

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра теорії і практики перекладу з англійської мови

**АНГЛОМОВНА ТА УКРАЇНОМОВНА ТЕРМІНОЛОГІЯ СФЕРИ МОДИ:
ОСОБЛИВОСТІ ТА ТРУДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ**

Кваліфікаційна робота

На здобуття ОС «бакалавр»

студентки IV курсу

галузь знань 03 «Гуманітарні науки»,

спеціальності 035 «Філологія»,

спеціалізації 035.041 «Германські мови та

літератури (переклад включно), перша –

англійська)»,

ОПП «Переклад з англійської та другої

західноєвропейської мови»

Анастасії ЯРМОЛКИ

Науковий керівник:

к.філол.н., асистент кафедри

теорії і практики перекладу з англійської

мови

Олена ПІДГРУШНА

«Допущено до захисту»

Протокол № 10 кафедри

теорії і практики перекладу з англійської мови

ННІФ від 30.05.2023

Завідувач кафедри _____ **Людмила СЛАВОВА**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПЕРЕКЛАДУ ТЕРМІНОЛОГІЇ СФЕРИ МОДИ.....	7
1.1. Актуальні питання на межі термінознавства й перекладознавства	7
1.1.1. Основні поняття термінознавства.....	7
1.1.2. Вивчення термінологічної системи у перекладознавчому аспекті.....	10
1.2. Галузева термінологія моди: особливості творення й функціонування.....	12
1.2.1. Короткий огляд екстралінгвістичних факторів термінології моди	12
1.2.2. Формування, класифікація, способи творення термінології сфери моди.	14
1.3. Мовні й позамовні труднощі перекладу термінів царини моди.....	19
1.3.1. Підходи до відтворення іншомовних термінів	19
1.3.2. Загальні проблеми перекладу термінів.....	23
Висновки до розділу 1.....	27
РОЗДІЛ 2. АНГЛОМОВНА ТЕРМІНОЛОГІЯ ІНДУСТРІЇ МОДИ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ.....	29
2.1. Роль контексту в перекладі термінології сфери моди.....	29
2.2. Проблеми перекладу лексики сфери моди та шляхи їх вирішення	35
2.2.1. Переклад складних термінів	35
2.2.2. Переклад метафоричних термінів модної тематики	36
2.2.3. Відтворення власних назв	39
2.2.4. Особливості перекладу кольоролексики	42
2.2.5. Переклад сленгу, ідіом та висловів модної індустрії.....	45
2.3. Застосування технологій штучного інтелекту в перекладі термінології.....	48
Висновки до розділу 2.....	52
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	53
SUMMARY	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59

ВСТУП

Протягом всієї історії мода так чи інакше була присутня в житті людей, підтвердженням чого є той факт, що лексика на позначення одягу та взуття належить до одного з найстаріших пластів словникового складу багатьох мов. ХХ-те століття демократизувало моду і перетворило її на глобальне явище. Це пояснює відносно невелику кількість досліджень, присвячених цій сфері, оскільки інтерес до моди і з боку науковців, і з боку пересічної особи почав стрімко зростати лише кілька десятиліть тому. Мода як соціокультурне явище відіграє значну роль в сьогоденні, адже це засіб самовираження, репрезентації культурної ідентичності, рушій економіки, соціального впливу та змін. Серед численних визначень терміну «мода» найпоширеніше звучить так: нетривале панування певного смаку в певній сфері життя чи культури. Динамічність та швидкоплинність спричиняє появу нових понять, внаслідок чого термінологічна система модної індустрії постійно розширюється. Поміж інших постає і питання відтворення термінології моди в перекладі, особливо актуальне для мовної пари англійська-українська. Серед величезного світового доробку модної тематики, виконаного переважно англійською, мовою глобалізації, українською перекладено його мізерний відсоток, попри значне зацікавлення української аудиторії та той факт, що індустрія моди – це багатомільярдний сектор економіки, що невпинно розвивається та охоплює широкий спектр залучених суб'єктів та об'єктів. **Актуальність** цієї роботи зумовлена потребою узагальнення ефективних стратегій перекладу термінології та випрацювання україномовного термінологічного апарату модної галузі, що сприятиме культурному, мовному та професійному розвитку.

