійського артикля компенсується при перекладі українською за рахунок займенників.

Спосіб функціональної заміни також має допоміжний прийом конверсії, коли відбувається зміна морфологічного статусу форми. В основному конверсія застосовується при роботі з безеквівалентними граматичними формами.

Отже, розглянувши способи перекладу термінів, включаючидопоміжні прийоми, можна приступати до практичної частини дослідницької роботи – розгляд особливості перекладу термінів вже, безпосередньо, сфери моди.

1.4. Методологічні особливості аналізу та перекладу термінів моди

Перш ніж приступити до опису особливостей перекладу термінів сфери моди потрібно провести аналіз досліджуваного матеріалу. Відомо, що індустрія моди перебуває у стадії активного розвитку, що обумовлює виникнення нових вузькоспеціальних термінів або, навпаки, термінів, які вступають у відносини полісемії або отримують нове забарвлення та специфіку. У таких умовах перед перекладачами виникає проблема інтерпретації терміна.

Торкаючись зв'язок мови та моди, необхідно виділити, що обидва поняття є знаковими системами, поряд з іншими подібними знаковими системами, без яких не можна уявити життя людського товариства – орнамент, музика, танець. архітектура, Костюм - це теж знак, який несе смислове навантаження.

Комунікація у будь-яких конкретних галузях, сферахдіяльності передбачає спеціальну професійну мову, тобто.термінологію. Термінологія існує у всіх національних мовах світу. Терміносистеми бувають дуже різноманітні: різні згідно обсягу, що сформувалися і зовсім недавно виникли, упорядковані і ні, зі специфічними термінами чи легко пізнаваними. Наведемо кілька прикладів. Суп – це кулінарний термін, швидкість світла - термін фізики, гематома – медичний термін, і навіть термін слово є терміном мовознавства.

Існують класифікації термінів з різних підстав: структурно прості та складні, терміни власної мови та запозичені і таке інше. У цій роботі представлена класифікація відповідно до професійної впізнаваності.

1. Приклади найбільш відомих термінів сфери дизайну одягу та моди можуть бути такі як: модель, манекен, подіум, показ і навіть нитка з голкою. Ці слова зрозумілі як професіоналу, так і будь-кому носію мови.

2. Є терміни, які спричинять труднощі у розумінні. Але у людей, які цікавляться модою, хоч і непрофесійно, дані концепції на слух. Усі модники світу знають, що таке лабутени та Kelly bag.

3. Останній тип термінів буде зрозумілий лише професійнимколам. Ось невеликий тест, наскільки добре ми знаємо наступні терміни: складка Ватто, егрет, нансук, зонтик, пластрон, саронг.

Ймовірно, ускладнює розуміння і не дозволяє нам дати визначення того факту, що всі приклади є термінами іноземного походження.

Деякий шар лексики, що складається з професійних термінів складає запозичення з інших мов. Запозиченням можна назвати елемент (морфема, слово, словосполучення), що проникає з одного мови в іншій внаслідок мовного контакту. В усьому світі практично відсутні однорідні за складом мови. Наприклад як вважають вчені, англійська мова складається з 70% запозичень.

Запозичення це не лише взяте з іншої мови слово, а й сам процес переходу слова з однієї мови до іншої. Запозичення можуть бути короткочасними або процес може займати кілька років, як це неодноразово було історія. Запозичення може переходити з однієї мови в іншій безпосередньо або опосередковано, тобто через третя мова чи інші мови. Наприклад, за часів Петра Першого в українську мову проникла велика кількість іноземної лексики самихрізних галузей діяльності. Ця лексика потрапляла безпосередньо з німецької мови в українську. А такі терміни, як бере (італійське слово по походження), корсет (іспанський термін), прийшли в українську мову опосередковано, через англійську чи французьку мови.

Слід зазначити, що у індустрії моди на другий половині XX ст. Майже всі Будинки моди знаходилися в Європі та з початком Другої світової війни або закрилися, або переїхали до США.

Саме там дизайнери продовжували творити. Саме у США відкривалося та розвивалося нове масове виробництво одягу, винаходили нові види тканин (наприклад, nylon - нейлон), зароджувалися нові стилі та напрями моди (street fashion – вулична мода).

Причини запозичень можуть бути різноманітними, більшою ступеня екстралінгвістичними:

- історична та географічна взаємодія мов та культур;
- науково-технічний прогрес;

- диференціація вже існуючих та виникнення новихпонять;
- термінологічна недостатність (відсутність понять у рідною мовою);
- соціально-психологічні причини;
- глобалізація.

Наприклад, термін «кілт» проник з шотландської до англійської мова в силу географічної та культурної близькості народів.

Розвиток науки та техніки дозволив терміну nylon швидко поширитися в багато розвинених мов світу завдяки широкому використання самого мату еріалу. Поява нового поняття «бікіні» призвела до появи терміна, якого раніше не було в жодній мові світу.

Існує мовна мода - погоня за модними, престижнимисловами. Людина отримує більш високий соціальний статус, використовуючи в мови модні слова та вирази. Використовуючи модну лексику, ми демонструємо не рівень освіченості загалом, а рівень обізнаності в останніх тенденціях, рівень поінформованості.

Відкритість кордонів, глобалізація економіки та зближення культур сприяють швидкому та легкому запозиченню з однієї мови в інший. У пострадянські часи в нашій країні відкрилися кордони, стали спостерігатися мовні контакти, з'явилися різноманітні джерела інформації.

На сучасному етапі розвитку мов запозичена іншомовна лексика дуже швидко асимілюється, тобто «осідає» у мові, пристосовується і навіть може утворювати цілі словотвірні ряди. Наприклад, від терміна «дизайн» утворено прикметник «дизайнерський», іменник «дизайнер», складні слова типу «дизайн-проект», у спеціальній літературі навіть зафіксовано дієслово «дизайнувати»,

утворене за шаблоном такими дієсловами, як «фонтанувати», «ініціювати», "Стимулювати".

По-друге, запозичені слова часто пишуть латинськимилітерами, саме через популярність модних слів і престижність їх вживання, (fashion індустрія, колекція prêt-a-porte) або через дефіс (дизайн-студія).

Деякі з іноземних термінів, що з'явилися, є, на перший погляд, надмірними, тому що вони мають синоніми в українськіймовою. Однак, як правило, у них виявляються тонкі семантичні відмінності. Так, наприклад, не будь-який кіоск можна назвати «бутиком», купівлю картоплі на ринку навряд чи можна називати «шопінгом», ошатно одягненій маленькій дівчинці не застосовується визначення "Гламурна" і т. д. [Германова 2008: 20]. Тим не менш, іноземні терміни в українській мові можуть використовуватися дуже різноманітно. Наприклад, у місті Омську є перукарня під назвою «Бутік краси».

Деякі терміни долають довгий шлях із моменту появи поняття до фіксації у словнику. Так сталося у XX столітті з купальним костюмом нового типу бікіні. Для 1946 року - моменту його створення - це був настільки сміливий, революційний предмет одягу, що в деяких католицьких країнах заборонялося носити такий купальник [Которн: 62-63]. Причому в європейських країнах,Іспанії, наприклад, не шанували бікіні та британці. Внаслідок цьоготермін вперше був зафіксований у словнику Webster лише у 1970 році [Webster: 140].

Процеси глобалізації стали виявлятися у суспільстві у 1950-х роках, коли з'явилася ідея Євросоюзу. Слід зазначити, що глобалізація лише спочатку передбачала економічну інтеграцію. Однак на сьогоднішній момент у цих процесах задіяні майже всі сфери людської діяльності в тій чи іншою мірою. Явлення та поняття сучасного світу поширюються по всім країнам та

континентам з величезною швидкістю, незважаючи на державні кордони, рівень розвитку економіки, мови та культури. Для швидкої та більш комфортної комунікації створюються мови міжнаціонального спілкування Але створюються вони не штучно, а поступово, на основі сучасних засобів їхнього поширення.

