

Ім'я користувача:
Наталія Рябокiнь Полтава

ID перевірки:
1013706547

Дата перевірки:
29.01.2023 11:50:33 EET

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
29.01.2023 12:23:31 EET

ID користувача:
100006299

Назва документа: маг Меньков Б

Кількість сторінок: 42 Кількість слів: 9320 Кількість символів: 71828 Розмір файлу: 80.03 KB ID файлу: 1013463576

0.5% Схожість

Найбільша схожість: 0.42% з джерелом з Бібліотеки (ID файлу: 1010150182)

0.09% Джерела з Інтернету

1

Сторінка 44

0.42% Джерела з Бібліотеки

1

Сторінка 44

2.04% Цитат

Цитати

10

Сторінка 45

Не знайдено жодних посилань

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

24

Розділ 1. Основні поняття та концепції дослідження термінів у

мові 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 потреби людини, 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 теплового 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 відмінності між 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 виділитись. 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 відрізнитиметься 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 і є організаторами культурних зрушень. Але вони можуть втратити власне 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 виробництві не буде стимулу рухатися вперед, якщо люди будуть використовувати рід доти, доки рід 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 її 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 "**Fashion** 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 Є.Б. Нешина, 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 [Нешина 2007: 54].

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.ru>].

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 Т. Морю Англії [Джексон 2011:19]. Автори говорили про так званих сumpтуарних 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 1966: 489].

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 [Веблен 2011: 113-120]. 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 та стала 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, політику, спорт тощо. [Грішаєва 2008: 51].»

Теорія колективного вибору соціолога Г. Блумера 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 відрізнятись, а дія механізму «колективного вибору» як одного з видів колективного поведінки, що відрізняється спонтаністю та відсутністю ідеології [Блумер 1969: 99].

Тракування 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 естетичного 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 навіть може суперечити йому [Кант 1966: 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 1968: 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. Бодрійяра, який розуміє моду як знакову систему: «З переходом від кустарного виробництва **одиночних екземплярів до масової промисловості, від обмеженого числа знаків до масової їхньої циркуляції настає смерть обов'язкового класового, станового чи кастового знака.**

Тепер він доступний у використанні представнику будь-якої групи»[Бодрійяр 2000: 114]. Отже, традиційні коди втрачають своєзначення: речі, що увійшли в моду в постмасовий період, перестють 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 ХХ ст і до нашого часу феномен моди сприймається в концепції "колективного вибору". Можна відзначити, що інтерес до феномену моди народився межі ХІХ-ХХ ст. і особливо актуальним на сьогоднішній день.

Сучасні соціологи моди пов'язують цей феномен із різними ідентичностями – гендерними, віковими, етнічними тощо. Крім іншого, в сучасності мода стала розумітися як ідеологія, поживлення якій сприяли глянцеви 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 ХХІ 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-якої науки на сучасному етапі неможливо без термінів та термінології.

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

Різні аспекти, пов'язані зі спеціальною лексикою, термінологічними системами, які були об'єктом дослідження багатьох відомих лінгвістів. Серед них можна назвати такі імена, як В.В.Виноградов, Г.О.Винокур, А.А.Реформатський, В.А.Татарінов, Д.С.Лотте, В.М.Лейчик, В.П.Даниленко, Т.Л.Кандеакі, Л.Л.Кутіна, Г.П.Мельников, М.А.Макарченко, О.Д.Митрофанова та багато інших.

Цікавим є той факт, що сам термін «термінологія» ілюстрацією необхідності впорядкування спеціальної лексики. Донедавна часу, як вказує професор С.В.Грінев, він означав три різних поняття: «система термінів певної галузі знання», «вся сукупність термінів мови» та «наука, що вивчає термини» [Гриньов 1993: 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 1995: 78] використовується у всіх трьох значеннях, незважаючи на той факт, що в англійською існує еквівалент українського терміна «термінознавство» ~ "science of terminology".

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

Термінологічна лексика або термінолексика (як було згадано вище) є одним з основних шляхів поповнення словникового складу мови. 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 загальноживаного 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.І.Татарінова, 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» [Лотте 1961: 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 2006: 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» [Реформатський 1999: 378].

Слідом за Д.С.Лотте, В.М.Лейчиком, А.А.Реформатським 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. [Лотте 1961: 98]

При впорядкуванні термінології вищезазначені вимоги є пріоритетними. Предметного фахівця у терміні цікавить переважно 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. Є.В. Павлова та Т.Г. Лаптева [Лаптева, Павлова 2014: 36-38] пропонують п'ять етапів термінознавчих досліджень:

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

2. Другий етап (30-60-ті рр. ХХ ст.) - Період розробки основних положень теорії терміна У цей період закладаються теоретичні основи термінознавства Роботи в галузі вивчення термінологій ведуться такими вченими як Д.С. Лотте, Е.К. Дрезен, Г.О. Винокур, А.А. Реформатська;

3. Третій етап (кінець 60-х – початок 80-х рр. ХХ 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.Л. Налепіна, Л.Б Ткачової, К.А. Авербуха та ін;

4. Четвертий етап (80-ті рр. ХХ 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 [Анісімова 2010: 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 [Капанадзе 1965:79].