Об'єктом дослідження виступає термінологія сфери моди англійської та української мов. **Предметом** дослідження є способи перекладу термінології сфери моди з англійської мови українською.

Метою роботи є дослідження англомовної та україномовної термінології сфери моди у зіставному аспекті, особливостей її перекладу. Мета дослідження передбачає вирішення наступних **завдань**:

- 1) дослідити основні поняття термінознавства та визначити зв'язок між термінознавством та перекладознавством;
- 2) охарактеризувати поняття модного дискурсу та з'ясувати вплив екстралінгвістичних факторів термінології моди на переклад термінів;
- 3) проаналізувати формування, класифікацію, способи творення термінології царини моди;
- 4) описати присутність окремих проблем перекладу термінів модної індустрії та запропонувати способи їх вирішення;
- 5) окреслити підходи до відтворення іншомовних лексичних одиниць;
- 6) обґрунтувати застосування певних стратегій перекладу залежно від комунікативної ситуації та лексико-тематичної групи, що застосовуються в книгах публіцистичного стилю та документальних фільмах.

Враховуючи мету роботи, поставленні завдання, об'єкт та предмет дослідження, з-поміж основних **наукових методів** можна виділити аналіз і синтез при осмисленні та узагальненні положень із теоретичних джерел, метод суцільної вибірки для виокремлення термінологічних одиниць моди із текстів та кінотекстів, зіставний метод для порівняння окремих лексичних одиниць англійської й української, метод контекстуального аналізу, в процесі якого здійснювалося дослідження впливу ситуативно-мовленнєвого та етнокультурного контексту на вибір лексичних одиниць в оригіналі та перекладі, а також метод перекладацького експерименту.

Матеріалом дослідження послужили фахові лексичні одиниці вибрані із таких англомовних джерел та їхніх перекладів, як книги “Clothes... and other things that matter: A beguiling and revealing memoir from the former Editor of British Vogue”

Александри Шульман («Одяг... та інші важливі речі», пер. С. Брегман, О. Журавльова, Ю. Клішина, В. Колодій, Г. Пехник), “Dress your best life: how to use fashion psychology to take your look – and your life – to the next level” Донн Керен («Твій щасливий одяг. Як психологія моди допоможе покращити стиль і життя», пер. Марія Конова), “Watchinh the English: the hidden rules of English behaviour” Кейт Фокс («Спостерігаючи за англійцями», пер. Марта Госовська), а також документальні фільми “McQueen”, 2018 року від Misfits Entertainment («Александр МакКвін», переклад багатоголосий закадровий) та “Westwood: Punk, Icon, Activist”, 2018 року від Finished Films («Вествуд: Панк, ікона, активістка», переклад багатоголосий закадровий). Загальний обсяг опрацьованого матеріалу складає 1184 с. тексту та 194 хв. відео.

Наукова новизна роботи полягає у комплексному аналізі термінології сфери моди, виокремленні окремих груп термінів, що можуть викликати перекладацькі труднощі, детальному дослідженні тактик перекладу термінів в межах таких груп, а також проведенні практичного експерименту, в процесі якого було перевірено здатність технологій штучного інтелекту, зокрема чат-боту «ChatGPT», створювати адекватні україномовні відповідники та перспективи його використання в галузі перекладу.

Теоретична цінність дослідження полягає в тому, що результати дослідження поглиблюють засади часткової теорії перекладу, зокрема в терміносистемі визначеної тематики. **Практичне значення** полягає в можливості використання напрацювань, результатів та висновків роботи у процесі перекладу матеріалів модної індустрії, викладання перекладу або інших філологічних предметів, а також робота може стати основою для подальшого вивчення цієї або подібної теми.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження були представлені на VII Всеукраїнських наукових читаннях за участю молодих вчених

«Філологія ХХІ століття: нові дослідження і перспективи» (6-7 квітня 2023 року, ННІФ КНУ ім. Тараса Шевченка, Київ, Україна) та відображені у 1 публікації: Ярмолка А., Підгрушна О.Г. До проблеми перекладу термінології індустрії моди українською мовою: транскодування vs. еквівалент. Матеріали VII Всеукраїнських наукових читань за участю молодих учених «Філологія ХХІ століття: нові дослідження і перспективи». Київ, 2023. С. 173-174.