Таким чином, можна простежити наступну логічну ланцюжок: розвиток матеріальної культури призвело до формування засобів масової комунікації, засоби масової комунікації використовують новітні технології та охоплюють мільярдні аудиторії, інформація у ЗМІ багаторазово повторюється і досягає свого споживача інформації у будь-якому куточку планети. Окремо можнасказати про мережу Інтернет, яка була запущена на початку 1990-х років,і є зараз однією з найшвидших глобальних інформаційних систем.

Мода, як явище соціальне, поширюється з такою самою високою швидкістю. Сьогодні кіноакторка з'явилася на червоній доріжці у новому образі, а завтра його вже копіюватимуть мільйони людей. З такою ж високою швидкістю відбувається обмін термінами, запозичення з однієї мови в іншу або з однієї мови відразу в багато мов. Починаючи з другої половини XX століття джерелом запозичень, так званої «комори запозичення», є англійська мова, а саме її англо-американський варіант. Як зазначає В.М. Лійчик, «вибір мови-джерела запозичень обумовлений реальною історичною практикою» [Лейчик: 120].

Багато мов світу не тільки у великих кількостях приймають запозичення до свого складу, а й активно їх асимілюють, тобто. пристосовують до особливостей свого граматичного ладу, вимови, сполучуваності коїться з іншими лексичними одиницями. Мода це індустрія досить молода та розвивається. В останні десятиліття це справді одна з найбільш глобальних галузей промисловості, а її професійна термінологія має міжнародний характер, відкритий для взаємозбагачення та запозичення нових елементів.

Однією з вимог до перекладу є адекватність, тобто перекладач повинен пе редагувати оригінал рівноцінними засобами. Тому спочатку перед перекладачем стоїть завдання проаналізувати термін, який має бути перекласти. Аналіз терміну полягає у пошуку його значення у словнику. Але, враховуючи, що в даному дослідженні розглядаються відносно нові терміни моди, найчастіше пов'язані з якоюсь концептуальною ідеєю або

Таким чином, перекладачеві необхідно провести ряд операцій з аналізу терміну, аналізу контексту (у цьому дослідженні – різні статті з глянцевих журналів та книги про моду) та спеціальних понять. При перекладі дуже важливий контекст: переклад, у цьому у випадку, як спосіб зіставлення семантичних систем мов або яксистеми координат адекватних смислових відповідностей різних мов. У складніших випадках перекладач застосовує синтез – побудова нового терміна, що виражає те саме поняття, що й термін, що перекладається.

Зі порівняльним методом існує набагато більше труднощів.

При лексичному зіставленні може статися так, що при накладенніодин на одного лексичних одиниць вони можуть збігатися лише в кількохзначеннях, а не в повному обсязі значень, тому що мови мають специфічною полісемією. При розбіжності семантичних полів двох лексичних одиниць, відповідно, слідують невідповідності і в семантичної сполучуваності кожного зі слів, а також розбіжності в синонімічних та антонімічних зв'язках.

Порівняльний метод цінний для перекладу, оскільки дозволяє встановити систему семантичних відповідностей 2-х мов. Також, крім того, що при порівняльному аналізі виявляються спільні риси порівнюваних об'єктів, такий аналіз також сприяє освітленню найбільш характерних специфічних

характеристик кожного з них, які нерідко залишаються непоміченими при внутрішньомовному дослідженні.

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ ПИТАННЯ ПЕРЕКЛАДУ ТЕРМІНІВ (НА ПРИКЛАДІ ПЕРЕКЛАДУ ТЕРМІНІВ У ГАЛУЗІ МОДИ XX-XXI СТ.)

2.1. Особливості перекладу термінів у галузі моди: одягу, взуття та аксесуарів

У першому розділі було проведено дослідження поняття мода, її функцій як промисловості, було проведено дослідження терміна, його видів та способів перекладу, також була розглянута методологія роботи та аналізу з вихідним текстом перед безпосереднім початком перекладу

У цьому розділі, оперуючи теоретичною базою першого розділу, будуть розглянуто особливості перекладу термінів індустрії моди. При соціолінгвістичному дослідженні було виявлено п'ять періодів у розвитку моди та її термінології. П'ятий період безпосередньо пов'язаний з темою нашого дослідження, тому коротко опишемо його.

П'ятий період (XX – початок XXI ст.) у розвитку англійської термінології дизайну одягу та моди можна розбити на два етапи, до 50-х років XX століття та з другої половини XX до початку XXI століття. Перша половина століття характеризується високим рівнем промислового виробництва, розвитком наук, збільшенням інтересу до спорту, великою кількістю відкриттів та винаходів. Жінки звільняються від зайвого, громіздкогоу костюмі. Відбувається скасування корсетів, довжина спідниці коротшає до середини гомілки, жінки повсюдно починають носити штани, з'являється термін trouser suit - брючний костюм. Ці процеси відбилися у цій термінології значним поповненням термінодиниць, наприклад, anklelength skirt – спідниця завдовжки до середини гомілки, nylon stockings – нейлонові панчохи, coverall - комбінезон.

У другій половині XX століття важливим фактором, що вплинув на поповнення термінології дизайну одягу та моди, було винахід цілого ряду нових штучних матеріалів, орлон – Orion (1949 р.), дакрон – Dacron та поліестер – polyester (1951 р.), лайкра – Lycra (1959 р.).

Молодіжна ідеологія породжує нові напрямки в моді – хіпі, панк культуру, диско, техно. На рубежі століть досліджувана термінологія в значною мірою поповнюється за рахунок термінів світу моди та молодіжної субкультури, unisex clothes – одяг «унісекс», mini skirt – міні-спідниця, baggy shorts – подовжені шорти з широкими мішкуватими штанинами, long-slung jeans – джинси із заниженою талією, hooded top – топ із капюшоном.

У цьому дослідженні нами були переглянуті різні книги промодітадизайні («LouisVuitton/ MarcJacobs: InAssociationwiththeMuseedesArtsDecoratifs», «FashionPatternmakingTechniquesHauteCouture»), каталогиодягу (ASOS), глянцевіжурнали (Vogue,Elle), інтернет-виданнямоднихжурналів. Методом суцільної вибірки ми відібрали 250 термінів для подальшого аналізу Каталоги, наприклад, використовуються реалізації продукції одягу.

Серед таких молодіжних платформ, як за кордоном, так і в Україні, популярний asos.com, на базі якого існує інтернет-магазин модної молодіжного одягу, аксесуарів та канцелярської продукції, також є блог, де публікуються новини про світ моди та молодіжні фестивалі, популярних заходах, а також розміщується так званий аутлет, де, пройшовши процес реєстрації, будь-хто може продати свій старий одяг.

Платформу аутлета використовують люди, які цікавляться ретро-стилем, продають vintage речі. The Times називає ASOS «безперечним лідером онлайн-моди», а журнал Esquire - «брендом, непідвладним економічної кризи »[Електронний ресурс: https://secretmag.ru].

Під час аналізу перекладу каталогу ASOS було виявлено використання трансформації з метою досягнення еквівалентності та адекватності перекладу. Розглянемо приклад лексичної одиниці «Bold Floral Wrap DressWith Ruffles» - перекладається в даному випадку як «крута квіткова сукня з запахом і волани». У цьому прикладі використано комбінацію лексичної та граматичної трансформації. Прикладом лексичної трансформації є переклад слова «wrap», оскільки має ширше значення, та адекватності перекладу в даному випадку допомагає досягти безпосередньо зображення сукні, у якому видно запах. В іншому випадку це можна було б перекласти як «облягаючу сукню».

Наступним прикладом перекладу лексичних одиниць можна представити «Stripe Midi Dress With Side Splits» - «довга смугаста сукня з

розрізами з боків». В даному випадку для досягнення адекватності перекладувикористовувалася граматична трансформація – перестановка. Прикладом невдалого перекладу є Floral Embroidered Bralette. Ця лексична одиниця перекладена як «бралет з квітковою вишивкою», використовується перестановка та калькування.

У разі використовується транскрипція, виділена В.М. Комісаровим як окремий вид трансформації, тобто відтворення звукової форми іноземного слова З погляду перекладознавства такийпереклад вважатиметься некоректним, оскільки «bralette» означає, швидше, топбез філіжанок. Мода на цей предмет одягу прийшла завдяки бренду Victoria'sSecretупісля 70хроків.