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 ХХ ст. по теперішній час має місце в наукових розробках з упорядкування термінології проблема багатозначності 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 ХХ ст., і пов'язана з ім'ям австрійського лінгвіста Ойгена

Вюстера [Wuster 1931:431], 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 перевагу 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 2006: 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» [Борисова 2008: 31]. У наступному параграфі вивчення термінів буде продовжено з погляду перекладознавства, будуть розглянуто 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. Серед вітчизняних науковців проблематикою поділу наук на гуманітарні та технічні займаються М.Б. Бахтін, Д.С. Лихачов, М.А. Розов. У 1997 році Розов писав, що традиція поділу наук існує через методологічні проблеми гуманітарного характеру [Троянд 1986: 55].

Спираючись на перелічені положення, термінологію гуманітарних наук можна розглядати всю цілком, оскільки, з погляду методології перекладу термінів цих наукових дисциплін, загальні для них критерії перевершують приватні. Це означає, що можна аналізувати гуманітарну область знання загалом, виявляючи притаманні їй 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 нього створюється 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 [Комісарів 2001: 146]. Серед найчастіших способів перекладу термінологічних новоутворень дослідники відзначають калькування, транслітерацію, функціональну заміну, і навіть їх комбінації.

За Л.С. Бархударову калькування «полягає у передачі безеквівалентної лексики вихідної мови за допомогою заміни її складових частин – морфем чи слів (у разі стійких словосполучень) їх прямими лексичними відповідностями у мові перекладу» [Бархударов 1975: 99]. Крапку зору Л.С. Бархударова підтримує Т.А. Казакова, яка характеризує калькування як «відтворення комбінаторного складу слова або словосполучення, коли складові слова (морфеми) або фрази (лексеми) перекладаються відповідними елементами мови, що перекладає.» [Казакова 2001: 88].

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 смислових груп, таких як: men of goodwill – «люди доброї волі», the line of least resistance - "лінія найменшого опору" і т.д. [Рецкер 1982:32].

Існують приклади калькування різних англійських слів, яких видно, що створення нового слова відбувається в результаті копіювання структури вихідної лексичної одиниці: superpower – "наддержава"; mass culture - "масова культура"; green revolution – "Зелена революція". У багатьох випадках використання калькування супроводжується 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. Т.А. Казакова перераховує наступні трансформації: зміна падежних форм, кількості слів у словосполученні, порядку слів, морфологічного чи синтаксичного статусу слів тощо. [Козакова 2001: 88]. 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 українськими іменниками: *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 прийом використовується 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 вузьким 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 сильні відмінності фонетичної та графічної структури різних мов, і сам процес транслітерації та транскрипції мовної одиниці дуже умовний.

Відомо, що при розгляді окремих мовних пар потрібні індивідуальні 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, включаючи допоміжні 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, сферах діяльності 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 професійним колам. Ось невеликий тест, наскільки добре ми знаємо наступні терміни: складка Ватто, егрет, нансук, зонтик, пластрон, саронг [Долгова 2014: 36].

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 взятє 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 російську. 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 ХХ 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 нових понять;
- 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 *pułon* швидко поширитися в багато розвинених мов світу завдяки широкому використанню 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, престижними словами. 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 латинськими літерами, 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 українській мові. 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 1998: 62-63]. Причому в європейських країнах, Іспанії, наприклад, не шанували бікіні та британці. Внаслідок цього термін вперше був зафіксований у словнику Webster лише у 1970 році [Webster 1970: 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 сьогоденній момент у цих процесах задіяні майже всі сфери людської діяльності в тій чи іншій 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 можнаказати 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 2006: 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 не 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 глянцевого журналу та книги про моду) та спеціальних понять. Колшанський, наприклад, вважає, що при перекладі дуже важливий контекст: переклад, у цьому у випадку, як «спосіб зіставлення семантичних систем мов або як системи координат адекватних смислових відповідностей різних мов» [Колшанський 1980:112]. 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 накладенні один на одного лексичних одиниць вони можуть збігатися лише в кількох значеннях, а не в повному обсязі значень, тому що мови мають специфічною полісемією. При розбіжності семантичних полів двох лексичних одиниць, відповідно, слідує невідповідності і в семантичній 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 сфері індустрії моди XX-XXI ст.)

2.1. Особливості перекладу термінів у сфері виробництва модної 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, громіздкого 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 85 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 «wgar», 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 такий переклад вважатиметься некоректним, оскільки «bralette» означає, швидше, топбез філіжанок. Мода на цей предмет одягу прийшла завдяки бренду [Victoria's Secret](#) після 70х років.