Структура роботи відповідає вимогам та складається зі вступу, двох розділів, висновків до розділів та загальних висновків, списку використаних джерел. У першому розділі розглядаються інтра- та екстралінгвістичні фактори термінології сфери моди і теоретичні основи її перекладу українською мовою. Другий розділ присвячено аналізу тактик та стратегій перекладу окремих груп термінів, що оснований на конкретних прикладах. У висновках узагальнено та сформульовано основні наукові результати проведеного дослідження. Список використаної літератури налічує 52 позиції.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПЕРЕКЛАДУ ТЕРМІНОЛОГІЇ СФЕРИ МОДИ

1.1. Актуальні питання на межі термінознавства й перекладознавства

1.1.1. Основні поняття термінознавства

Лексика будь-якої мови поділяється на загальноживану і спеціальну. Обидві без винятку надзвичайно важливі, тому і потребують детального вивчення, на що і націлена ця робота. Проте, ми зосередимося головним чином на одній із складових спеціальної лексики – термінологічній.

Термінологічний склад мови – невід’ємний елемент не тільки наукової сфери, а й життя людини загалом. Він дає можливість виражати складні, багатогранні, масштабні концепти за допомогою кількох слів, а частіше лишень одного. Термінологія втілює результати теоретико-пізнавальної діяльності людини і слугує інструментом наукового мислення [7, ст. 36]. Користуючись термінами, люди краще та точніше розміють світ, що їх оточує, чіткіше та виразніше формулюють думки. Тут доречно згадати вислів І. Франка: «Чим ясніше і докладніше репродукуються ідеї в людській душі, тим ясніше мислення» [31, ст. 7].

Терміни – рушій наукового прогресу країни, а тому потребують постійного вивчення та вдосконалення. Існує наука, яка займається вивченням термінів та терміносистем під назвою термінознавство. Термін є об’єктом термінознавства, тож саме слушно розглянути його сутність. Академічний тлумачний словник української мови дає два визначення слову «термін»:

- 1) слово або словосполучення, що означає чітко окреслене спеціальне поняття якої-небудь галузі науки, техніки, мистецтва, суспільного життя тощо;
- 2) будь-яке слово, будь-який вислів.

В онлайн-енциклопедії «Вікіпедія» знаходимо таке визначення: термін – це слово або словосполучення, що означає чітко окреслене спеціальне поняття якої-небудь галузі науки, техніки, мистецтва, суспільного життя тощо, і вступає в системні зв'язки з іншими словами та словосполученнями даної галузі. О. Понамрів визначає термін як одиницю історично сформованої термінологічної системи, що визначає поняття та його місце в системі інших понять, виражається словом або словосполученням, служить для спілкування людей, пов'язаних єдністю спеціалізації, належить до словникового складу мови й підпорядковується її законам [24, ст. 91]. У термінологічних дослідженнях пишуть, що «терміни визначаються як номінанти системи понять (реалій) науки, техніки, офіційної мови та їх відображення у виробництві, суспільному житті чи їх окремих сферах; причому кожний термін в конкретній галузі має суспільно усвідомлене значення» [14, с. 15]. М. Зарицький пише, що термін є ідеалізованою знаковою моделлю певного об'єкта дійсності [7, ст. 37].

Беручи до уваги всі ці трактування, а також праці інших науковців, можна виділити *ознаки* терміна:

- 1) є елементом певної терміносистеми певної галузі знань;
- 2) має чітку дефініцію, що робить його однозначним;
- 3) не залежить від контексту;
- 4) не має синонімів;
- 5) йому не властива емоційність чи експресивність, він є стилістично нейтральним;
- 6) повинен відповідати мовним нормам;
- 7) має бути стислим, лаконічним та милозвучним.