Також не рекомендується при перекладі подібних найменувань використовувати спосіб калькування, оскільки незнак оме слово в назві може збентежити потенційного покупця.

Виходячи з розглянутих прикладів, можна зробити висновок, що при перекладі найменувань товарів модного каталогу слід використовувати різні трансформації, щоб переклад був адекватним і еквівалентним.

При розгляді різних статей у модних журналах було помічено, що деякі лексичні одиниці, що увійшли в українську мову першої третини – середині XX ст., не потребують додаткового описовому прийомі, хоча деякі журнали включають в рубрики типу "Модний лікнеп" з метою наповнення контентом. До даних лексичних одиницям відносяться:

trenchcoat (trench – рів, coat – плащ, перекладений за допомогою транскрипції) – тренчкот, так звана модель двобортного плаща, спочатку був армійським одягом Британської армії часів першої світової війни (1914-18), потім став предметом ділового стилю в сучасності.

leggings (leg – нога, перекладений за допомогою транскрипції) – легінси,обтягуючі жіночі штани; Легінси стали особливо популярними у 1990х роках, хоча існування подібного предмета одягу було ще з початку XVIII століття називалося лосинами.

bomber (bomb – бомба, перекладена транслітерацією) – бомбер, коротка куртка з гумками на рукавах і по нижньому краю, спочатку був одягом льотчиків-бомбардувальників ВПС США (1914- 18);

converse (converse boots, перекладено за допомогою траскрипції) – конверси, кеди американської взуттєвої компанії, дата заснування якої1908р. Розквітом продажу взуття бренду Converce став повоєнний період починаючи з 1950 року, цей бренд став частиною стилю молодих бунтарів.

Bermuda shorts – (Бермуди – незвичайний вид шорт, використовується не тільки як одяг для відпочинку, а й як повсякденний елемент. У Британських колоніальних військ і Королівському флоті для носіння в тропічних і

пустельних кліматах були введені короткі штани вище коліна. Це послужило початком їх масової популярностіна початку двадцятого століття Бермудські острови, де до цих пір вони вважаються діловим одягом для чоловіків) використовується прийом лексичного опущення.

Bell-bottoms - штани клеш (розкльошені від коліна штани). У 1970-тібули елементом стилю диско. Раніше такі штани носили парусні моряки. флоту.

Bootcuts or country style – джинси із заниженою талією, щільно облягаючі стегна і розкльошені донизу. Тут більш підходящим буде є описовий переклад, тому що в нашій мові не знайти відповідного визначення. Досягнули свого піку моди в середині 70-х років XX ст.

cycling shorts - велошорти або велосипедки (спеціальні короткі облягаючі шорти завдовжки до колін, що використовуються у велоспорті). Стали особливо популярні з розвитком велоспорту у XX столітті. Метод перекладу – калькування.

Knickers – жіночі трусики (Британський варіант), вперше термін використаний у 1924 році. Даний тип одягу сильно відрізняється від своїх попередників панталон. Описовий переклад.

Drainpipes – звужені штани, джинси-дудочки. У 50-ті роки стали популярні та змінили широкі штани. Якщо перести дослівне слово drainpipes, воно перекладається як «водостічна труба». Однак, дійсно, ці штани за своїм зовнішнім виглядом нагадуютьводостічні труби, звідси й назва. Використовується описовий переклад.Breeches – бриджі, популярні в американському футболі, бейсболі та ін, сучасний предмет одягу. При перекладі використовується метод транскрипції.

Overall – комбінезон. Спочатку це був спецодяг, використовувалася як захисний одяг при роботі, матеріал з темносини джинсової тканини.

Комбінезони були винайдені Лєваєм Штраусов в 1890-х роках і пройшли довгий шлях, щоб стати модним одягом. Коли англійською мовою з'явилося дане поняття, в українській мові слово комбінезон вже було відомо завдяки запозиченню з французької мови у 30-ті роки XX, від combinaison –з'єднувати.

Jeggings – джегінси. Це облягаючі жіночі штани стретч. Термін стався на початку 21 століття. Назва являє собою сукупність легінсів та джинсів. Перекладено транслітерацією.

Corset – жіночий корсет. Використовується для підкреслення стрункий жіноча талія. Цей термін прийшов в англійську мову в 1828 році, популярний і використовується досі. Комбінація транскрипції та транслітерації.

Salopettes - штани з високою талією та бретельками, як правило, виготовлені з м'якої тканини і підходять для катання на лижах. Термін виник у1970-і роки, в англійське слово запозичене з французької мови.Застосовується описовий переклад.

Reefer jacket - товстий двобортний жакет з облягаючою обробкою.

Раніше таку річ носили рибалки та моряки, але зараз у XX столітті це один із модні види пальто. Тут також застосовується описовий переклад.

Ragamuffin - людина, одягнений у лахміття, бідно одягнений, особливо в щодо дитини. Термін походить із середньоанглійської і використовується по цей день.

Pussycat bow – котячий бант. Великий, м'який, гнучкий бант на шиї жіноча блуза. Цей термін закріпився у XX столітті і також зараз у використання. Наприклад, у данину пам'яті на похороні Маргарет Тетчер в 2013 року дружина прем'єр-міністра одягла блузку з котячим бантом. Калькування.

Oxford bags – широкі мішкуваті штани. Ці штани віддавали перевагу носити члени Оксфордського університету, особливо магістранти. Пік популярності з 1920-х по 1950-ті. Описовий переклад.

Monokini – монокіні. Це цілісний пляжний одяг для жінок, еквівалентна нижній половині бікіні, так званий, перший топлес купальник, термін функціонує з 1964 року завдяки Руді Гернрайху, який винайшов цей вид купальника. Транслітерація.

Middy – з 1911 року вільна жіноча чи дитяча блузка з глибокимі квадратним коміром ззаду і звужується до передньої частини, що нагадує ту, яку носив моряк. Описовий переклад. leg-of-mutton sleeve – дослівно «баранячий рукав». Це рукав, широкий і вільний у плеча і вузький у ліктя та зап'ястя.

Jerkin - коротка чоловіча куртка, що облягає, виконана, як правило, зі світлої шкіри, і часто без рукавів. Цю річ носили в британської армії у XX столітті.

Hot pants – жіночі короткі шорти з 1970-х. Описовий переклад. Hobble skirt – вузька спідниця. Крій спідниці настільки вузький при подолі, що Такі спідниці були популярні в 1910-х. Використовується калькування під час перекладу.

Guimpe – блузка, одягнена під джемпер чи сарафан.

Fichu (вульг латина) - невелика трикутна хустка, одягнена на плечі та шию жінки.

Body-con – відносно або надмірно облягаючий стиль одягу.Поняття почало використовуватися в 1990х

Casual – (Кежуал- повсякденний модний одяг, вид дрес-коду, стилю одягу в якому наголошується на зручність і самовираження на противагупредставницькості та уніформеності. Зародився стиль casual у Великобританії в 20 ст), транскрипція.

New Look - (англ. новий погляд, новий вигляд) - елегантний, жіночий, романтичний стиль одягу, запропонований Крістіаном Діором у 1947 році. Представляє образ «ідеальної жінки» з тонкою талією, тендітними плечима, витонченими стегнами. Прийом перекладу транскрипція.

Також під час аналізу перекладу модної термінології глянцевих журналів, ми помітили, що більшість термінів перекладачі не знаходять еквівалентів в українській мові та використовують калькування та транскрипцію, особливо це стосується позначень взуття. Передбачається, що це відбувається для спрощення комунікації у глобальному просторі, наприклад, в Інтернеті користувачам платформи Інстаграм буде простіше домогтися взаєморозуміння, і навіть задля економії мовних средств.

Розділ термінології взуття представляє найбільший інтерес при перекладі, оскільки всесвітньо відомі бренди, конкуруючи один з одним, практично щомісяця створюють нові моделі взуття. І тому в комунікації сучасної людини виникла тенденція вживати замість слів, що позначають різновиди взуття, адаптовані до українськоїмови назви брендів: "найки" (Nike), "конверси" (Converse), "ванси"(Vans), "беленси" (Newbalance), "лубутени" (Christian Louboutin), "уггі" (UGG), "Тімби", "Тімберленд" (The Timberland Company) іт.п. Уданихнаприкладахвикористанокількаприйомівперекладу, такіяктранскрипціятатранслітераціяукомбінаціїзкалькуванням.