Також не рекомендується при перекладі подібних найменувань використовувати спосіб калькування, оскільки незначне 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 ХХ 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 якої 1908р. Розквітом продажу взуття бренду Converse 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 популярності на 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-ті були 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.

cyclimg 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 Леваєм Штраусом 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 у 1970-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 використанні. 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 глибокими 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 британській 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, стилу одягу в якому наголошується на зручність і самовираження на противагу представницькості та уніформності. 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 глянцевого журналі, 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 української мови назви брендів: "найки" (Nike), "конверси" (Converse), "ванси" (Vans), "беленси" (Newbalance), "лубутени" (ChristianLouboutin), "уггі" (UGG), "Тімби", "Тімберленд" (TheTimberlandCompany) іт.п.

Уданих на прикладах використано кілька прийомів перекладу, такі як транскрипція та транслітерація у комбінації з калькуванням.

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 низької широким підборі, moccasin – мокасини, взуття північноамериканських 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, може мати закритий або відкритий носок, oxford – оксфорди, класичні строгі черевики з м'якої шкіри на широкому низькому каблуці, thongs – тонги, літнє взуття без п'яти, wellington - велінгтоні іт.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 - "підшва", rubber thongs - "гумові сланці". Раніше слова slippers та mules перекладалися українською мовою як «тапочки» і «шльопанці» відповідно, але сьогодні, як у епоху 70 гг. ХХ ст., модно вживати у мові запозичені слова: «шужи» (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 підшву 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 лексиною, що, з одного боку, позитивно позначається на обсязі лексику мови, але з іншого боку, велика кількість іноземних слів проєктує 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 сфері парфумерії 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 1994: 256], [Irvin 1995: 144], [Morris 2002: 320].

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, здебільшого пов'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. настрої 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 donotobjectyouhelpingmewithmaking-up – Язгодна,щоб ти допомогла мені зробити макіяж (причина заміна наслідком – я незаперечую, 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:

ContinuousGlowDailyMoisturiser –

Денне зволожуючий засіб для обличчя з легким ефектом засмаги; антонімічний:

Remove the Mask in five minutes –

Незмивайте маску протягом п'ятихвилин; компенсація: Today Tomorrow 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 має власні акорди ароматів. Транслітерація. Ambergris – амбра. Речовина, схожа за складом на віск, яку утворюється 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, деревних 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 відносяться речовини, що випаровуються помірно. Наприклад, рожева

есенція. Вони залишаються 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 пахоців, що видобувається з ароматної смолисті серцевини червоного 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-якому одній квітці, лілії або троянді, наприклад. Транскрипція. Aphrodisiacs – аромати-афродизіаки. Запахи, створені з метою залучення 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 пахоців. Plumper – плампер – засіб, що створює короточасний 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 врахувати, що носію української мови 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 help keep your skin looking forever young (Oriflame Eternal Beauty Line cosmetic) – «Коли світло софітів гасне, волосся не перестає блищати (Pantene Pro V)»;

2) риторичне питання: Aren't you glad you use Dial? Don't you wish everybody did? (Dial soap) - «Продано більше 3000000. Ти вже купила свою? Відкрийте несподівані можливості ваших вій із новою тушшю False Lash Effect 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 own signature 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 функцію цієї інформації.

4) прийом умовчання: Your favourite scent can take you on an emotional journey and transport you to your most cherished memories... (Oriflame fragrance) – «І пам'ятайте, важливо не те, скільки, а те, як ви розчісуєте 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 збільшенню 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 англословних парфумерних та косметичних 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.

Схожість

Джерела з Інтернету

1

2 [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B5%D1%80%D0%BC%D1%83%D0%B4%D0%B8_\(%D0%BE%D0%B4%D1%8F%D0%B3\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B5%D1%80%D0%BC%D1%83%D0%B4%D0%B8_(%D0%BE%D0%B4%D1%8F%D0%B3)) 0.09%

Джерела з Бібліотеки

1

1 Студентська робота ID файлу: 1010150182 Навчальний заклад: Open International University of Human Deve... 0.42%

Цитати

Цитати

10

- 1 Knickers – жіночі трусики (Британський варіант), вперше термін використаний у 1924 році.
- 2 Don't you wisheverybody did? (Dial soap) - «Продано більше 3000000.
- 3 «маючи змоги наздогнати влади, багатством, зазнаючи поразки у полюванні за славою, може гнатися за модою»
- 4 «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 »
- 5 «З переходом від кустарного виробництва одиничних екземплярів до масової промисловості, від обмеженого числа знаків до масової їхньої циркуляції настає смерть обов'язкового класового, станового чи кастового знака. Тепер він доступний у використанні представнику будь-якої групи»
- 6 «система термінів певної галузі знання»
- 7 «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»
- 8 «переклад-калька зазвичай застосовується при передачі значення складних слів і термінів словосполучень»
- 9 «вибір мови-джерела запозичень обумовлений реальною історичною практикою»
- 10 «Процедура лімфодренажу, впливаючи на поперечно- смугасту мускулатуру тіла низькочастотних струмів, передбачає зменшення обсягу жирової клітковини та лікування целюліту»