Щодо останньої ознаки, то переважна більшість термінів їй відповідають, проте як показує практика та і за словами науковців, це скоріше бажане мірило, адже відомо, що терміном може бути не тільки одне слово, а й словосполучення з двох, трьох а то і більше компонентів.

Кожен термін має *дефініцію*, логічний прийом, що у стислій формі виражає зміст наукового поняття [7, ст. 38]. Зважаючи на вищевикладане у цій роботі, можемо вивести власне визначення: термін – словесне позначення певного поняття в спеціалізованій галузі, що має чітку дефініцію та є частиною певної термінологічної системи.

Важливим елементом термінознавства є термінотворчий процес. М. Зарицький поділяє його на чотири етапи: сфера функціонування, сфера фіксації, уніфікація термінів та стандартизація [7, ст. 39]. На першому етапі назви понять тільки з'являються. Часто їх називають протермінами, і вживаються вони лише в усному мовленні. На другому етапі протерміни тестують та відбирають, потроху вводячи в письмові видання. Третій етап, уніфікація – це упорядкування термінологій різних галузей науки, техніки, економічного та культурного життя і всередині терміносистем відповідно до понять, ними позначуваними, і на міжгалузевому рівні [23, ст. 126]. Під час цього етапу укладають словники, фахівці проводять відбір, термінологічний реєстр зужується. Унаслідок цього відбору терміни набувають рекомендаційного статусу, утверджуючись у вжитку Четвертий етап, стандартизація, відбувається за участю працівника Держстандарту, адже в Держстандарті України розроблено Концепцію державних систем стандартизації. У липні 1992 року було створено Технічний комітет стандартизації науково-технічної термінології [32, ст. 33]. Загалом, стандартизація – це «вироблення терміна-еталона, який би відповідав усім лінгвістичним та логічним вимогам, що висувалися до терміна, і використовувався б у межах певної терміносистеми та на міжгалузевому рівні» [23, ст. 126].

Можна виділити три основні шляхи творення термінів: присвоєння певного значення вже існуючому в мові слову, виникнення неологізмів, запозичення. Часто ці процеси неможливі без взаємодії з іноземними мовами. Ми живемо у світі, де глобалізація у всіх сферах суспільної діяльності набирає шалених обертів. А мова, якою вона в основному послуговується – англійська, найпоширеніша мова на землі.

Кількість носіїв англійської, для яких вона не є рідною, нині перевищує кількість її носіїв [36]. Левова частка термінів з'являється в мові саме внаслідок глобалізації. Тому, не дивно, що і неологізми часто утворюються шляхом калькування з англійської, і значна кількість запозичених слів приходить до нас теж з англійської. В такому разі якісний термінотворчий процес вимагає участі фахівця, мовного посередника між англійською та українською мовами. Сьогодні нерідко трапляється, що саме перекладачі формують терміносистеми.

1.1.2. Вивчення термінологічної системи у перекладознавчому аспекті

П. Ньюмарк вважав, що «перекладач, мабуть, частіше, ніж будь-який інший фахівець, має постійно робити вибір» [41, ст. 6] (*Переклад наш – Ярмолка А.І.*). Йдеться про вибір точних та відповідних лексичних одиниць. Для цього перекладач повинен розумітися на термінології, яку використовує. А щоб було з чого вибирати, перекладознавство мусить взаємодіяти з термінознавством. Мовознавці зазначають, що серед головних проблем, які стоять перед термінознавцями в Україні, серед інших слід зазначити і проблему перекладу термінів [2, ст. 14]. Можемо зробити висновок, що ці науки тісно пов'язані.

Будь-який текст містить хоча б мінімальний відсоток слів-термінів, не кажучи вже про вузькоспеціалізовані тексти. Більше того, внаслідок прогресу у всіх сферах життєдіяльності людини, постійно з'являються нові терміни, що становлять ще більшу проблему перед перекладачами. В розвинутих країнах близько 90 % нових слів становлять саме терміни [15, ст. 5].