За нашими спостереженнями, за допомогою калькування в українській мові з'явилися також такі назви взуття: balletflats – балетки, boots – черевики,

loafers – лофери, туфлі з круглим або загостреним носом на низькій широкому підборі, moccasin – мокасини, взуття північно американських індіанців, виконується з м'якої шкіри або замші, monks – монки, чоловічі туфлі без шнурівки, moonboots – місяцеходи, «дутиками» називаються завдяки своїй дутій структурі, mule – мюлі, жіноче взуття на підборах без п'яти, мож мати закритий або відкритий носок, oxford – оксфорди, класичні строгі черевики з м'якої шкіри на широкому низькому каблучці, thongs – тонги, літнє взуття без п'яти,wellington – велінгтони і т.д.

Дані приклади підтверджують гіпотезу про те, що калькування є найбільш популярним способом перекладу найменувань взуття на українську мову, хоча за результатами проведеного нами опитування видно, що більшість респондентів не знайомі з цими найменуваннями (52%) або знайомі, але можуть дати точного визначення (27%).

Дослідження показало, що еквіваленти українською мовою існують для невеликої кількості найменувань взуття. Наприклад, wellies – «гумові чоботи», sandals – «босоніжки» (викон.), також перекладаються як "сандалії", але в обох мовах це запозичене слово з грецької мови; sole - "підошва", rubber thongs - "гумові сланці". Раніше слова slippers та mules перекладалися українською мовою як «тапочки» і «шльопанці» відповідно, але сьогодні, як у епоху 70 гг. XX ст., модно вживати у мові запозичені слова: «шузи» (взуття), «голди» (прикраси із золота), «хайратник» (пов'язка на голову), «тикет» (квиток) тощо.

Така ситуація становить загрозу українській мові, оскільки споконвічні слова переходять у пасивний запас.

За допомогою описового прийому прийнято представляти кросівкифірми Heelys Inc. Heelys (від англ. heelys - п'ята) - хіліси, кр осовки з вбудованим у підошву колесом на місці п'яти. А також туфлі Kitten Heels, Одрі Хепберн, що

увійшли в моду, - це туфлі-човники з невисоким каблуком-чарочкою; Ankle Strap – туфлі на платформі та високих підборах з тонким ремінцем на щиколотці; T-Strap – туфлі з ремінцем у вигляді літери "Т" на щиколотці.

Аналогічному перекладу (транскрипція, транслітерація) зазнають найменування аксесуарів: shopper (shop – магазин) – шопер, містка сумка; choker (choke – душити) – чокер, прикраса, що щільно прилягає до шиї; clutch bag (to clutch – затиснути) – невелика сумка-конверт; snood (snood – сітка для волосся) – широкий в'язаний шарф у формі кільця – метафоричний переклад; ear cuff – (cuff - манжет, нарукавник) – прикраса для вух – метафоричний переклад.

У цих прикладах простежується перенесення значення на основі подібність зовнішньої форми. Так, кафф є окрасою, яка огинаєвухо по краях, так само як і манжета (в англ. cuff) обрамляє кінцеву частину рукави сорочки. Аналогічний зразок перенесення значення – найменування "Свербіж". Цей круглий шарф без кінця схожий з сіткою для волосся, так як може накривати голову, як капюшон чи шапка.

Отже, можна дійти невтішного висновку, що великий пласт лексики перекладається шляхом калькування, транслітерації та транскрипції через брак еквівалента у мові перекладу. Згодом відбувається поповнення мови запозиченої лексикою, що, з одного боку, позитивно позначається на обсязі лексикону мови, але з іншого боку, велика кількість іноземних слів проектує непорозуміння у комунікації представників різних цільових аудиторій. З цієї причини більшість найменувань вимагає додаткового описового прийому для подальшого впровадження в активний запас язика.

2.2. Особливості перекладу термінів у галузі парфумів та косметичних засобів

Індустрія парфумерії та косметики має багатовікову історію,це виробництво знаходиться у безпосередньому зв'язку з історією людства. Людина завжди прагнула збереження і передачі природного пахощі, це, у свою чергу, сприяло появі та розвитку парфумерії. Батьківщиною парфумерного мистецтва вважається або Месопотамія, або Аравія, так звана «країна пахощів». Далі парфумерне мистецтво продовжило поширюватися до Єгипту, Греції, Риму і т.д.

Першими професійними парфумерами вважаються жерці Стародавнього Єгипту, що зберігали секрети приготування ароматичних складів, створювали різні парфуми та косметичні засоби [Classen; Irvin; Morris].

Ця індустрія має об'ємну та складну систему термінологічних одиниць. В даний час сфера парфумерії та косметичних засобів як система знань активно взаємодіє з різними галузями науки та професійної діяльності людини: біологією, хімією, фізикою, медициною, математикою, лінгвістикою та міжкультурною комунікацією, культурологією, філософією тощо.

Зібрана група термінів відноситься до періоду постмодернізму (кінець Другої Світової Війни – наші дні..), терміни даного періоду більш наочні і близькі до сучасного розуміння, здебільшогопов'язані з рекламою. Терміносистема сфери парфумерії та косметичних засобів є неоднорідною, що складається з різноманітних елементів. У косметичної та парфумерної промисловості важливу роль відіграє міжкультурна комунікація, і в цьому дослідженні особливий інтерес представляє розділ реклами, тому що в модних журналах зустрічається велика кількість контекстної реклами, так званих продавців текстів. Інформація, що надається рекламою, повинна відповідати

трьом критеріям: об'єктивність, зрозумілість та конкретність. Для реалізації рекламного тексту рекламодавець обирає певний стиль, який допомагає викликати певні емоції у споживача:

1. картинка з життя: цей стиль представляє людину, використовує продукт за умов «звичайного життя»;

2. стиль життя: «показ» продукту ситуаціях чи умовах, пов'язаних з уявленнями про життя різних соціальних груп;

3. фантазія: створення уявних ситуацій про товар;

4. настрій чи стан;

5. символи: використання графічних зображень, пов'язаних з цим продуктом;

6. технічний досвід: показує, що виробник має знання та досвід створення продукту;

7. використання наукових даних досліджень чи доказів, які підтверджують, що один бренд кращий за інших;

8. рекомендації: використання думок знаменитостей та людей, визначальних громадську думку та ін.

За нашими спостереженнями, переклад рекламних текстів у сфері парфумерних та косметичних засобів з англійської мови на українську частіше всього є вільним, часто використовуються прийоми лексико-семантичної заміни:

конкретизація: The new serum delivers double effect – Новасироваткамаєподвійнийефект». В даному випадку дієслово ширшого

значення "deliver" замінений при перекладі дієсловом з більш вузьким значенням «володіти»;

генералізація: She visits spa-saloon every weekend – «Вона відвідує спасалон кожних вихідних». У цьому прикладі використання слова з більш загальним значенням позбавляє перекладача необхідності уточнювати, суботу або неділю має на увазі автор, говорячи про «уїк-енд»; модуляція: I do not object you helping me with making-up – Я згодна, щоб ти допомогла мені зробити макіяж (причина заміна наслідком – я не заперечую, тому що я згодна). Важливу роль відіграє перекладацька коментар.

Розглядаючи досліджувані тексти вихідною мовою та знаходячи відповідний переклад, важливо правильно підібрати адекватну заміну на мову перекладу. Адекватними прийомами у разі є: описовий: Continuous Glow Daily Moisturiser – Денний зволожуючий засіб для обличчя з легким ефектом засмаги; антонімічний: Remove the Mask in fiveminutes – Не змивайте маску протягом п'яти хвилин; компенсація: TodayTomorrow Always – Трилогія кохання. Absolute – абсолю. Абсолю подібні до ефірних олій, також відомі як екстракти. Висока концентрація даного інгредієнта міститься в квітах та рослинах. Тут використовується метод транскрипції, але більш вірним способом буде описовий переклад, оскільки, знову ж таки не кожному буде знайомий даний термін.