Згідно з спеціальними дослідженнями досвідчені перекладачі витрачають 20–25% часу для пошуку та вивчення термінології в тексті, в той час як перекладачі з меншим досвідом можуть приділити цій справі до 40–60% [37, ст. 311]. Ще одне дослідження свідчить, що близько 40% труднощів, з якими стикаються перекладачі, – це труднощі, пов'язані із спеціальними термінами [37, ст. 311]. Не варто

дивуватися, як пише П. Ньюмарк, що іноді на пошук еквівалента лиш одному терміну йде більше часу, аніж на переклад цілого тексту.

Щоб полегшити роботу перекладача та якість перекладених матеріалів варто прикласти зусилля до потреб перекладознавства. Саме тому існує так званий термінологічний менеджмент [37, ст. 305]. Все більше науковців говорять про створення та використання термінологічних баз – особистої бази термінів перекладача, яку можна викласти у вільний доступ. Ці бази значно покращують якість перекладу, зменшують витрати, скорочують час роботи над текстом, а також заохочують перекладачів, видавців та представників інших сфер братися за переклад літератури, термінологічна база якої не дуже розвинена в мові перекладу. Такі термінологічні ресурси широко поширені у галузі перекладу закордоном.

Перекладознавство так само робить внески у термінознавство. Так, офіційно займатися стандартизацією термінів може тільки фахівець у сфері термінознавства, як зазначалося вище у цій роботі. Однак, перекладач теж частково може залучатися

до цього процесу. Переклад – один з найпоширеніших джерел поповнення термінологічної лексики. Він сприяє виникненню та розповсюдженню еквівалентів лексичних одиниць. За допомогою перекладу випробовуються лінгвістичні можливості мови. Часто трапляється, що у мові немає потрібного відповідника певному терміну, і саме на перекладача покладається завдання знайти а, частіше, створити його, який згодом може стати кандидатом для подальшої його стандартизації та закріплення у відповідних термінологічних словниках [6, ст. 17].

Перекладачі, до того ж, нерідко вдосконалюють термінологічні системи. Постійно працюючи з текстами та маючи змогу порівняти певний термін в мові оригіналу та його відповідник в мові перекладу, вони ніби бачать термін з двох сторін, а тому можуть оцінити точність та адекватність існуючого еквівалента та за бажанням запропонувати новий, кращий варіант.

Як бачимо, між перекладознавством та термінознавством існує тісний зв'язок, а тому ці дві царини потребують подальшого вивчення та ретельних досліджень. Функціональна вітчизняна терміносистема полегшує роботу перекладачів, забезпечує однозначність термінів відповідної галузі знань, а це – основа ефективної комунікації та показник професіоналізму. З іншого боку, фаховість перекладачів сприяє розробці та удосконаленню такої терміносистеми, оскільки, тільки маючи достатні знання та розуміння певної галузі, можна здійснювати якісний переклад.

1.2. Галузева термінологія моди: особливості творення й функціонування

1.2.1 Короткий огляд екстралінгвістичних факторів термінології моди

Мода – один з-поміж багатьох концептів, що об'єднує людей: кожного дня всі ми одягаємося. Попри всюдисющість та широке використання слова «мода» цей термін досі немає чіткої дефініції, адже існують різні підходи до визначення цього поняття. Одні науковці тяжіють до психологічного пояснення і кажуть, що мода – це невербальна форма самовираження та самоствердження, що панує в певний період, в певному місці та в певному контексті [39, ст. 1]. Інші стверджують, звертаючись до соціології, що мода – «один з найбільш потужних методів, за допомогою якого вибудовуються соціальні відносини між людьми» [33, ст. 7] (*Переклад наш – Ярмолка А.І.*). Є й думка, що це естетичне явище, що відображає культуру, звичаї, переконання та історію певної країни [35, ст. 4]. Це лише декілька з численної кількості визначень, які присвоюють терміну. Та вже стає очевидним, що мода дотична до багатьох наук, з точки зору яких її варто вивчати.

Теоретик семіотики Ролан Барт висуває концепцію про три різновиди вбрання. Перше, він говорить – це власне вбрання, фізично втілене. Друге – зображення цього вбрання, чи то фотографія, чи то малюнок. І третє – опис за

допомогою слів, так би мовити, письмове чи вербальне вбрання [34, ст. 3]. Ці три різновиди не можна ототожнювати, але всі вони однаково важливі, адже кожен виконує свою функцію. Ми зосередимося на останньому – вербальному вираженні вбрання та й моди загалом.

Дискурс моди – дуже багатогранний, адже охоплює такі сфери, як історія моди, вплив моди на культуру та суспільство, дизайн, виробництво, маркетинг, роздрібна торгівля одягом й аксесуарами та ін. Сьогодні дискурс моди умовно існує в чотирьох вимірах: журнали (друковані та онлайн-версії), соціальні мережі, каталоги, література та кіно. Загалом будь-який дискурс поділяють на усний та письмовий. Усним дискурсом моди послуговується широке коло людей, як-от дизайнери, стилісти, роздрібні торговці, журналісти, блогери і споживачі. Відповідно до стилю, мети та аудиторії до письмового дискурсу можна віднести тексти кількох спрямувань:

- 1) **Журналістика.** Сюди входять репортажі новин та статті різноманітних тематик, як-от модні покази, інтерв'ю з дизайнерами чи загальні новини індустрії моди. Зазвичай тексти такого спрямування пишуться для журналів, газет та інтернет-видань.
- 2) **Критичний розбір** передбачає аналіз і оцінку дизайну, тенденцій чи подій сфери моди. Такий жанр поширений як у пресі, так і в соціальних мережах.
- 3) **Історія моди.** Тут йдеться про дослідження розвитку моди: виникнення стилів, панування певних тенденцій в різні періоди часу, передумови їх появи, вплив моди на суспільство і культуру, життя та творчість видатних дизайнерів та ін. Серед найпоширеніших жанрів цієї тематики – академічні роботи, есеї-роздуми, біографії, історії становлення, лекції і т.д.
- 4) **Мемуари.** Зазвичай це книги, есе чи дописи в блозі, де автор розповідає про свої стосунки з модою, як-от особистий стиль чи досвід у сфері моди.

- 5) **Прогнозування модних тенденцій.** У статтях, доповідях чи дописах такого типу аналізують поточні тенденції моди, їхній культурний та соціальний вплив, поведінку споживачів.
- 6) **Маркетинг у сфері моди.** Сюди входять рекламні тексти та матеріали, описи продуктів. Такий тип письма покликаний переконувати читачів купувати модні товари, і часто зустрічається в каталогах, на веб-сайтах і в соціальних мережах.

Мова здатна чітко та структуровано описувати, спрямовувати увагу в потрібне русло, наголошувати на бажаних деталях, уточнювати інформацію, подавати річ у правильному світлі. Саме тому у галузі моди сформувалася своя терміносистема, якою послуговуються і фахівці цієї сфери, укладаючи модні каталоги, пишучи статті чи просуваючи продукт, і пересічні люди, спілкуючись у повсякденному житті. З цього можна зробити висновок, що мова – потужний інструмент у світі моди, як і в будь-якій іншій сфері життя, що пояснює інтерес до її вивчення та дослідження.

1.2.2 Формування, класифікація, способи творення термінології сфери моди

Англійська лексика одягу та взуття є однією з найдавніших і водночас динамічних тематичних груп. Проте, зародження модної індустрії і стрімке формування значної частини її лексикону припадає на початок ХХ століття. Через відносно недавнє виникнення відбулося досить мало досліджень термінології моди. Дисертація Г. Коваленко зробила неабиякий внесок у вивчення лексичного складу моди. Зокрема, у своїй роботі вона говорить, що «англійська лексика моди розвивалася під сильним впливом зовнішніх соціокультурних факторів» та виділяє такі чинники її формування: рух за емансипацію жінок, політико-економічні чинники, виникнення молодіжних рухів, розвиток кіномистецтва та шоу-бізнесу, соціальні чинники та стратифікація суспільства, зростання уваги до здорового

способу життя, розвиток інформаційних технологій, вдосконалення технологій легкої промисловості тощо [10, ст. 7]. Всі ці аспекти так чи інакше відобразилися і на номінації предметів одягу.