Accord – акорд. Це суміш двох або більше ароматів, що створюють новий, зовсім інший запах. Так само як і в музиці, парфумерія маєвласні акорди ароматів. Транслітерація.Ambergris – амбра. Речовина, схожа за складом на віск, якаутворюється в травному тракті кашалотів. У парфумерії використовується як фіксатор запаху, тому високо цінується.

Калькування. Base Note – базові ноти чи шлейф. До базових нот можна віднести елементи, що випаровуються повільно. Наприклад, сантал. Калькування. Chypre – шипр. Це французьке слово відноситься до земляних, деревним і мохистим базовим нотам, з верхніми нотами цитрусу.

Транскрипція. Fougere – фужерний аромат. Ще одне французьке слово, це означає "папороть". Він має дубовий мох, кумарин і ноти лаванди і заснований на трав'янистих акордах. Gourmand (з фр.) - Хтось, ласий на солодощі, ласуня. Це сімейство ароматів, що пахнуть їстівними інгредієнтами. нотах такої туалетної води та ароматних вод входять солодощі, такі як шоколад, пралини, бавовняні цукерки, зефіри, кокоси, мед та ваніль. Описовий переклад. Leather - Сильний, димний запах, що виникає з інгредієнтів, що використовуються для засмаги шкіри-це, як правило, використовується в аромат за допомогою синтетичних хімічних речовин. Описовий. Middle Note – серцеві чи середні ноти. До середніх нот відносятьсяречовини, що випаровуються помірно. Наприклад, рожева есенція. Вонизалишаються довго і допомагають вступу базових нот, простягаючи їм шлейф з екзотичного поєднання запахів. Oriental – орієнтал. Це основна категорія парфумів, яка має солодкі ноти, такі як ваніль і бурштин, а також різкі ноти, такі як бальзамік та бензоїн. Ці аромати часто наближені до середнього Сходу. завдяки ладану. Транскрипція. Oud – уд – агарова олія, що століттями використовується для виготовлення високоякісних пахощів, що видобувається з ароматної смолисті серцевини червоні дерева. Транскрипція. Top Note – верхні ноти. До верхніх нот відносяться речовини, які дуже швидко випаровуються. Наприклад, ефірна олія лимона. Калькування. Vetiver – ветівер. Один із найбільш використовуваних у парфумерії компонентів , який використовується в більш ніж 35% всіх парфумерних композицій, де грає чільну роль. Транслітерація Soliflore – соліфлор. Це аромат, який фокусується на будь-якомуодній квітці, лілії або троянді, наприклад. Транскрипція.

Aphrodisiacs – аромати-афродизіаки. Запахи, створені з метоюзалучення протилежної статі.Blotter – блоттер – «промокашка», річ, на яку консультанти магазинах наносять аромат для проби. Транслітерація. Musk – мускус. ароматичний компонент, що виділяється залозами деяких видів тварин, який використовується в парфумерії для збільшення стійкості пахощів. Plumper - плампер - засіб, що створює короткочасний ефект збільшення обсягу губ, що триває в середньому 1-3 години. Highlighter – хайлайтер – висвітлюючий коректор для обличчя. Найчастіше при перекладі потрібно вдатися до експлікації фонових знань, які невідомі більшості представників іншої культури

При перекладі українською мовою фрази «Лімфодренаж передбачає зменшення обсягу жирової клітковини та лікування целюліту» слід враховувати, що носію українськоїмови може бути невідоме поняття лімфодренажу. Тому для досягнення адекватності перекладу можна перекласти так: «Процедура лімфодренажу, впливаючи на поперечно-смугасту мускулатуру тіла низькочастотних струмів, передбачає зменшення обсягу жирової клітковини та лікування целюліту». На синтаксичному рівні часто використовують такі прийоми, як:

1) інверсія: But acting on molecular level to prolong cell longevity,extraordinary Eternal Beauty Complex slows down the skin ageing process to helpkeep your skin looking forever young (Oriflame Eternal Beauty Line cosmetic) –«Колисвітлософітівгасне, волоссянеперестаєблищати (Pantene Pro V)»;

2) риторичнее питання: Aren't you glad you use Dial? Don't you wisheverybody did? (Dial soap) - «Продано більше 3000000. Ти вже купила свою? Відкрийте несподівані можливості ваших вій із новою тушшю False LashEffect від Max Factor! (Max Factor, туш False Lash Effect)».

3) парентеза (внесення лінгвістичного словосполучення або пропозиції в середину іншої пропозиції): Every woman should have her ownsignature fragrances - scents that embody every aspect of her – flowery, fruity,spicy, fresh or oriental (Oriflame fragrance) – «Аромат, натхненний творінням знаменитого кулінара Крістофа Мішалака – десерт Power Flower в формі квітки – спокушає нотами чорної смородини, іскристої малини та солодкої ванілі (туалетна вода Delicacy, Oriflame)». У цих випадках текст вводиться додаткова інформація "scents that embody every aspect of her" та «десерт Power Flower у формі квітки». Подвійне тире свідчить, що інформація є значущою для читача, та підкреслює експресивну функціюціїінформації.

4) прийом умовчання: Your favourite scent can take you on an emotionaljourney and transport you to your most cherished memories... (Oriflame fragrance) – «І пам'ятайте, важливо не те, скільки, а те, як ви розчісує волосся (Засіб по догляду за волоссям, Oriflame)».

Виходячи з проведеного аналізу рекламних текстів та контекстної реклами в модних журналах, можна зробити висновок, що терміносистема сфери парфумерії та косметики активно розвивається, що сприяє збільшення кількості термінологічних одиниць, що обслуговують дану сферу. Щодо вибору прийомів перекладу термінів, можна зробити вив од, що перекладач повинен відштовхуватися насамперед від того, для якої аудиторії здійснюється переклад. Один термін можна перекласти кількома методами. Наприклад, при перекладі за допомогою традиційних методів транскрипції, транслітерації, калькування без елементів, що пояснюють переклад зрозуміє лише підкований у цій сфері читач, який майже що має професійну термінологію. Описовий переклад більше всього підійде для неосвіченої групи читачів, тому що просто переклад назви їм ні про що не скаже. Ці висновки стосуються всіх аналізованих груп. Тематичний набір англомовних парфумерних такосметичних термінів неоднорідний і включає в

себе різноманітніаспекти: від назв природної та синтетичної сировини, процесів отримання продукції, професій у цій галузі до найменування одержуваних готових парфумерних та косметичних продуктів.

2.3. Особливості перекладу термінів у сфері косметологічних послуг

У сучасному суспільстві високо розвинена культура догляду за шкірою обличчя і тіла за волоссям. У зв'язку з цим на ринку косметологічних послуг за останнім часом з'явилися сотні коштів на догляд, але носіям українськоїмови не завжди зрозуміло, для чого призначені дані засоби, оскільки

Нині до термінології сфери косметології потрапило велике кількість запозичень з англійської та французької мов. Приклади цієї групи також відносяться до періоду постмодернізму, оскільки обрані найактуальніші терміни нашого часу, більш наближені до сучасного суспільства, що викликають найбільший інтерес.

Наприклад, на сьогоднішній день набули популярності наступні косметологічні терміни, запозичені з англійської мови: акрил (acryl) – суміш двох компонентів: полімеру пудри та мономерурідини. При взаємодії вони утворюють новий полімер, який твердне на повітрі. Акрил використовується для виготовлення штучних нігтів і виглядає максимально природно; ліфтінг (lift – «підйом») – косметологічні процедури, виконувані за допомогою косметичних засобів, масажу, методів апаратної косметології, естетичної хірургії з метою коригування контура обличчя та тіла, видимого поліпшення зовнішнього вигляду шкіри за допомогою посилення її механічного натягу; пілінг (to peel – «очищати, знімати шкірку, лущитися») – обробка особи та/або тіла за допомогою хімічних та абразивних речовин з метою видалення поверхневого

шару шкіри – епідермісу – для згладжування зморшок та нерівностей від вугрів; скраб (to scrub – «терти, скребти, чистити») – засіб для механічного очищення шкіри, що містить тверді частинки, які при втирання в шкіру сприяють відлущування відмерлих клітин рогового шару. Скраби омолоджують шкіру, видаляють мозолі та огрубілості шляхом механічного стирання; трансплантація (від грец. trans – «рух через щось», planta«саджанець, рослина») – оперативно-технічний прийом пересадки органу або ділянки тканини (трансплантанта) у межах одного організму або від одного організму до іншого (від донора до реципієнта) для заміщення ушкоджених або відсутніх тканин чи органів. Для цього можуть використовуватись людські, тваринні чи штучні тканини; Шугарінг (sugar «цукор») – видалення небажаного волосся за допомогою міцного розчину цукру та лимонного соку.

При перекладі косметологічних термінів перекладачеві необхідно керуватися стандартами перекладу косметологічних термінів на різні мови. Для кожного поняття та продукту косметології встановлено один стандартизований термін, обов'язковий для використання у всіх видах документації, науково-технічній, навчальній та довідковій літературі. Але дотримуватися цього правила не завжди є можливість.

Приналежність перекладу до того чи іншого типу перекладу встановлюється на основі співвідношення змісту та форми останнього з змістом та формою оригіналу. Грунтуючись на цьому, можна розмірковувати провидах перекладу: вільному, дослівному, буквальному, послівному та еквівалентному чи адекватному.

Вільним перекладом називають переклад-переклад, при якому загальний зміст оригіналу передається іншою мовою незалежно від іншої форми оригіналу.Спеціально для Вас Сансілк розробив шампунь Супер-Блиск,

збагачений ефірними оліями, який ефективно захищає та живить Ваше волосся день за днем, даруючи їм більше блиску.

У цьому випадку назва косметичного дослідницького центру The Elida Hair Institute при перекладі на українську замінюється назвою розробленого ним продукту – шампуню «Сансилк», також опускаються фрази, які деталізують дію цього продукту «yournormal, well-balancedhair» і «aunique system, to give you exceptionally shiny, strong hair». Слід відзначити незвичайний варіант перекладу дієслова to leave («залишати, залишати»), в данному прикладі перекладається українською як «захищає і живить». Як відомо, одним із додаткових значень дієслова to leave є «наводити в будь-який стан», а призначенням шампуню є не тільки очищення, але також живлення та захист волосся.

При дослівному перекладі дотримується мовна форма оригіналу, тобто. семантико-структурні характеристики мови оригіналу транспортуються в мова перекладу. Дослівний переклад часто порушує дух та граматику рідного мови, але передає зміст тексту. Головним недоліком такого перекладу вважається передача змісту тексту словами рідної мови, але у нерідній даної мови синтаксичної структури мови перекладу. Розглянемо приклади помилкових перекладів: Criodrenage Shower Gel – гель-кріодренаж для душу; Keep off eyes – «Тримайтеся геть від очей», в даному прикладі для адекватної передачі смис ла потрібен переклад на рівні пропозиції, а не на рівні слів, - "Уникайте області навколо очей"; Facial cleansing cloths. – «Особові очищувальні тканини» замість правильного: «Серветки для обличчя, що очищають».

Прикладом адекватного буквального перекладу є: ««Fold up napkin and rub it until appearance of foam» – «Складіть серветкуі потріть її до утворення піни». Прикладом транслітерації є: Onyx – Онікс; khaki – хакі. Collagen – колаген – білок, що міститься у всіх тканинах нашого організму.

Прикладом транскрибування є: Jojoba – жожоба; Creatine – Креатин. Cosmetic surgery – косметична хірургія. Це будь-яка медична операція, яка покликана покращити зовнішній вигляд людини, а не її здоров'я. Тут при перекладі використано калькування. Thalassotherapy - таласотерапія. Сукупність процедур з використанням морепродуктів, що включає масаж, прогрівання, накладання різних компресів та масок, обгортання. Калькування. Ultrasound therapy – ультразвукова терапія. Це використання високочастотних звукових коливань із лікувальною метою. Калькування.

Калькування у перекладі термінів сфери косметології вважається найпопулярнішим прийомом: Warm Brown - Теплий коричневий; Razor With Extra Blades – Бритва з додатковими лезами.

Цей прийом широко використовується при перекладі косметологічних термінів з французької: Eue de Toilette – Туалетна вода; Eue de Perfume - Запашна вода. Electrocoagulation – електрокоагуляція. Припікання тканин при допомоги електричного струму з лікувальною метою. Калькування. Restylane – рестілайн. Препарат, що використовується в контурній пластиці, який складається з гіалуронової кислоти високого ступеня очищення. Застосовується для роздавання зморшок, збільшення об'єму та корекції. форми губ. Транскрипція Cryomassage – кріомасаж. Масаж, при якому використовується рідкий азот. Калькування Hyaluronic acid – гіалуронова кислота – складова частина сполучної тканини шкіри, яка надає їй м'якості та пружності. Калькування. ionophoresis – іонофорез – вид лікування шкіри за допомогою електричного струму. калькування

Калькування також широко застосовується для перекладу англійської термінів-словосполучень: Eye Pencil – Олівець для очей; Shower Gel – Гель для душу; Nail Glue – Клей для нігтів Крім того, калькування використовується при передачі найменувань різних кольорів: Natural Beige – Природний бежевий;

Yellow Gold – Жовте золото. Калькування в певному сенсі вказує на недостатністьзасобів власної мови або небажання говорять зробити зусилля по пошуку цих коштів.

Звичайно, транслітерація, транскрибування та калькування при передачі іноземних термінів – відносно прості та легкі способи перекладу. Слід підкреслити, що завдання перекладача полягає в тому, щоб як можна точніше, адекватніше передати поняття, що існує однією мовою, засобами іншої мови – завдання більш складне та відповідальне, що забезпечує найбільш правильний та повноцінний переклад.

Також при дослідженні каталогу ASOS було помічено, що деякі терміни мають прямі відповідності в українській мові та передаються відповідними еквівалентами, наприклад: Amber – бурштиновий; Rose – рожевий; Ghost – тінь.

Як і у випадку з найменуваннями одягу та взуття, в українській мові не завжди відповідають англійському терміну, тому перекладач вдається до описового прийому: Anti-Aging Eye Cream – крем для шкіри навколо очей, що уповільнює процес старіння, Continuous Glow Daily Moisturiser – Денний зволожуючий засіб для обличчя з легким ефектом засмаги.

Подібно до прикладу з термінами slippers («тапочки») і mules («сланці»), які зараз перекладаються українською як «сліпер» і «мюлі» відповідно, слід віддавати перевагу словам українськогопоходження: підтяжка – замість ліфтингу; очищення – замість клінінгу.

Також у деяких випадках використовується антономічний прийом, коли вживають протилежний формою оборот: Remove the Mask in five minutes – Не змивайте маску протягом п'яти хвилин.

Отже, можна дійти невтішного висновку, що досягнення людини у дослідженні фізіології та біології людини дали можливість визначити типи

шкіри, структуру волосся тощо, що, у свою чергу, дозволило косметологічним компаніям розробити безліч засобів для догляду, проти старіння, для омолоджування та ін. Сфера косметичних та парфумерних засобів стала невід'ємною частиною моди - ідеальної цибулі не існує без макіяжу.

Цей процес, відповідно, зумовив необхідність номінації створених засобів та процедур. Як і за результатами параграфа 2.1. більшість термінології запозичується з англійської мови, причому в українській мові, як правило, не існує еквівалента перекладеної лексичній одиниці, тому найчастіше при перекладі термінології косметичних та парфумерних засобів використовуються спосіб калькування та описовий прийом.

Висновки

Видання модних журналів прийшли в Україну в період перебудови, ставши відгуком на потреби громадян у деполітизованій інформації. Якщо в радянській журналістиці модні видання для жінок були не настільки поширені (серед них були популярні журнали «Робітниця» та «Селянка») і ніяк не мали можливості дати відповіді навіть на частину тривожних питань через свою обмеженість у вираженні почуттів, то в нових умовах утворювалася концепція з рівнянням на Захід.

З розвитком видань fashion-напряму відбувалося становлення їх відповідної мови, власної термінології, що зумовлювало створення нової модної культури Зміни у вітчизняній fashionжурналістиці почалися з журналу «Мода і світ» (1992), назва якого впроваджувало читача у контекст світової моди. Дане видання вперше знайомило українського читача з тенденціями Європи, що, своєю чергою, ставило особняком проблему пошуку еквівалентів іноземних термінів. У західної модної традиції є, наприклад, таке поняття – «бодіфешн», яке важко перекласти українською мовою одним словом. Одним із варіантів видається «мода, пов'язана з тілом», але і він, на думку дослідників-термінологів, що вимагає пояснення.

Залучення українських читачів до західної моди повною міроювиявило себе з появою русифікованих версій журналів Cosmopolitan (1994), Harper's Bazaar (1996), Marie Claire (1997), Elle (1997) та «Vogue» (1998). Ці видання мали вікову історію розвитку закордоном, тому особливістю формування глянсових медіа в Україністала орієнтація на вже існуючий зразок.

В результаті теоретичного дослідження робіт з термінознавствами вивели основне поняття «терміну». Термін – це багатопланове та багатофункціональне поняття науки термінознавства, яке грає важливу роль наукової комунікації.

Також, ґрунтуючись на положеннях теоретичної бази дискурсу моди, ми виявили її головне поняття. Мода це єдність звичок, цінностей та смаків, встановлених у конкретній ситуації та конкретний період часу, що є двигунами виробництва.

Отже, внаслідок тричастинного дослідження особливостей перекладу термінів моди можна виділити основні принципи та підходи перекладу терміни моди. Вивчивши та проаналізувавши вищеперелічені у пункті 2.1. книги про моду та дизайн, каталоги одягу, глянцеві журнали, інтернетвидання модних журналів, методом суцільної вибірки було відібрано 150 термінів моди періоду модернізму (1900 рр. – початок Другої Світової Війни.) та постмодернізу (кінець Другої Світової Війни – наші дні).Було виявлено, що дані періоди у розвитку та становленні термінології дизайну одягу та моди характеризується наступним:

1. Різким збільшенням кількості термінодиниць порівняно з попередніми періодами, що є результатом глобалізації;

2. Появою багатокомпонентних термінологічних поєднань, у тому числі фразових, наприклад: (mannish-style wide-leg trousers – широкі штани чоловічого крою, pullover with round cut-out at shoulders – пуловер з декоративними круглими вирізами на течі, studded black leather belt – чорний шкіряний ремінь із заклепками);

3. Виникненням стяжень і абревіатур (tux – tuxedo – смокінг, db – double-breasted. – двобортний, PVC – Polyvinylchloride – полівінілхлорид);

4. Виділенням та формуванням нових тематичних груп.

Отримані дані дозволяють позначити останній період, як найбільш активний у плані поповнення англійської термінології дизайну одягу та моди.

Це пояснюється впливом стилів мистецтва, винаходом нових матеріалів, що ускладнилася системою крою, розвитком та інтернаціоналізацією моди загалом.

Було проаналізовано 85 термінів, куди входять найменування.одягу, взуття, аксесуарів, що відносяться як до періоду модернізму, так іпостмодернізму, 35 термінів сфери парфумерних та косметичних засобів,30 термінів сфери косметологічних послуг модерністського періоду.

Проаналізувавши безліч термінів, мною було зроблено висновок, що за перекладі ми часто стикалися з такими прийомами, як транслітерація, транскрибування, описовий переклад, а також калькування. Вибір перерахованих прийомів перекладу пояснюється відсутністю відповідного еквівалента в перекладній мові, тому дані методи перекладу в подібні випадки є найбільш прийнятними. Також, як показав результат проведеного мною інтернет-опитування, дуже важливою умовою при йперекладі служить вірна орієнтація на читача, тобто вибір тих чи інших мовних засобів під час перекладу.

У міру розвитку глобалізації та переходом текстів в онлайнпростір скорочується час на їх створення та на пошук еквівалентів мовою перекладу. Так як в Україні немає шкіл з підготовки fashionжурналістів, не рахуючи блогерів з Інстаграма та Живого журналу, а також відсутні поняття сфери моди, автори змушені цитувати закордонні джерела, вживаючи у текстах невідомі безеквівалентні слова: «Сукня-міді, що строїться, ідеально підійде для створення оригінальних цибулі в стилі бохо. У найближчі півроку – е то безперечний must-have, адже таке вбрання стане в нагоді як для casual-цибулин, так і для вечірніх образів».

Тому, залежно від орієнтованості видання та його цільової аудиторії подібні терміни вживаються або з описовими конструкціями, або без них, із

застосуванням калькування, транскрипції чи транслітерації. Так, в Інтернет-версії модного журналу «Elle», термін «color blocking» (у дослівному перекладі – «кольорові блоки») вживається з ремаркою: «Знімок рожево-зеленої сукні з нової колекції Dior облетів всі модні сайти, позначивши один з головних трендів сезону, що наступає color blocking, мистецтво сміливих поєднань кольорів». У свою чергу, на сайті vogue.ru, де мода є превалюючою темою, назва тренду використовується без будь-якого описового прийому: «Рюкзаки, виконані з лаконічного нейлону в техніці color blocking, подобаються нам анітрохи не менше різнокольорових варіантів - вони точно підійдуть до всього і прослужать вам багато сезонів».

Проблема запозичення іноземної термінології традиційно піднімається в процесі обговорення особливостей сучасної українськоїмови. А. Долецька на запитання В. Познера, чому вітчизняна преса змушена запозичувати англійські слова, відповіла: «Іноді замість того, щоб говорити «тенденція», простіше сказати «тренд», або, скажімо, «сорочказ коротким рукавом без комірця» - так це «топ». Я сама дуже довго воювала спочатку, але рано чи пізно лаконічність слів допомагає. Тобто, це перетворюється на якусь професійну мову, на професійну сленг, якщо хочете».

Вплив на мову fashion-журналістики надали також умови, яких відбувалося її становлення. За часів перебудови мода сприймалася як елемент красивого, далекого від реальності життя, що позначилося у мовленні, що формувалося в 90-ті роки, поряд з реакцією на стиль. офіційного викладу радянської преси Звідси з'явилися штампи, які сьогодні можна знайти практично у будь-якому тексті модної тематики: "елітна розкіш", "багатий асортимент" або "непорушна" привабливість», що підміняють, на думку дослідників, знання матеріалу.

В існуючих умовах редактори видань та перекладачі намагаються боротися зі штампами різними методами: наприклад, прописувати у статуті табуйовані слова. У редакції «Allure» існує заборона на слово "мейк-ап" - замість нього використовується слово "макіяж", інші журнали намагаються відмовлятися від визначень «кутюр'є» та «модельєр»,вводячи в контекст безсмертне «дизайнер». Редактор моди "GQ" Алла Олексіївська радить писати про моду просто, оперуючи концептуальним мисленням.

Цю думку підтримує головний редактор «Комерсант Life Style» Євген Тихонович, вважаючи, що тексти цікаві лише у випадку, коли автор «дивиться на речі трохи зверхньо і шукає причинно-наслідкові зв'язку». Індустрія моди відіграє істотну роль у впливі на суспільство, завдяки моді відбувається формування громадської думки. обставина обумовлена безпосереднім становищем індустрії моди у системі соціальних інститутів та обмеженістю доступу аудиторії до циркулюючої у ній інформації.

Доставка відомостей про те, що відбувається події, про нові колекції та тренди сезону здійснюється завдяки ЗМІ, які виступають своєрідним фільтром новинних фактів. У зв'язку з цим британський антрополог Б. Моеран називає журнали fashion-тематики. «апостолами» моди, які несуть у маси «модне слово»: за допомогою вербалізації інтерпретують, пояснюють, розшифровують, тобто безпосередньо «створюють» її смисли. Саме тому те, якою мовою сьогодні розповідається про моду, що є важливим для дослідження. Від цього залежить відношення аудиторії до культури, яка ще не зовсім щеплена українському менталітету.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бойко І.І. Англійська термінологія косметології та естетичної медицини: генеза, структура, семантика, прагматика : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2019. 20 с.
2. Бодріярд Ж. Символічний обмін і смерть. К. 2004.
3. Бурковська Л. Лінгвістичні аспекти англомовних рекламних текстів. Філологічні науки. 2014. № 18. С. 101-105.
4. Вереш М. Т. Лексико-семантичні та лінгвопрагматічні особливості німецької християнсько-богословської терміносистемі: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Львів, 2016. 213 с.
5. Дудок Р. І. Проблема значення та смислу терміна в гумантіарних науках: монографія. Львів: Видавн. центр Львів. нац. ун-ту ім. І. Франка, 2009. 358 с.
6. Зацний Ю. А. Сучасний англомовний світ і збагачення словникового складу. Львів: ПАІС, 2007. 228 с.
7. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми Вид. 5-е, випр. Вінниця : Нова Кн., 2018. 651 с.
8. Карабан В. І.Практика перекладу публіцистичних текстів (англоукраїнський та українсько-англійський напрямки) : посібник. Вінниця : Нова Кн., 2017. 366 с.
9. Кияк Т. Р. Апологія лінгвістики фахових мов. Українська термінологія і сучасність: зб. наук. Праць. Київ: КНЕУ, 2007. Вип. 7. С. 18-21.
10. Кияк Т. Р., Науменко А. М., Огуй О. Д. Перекладознавство (німецько-український напрям): підруч. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Київський нац. університет, 2009. 544 с.

11. Лещук Т. Й. Словництво і науково-технічний поступ (на основі німецько-українських лексичних порівнянь). Львів: Просвіта, 1994. Кн. 4: Проблема фахової лексики. 220 с.
12. Ліпінська А. В. Науково-технічна термінологія: навч. посіб. для дистанційного навчання. Київ: Університет «Україна», 2007. 219 с.
13. Міщенко А. Л. Лінгвістика фахових мов та сучасна модель науковотехнічного перекладу: монографія. Вінниця: Нова Книга, 2013. 448 с.
14. Павлюк І. Б. Фахова мова фітнесу (на матеріалі англомовних лексикографічних джерел та спеціальних текстів): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Львів, 2016. 20 с.
15. Панько Т. І., Кочан І. М., Мацюк Г. П. Українське термінознавство: підручник. Львів: Світ, 1994. 216 с.
16. Пилипенко Р. Є. Інституційний комунікативний простір Німеччини (фахова мова економіки): автореф. дис. ... д-ра. філол. наук: 10.02.04. Київ, 2007. 40 с.
17. Прикладне термінознавство / за ред. В. В. Дубичинського, Л. А. Васенко. Харків: НТУ «ХПІ», 2003. 146 с.
18. Прима В. В. Функціонування термінологічного поля «туризм» в англомовних путівниках. Записки з романо-германської філології. 2016. Вип. 1. С. 147-152.
19. Прима В. В. Функціонування термінологічного поля «туризм» в англомовних путівниках. Записки з романо-германської філології. 2016. Вип. 1. С. 147-152.
20. Проблеми української термінології. 2010. № 675. С. 83-86.
21. Саламаха М. Я. Англомовна терміносистема охорони довкілля: структура, семантика, прагматика: дис. канд. філол. наук: 10.02.04. Львів, 2016. 239 с. 53
22. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля-К, 2006. 716 с.

23. Симоненко Л. О. Термін у загальномовному словнику. Українська лексикографія в загальнослов'янському контексті. Київ: Ін-т української мови НАНУ, 2011. С. 308-314.

24. Синьо В. В. Лінгвістичні особливості німецької фахової мови лісівництва: дис. ... канд. філ. наук: 10.02.04. Ужгород, 2007. 223 с.

25. Скороходько Е. Ф. Термін у науковому тексті (до створення терміноцентричної теорії наукового дискурсу): монографія. Київ: Логос, 2006. 100 с.

26. Скороходько Э. Ф. Вопросы теории английского словообразования и ее применение к машинному переводу. Киев: Изд-во КГУ,1969. 116 с.

27. Сосюр Ф. де. Курс загальної лінгвістики. Київ, 1998. С. 129.

28. Сучасний словник іншомовних слів: близько 20 тис. слів і словосполучень / уклали: О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк. Київ: Довіра, 2006. 789 с.

29. Федчишин С. Естетика Гегеля. https://vpered.wordpress.com/2020/09/07/fedchyshyn-hegel/

30. Classen C. Arom: The Cultural History of Smell / C. Classen, D. Howes, A. Synnot. London ; NewYork : Routledge, 1994. 256 p. 54

31. Irvin S. Perfume, the Creation and Allure of Classic Fragrances / S. Irvin. - London: Haldane Mason Ltd, 1995. 144 p.

32. Kant I. Anthropology, History, and Education. Cambridge University Press, 2007. 614 p.

33. Morris E. Fragrance: The Story of Perfume from Cleopatra to Chanel / E. Morris. S.I.: Dover Publications, 2002. 320 p.

34. Morris M. The Internet as mass medium. Journal of Computer Mediated Communication. 1996. Winter. 46 p.

35. Tuominen Pirjo (päätoim.) (2010). *Lotat: Suomen naisten suuri tarina*. Helsinki: Tammi.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ:

36. Products Makeup Artists Swear By (But You've Never Heard of). URL: https://www.youbeauty.com/beauty/13-products-makeup-artists-swearby/#slide1 (дата звернення 21.11.2022).
37. Makeup Tips You Have To Know. URL: https://www.stylecraze.com/articles/101-make-up-tips-and-tricks/#gref (дата звернення 8.12.2022).
38. Game-Changing Makeup Ideas for 2019, According to a Celebrity Makeup Artist. URL: https://www.vogue.com/article/bold-makeup-ideas-to-try-thisyear-patrick-ta-eyeliner-lipstick-lip-gloss-gigi-hadid-chrissy-teigen (дата звернення 21.10.2022).
39. Lancome Color Design Matte Lip Crayon. URL: https://www.influenster.com/reviews/lancome-color-design-matte-lip-crayon (дата звернення 18.10.2022).
40. MAC. URL: https://www.maccosmetics.com (дата звернення 14.09.2022). 56.Allure URL: https://www.allure.com/beauty
41. Bebeautiful URL: https://www.bebeautiful.in/
42. Closeronline URL: https://closeronline.co.uk/beauty/
43. Cosmopolitan URL: https://www.cosmopolitan.com/beauty
44. Elle URL: https://www.elle.com/beauty/
45. Glamour URL: https://www.glamour.com/lipstick
46. Marieclaire URL: https://www.marieclaire.com/beauty/ 55
47. Nylon URL: https://nylon.com/beauty/ 64.Vogue URL: https://www.vogue.com/beauty

ПЕРЕЛІК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

48. Словник української мови: в 11 тт. / редкол.: І. К. Білодід (голова) та ін. Київ: Наукова думка, 1970-1980. Т. 1-11.

49. Сучасний словник іншомовних слів: близько 20 тис. слів і словосполучень / уклали: О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк. Київ: Довіра, 2006. 789 с.

50. Macmillan English Dictionary. URL: www.macmillandictionaries.com. (дата звернення 6.02.2022).

51. Michalun M. V., DiNardo J. C. Skin Care and Cosmetic Ingredients Dictionary. 4th Edition. NY: Cengage Learning, 2014. 399 p. URL: https://books.google.com.ua/books?id=AePNAgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=uk#v=onepage&q&f=false (дата звернення 11.03.2022).

52. Michalun N., Michalun M. V. Milady's Skin Care and Cosmetic Ingredients Dictionary. 1st Edition. NY: Cengage Learning, 2009.

53. Milady's Illustrated Cosmetology Dictionary / edited by Shelley Heavilin. Second Edition. New York, 2002.

54. Winter R. A Consumer's Dictionary of Cosmetic Ingredients: Complete Information about the Harmful and Desirable Ingredients Found in Cosmetics and Cosmeceuticals. 7th Edition. New York: Three Rivers Press, 2009.