Важливим складником лексичного аналізу, результатами якого активно послуговуються у перекладі, є класифікація лексики певної сфери. Лексика моди має доволі широке лексико-семантичне поле. Зазвичай слова об'єднують у тематичні групи, які в свою чергу поділяються на вузчі об'єднання – лексико-семантичні групи та підгрупи. У термінології сфери моди можна виділити такі лексико-семантичні групи:

- 1) Стили: *classic, grunge, preppy*;
- 2) Кодекси вбрання: *black tie, business casual, cocktail*;
- 3) Одяг. Г. Кокоза запропонувала класифікувати цю лексико-семантичну групу, виокремлюючи три поняття: тематичну інваріанту, тематичні специфікатори й тематичні модифікатори. *Тематичною інваріантою* є мовна одиниця «одяг» (*clothes*), тобто «центральна одиниця тематичної групи, в якій сконцентрована найбільш узагальнена за змістом спільна сема цього лексико-тематичного угруповання» [11]. До *тематичних специфікаторів* належать такі слова, як *apparel, attire, costume, ensemble, garment* тощо. Вони конкретизують і уточнюють семантично узагальнене значення тематичної інваріанти. *Тематичні модифікатори* називають конкретні предмети одягу і становлять найчисельнішу групу номінацій, а тому потребують подальшої класифікації. До прикладу, можна поділити їх на такі підгрупи:

I. за способом кріплення на тілі

- верх (плечовий): *sweater, blouse, t-shirt*;
- низ (поясний): *sweatpants, jeans, skirt*;
- комплекти (сукні, костюми, комбінезони): *wrap-dress, pantsuit, twinset*;

II. за сезоном

- літній: *hawaiian shirt, shorts, one-piece bathing suit*;
- зимовий: *jacket, cape, puffer coat*;
- демісезонний: *trench coat, blazer, jumper*;

III. за статтю та віком

- жіночий: *dress, tanktop, bikini*;
- чоловічий: *singlet, vest, tuxedo*;
- дитячий: *overalls, baby beanie, onesie*;

IV. за призначенням:

- повсякденний: *hoodie, trousers, shirt*;
- формальний або святковий: *suit; evening gown, collar shirt*;
- робочий: *chef's uniform, apron, cargo pants*;
- спортивний: *sweat pants, sweat shirt, anorak*;
- верхній: *biker jacket, pea coat, bomber*;

V. за приналежністю до певного історичного періоду: *corset, court dress, mantua*;

VI. за національною приналежністю: *kilt, sari, kimono*;

VII. за спосіб виготовлення: *haute couture, bespoke tailoring, ready-to-wear*;

VIII. за довжиною: *mini, tea length, mid-calf length*;

IX. елементи\деталі одягу: *lapel, sleeve, train*;

X. вид або стиль елементів: *notch lapel, bell sleeve, court train*;

XI. оздоблення: *plumage, trimming, frills*;

4) Взуття. Ця група може поділятися на підгрупи за тієї ж схемою, що і група «одяг» (виняток становить хіба що пункт I): *ankle-length boots, backless mule, Mary Jane shoe*;

5) Тканини та матеріали: *suede, mink, satin*;

6) Аксесуари можна поділити на дві підгрупи:

I. ті, що носять в руці:

- сумки: *bowlibg bag, tote, clutch*;

- інші: *hand fan, umbrella, cane*;

II. ті, що одягають:

- головні убори: *portrait hat, baseball cap, fedora*;

- тканинні аксесуари, що доповнюють образ: *tie, belt, scarf*;

- прикраси: *necklace, bracelet, watch*;

7) Забарвлення:

I. кольори; за пропозицією Г. Кокози їх можна поділити на

- прямі: *black, pink, beige*;

- непрямі (такі, що носять метафоричний чи асоціативний характер):
camel, raspberry, gold;

II. принти: *plaid, floral, checkerboard*;

8) Дизайнерська і подіумна лексика: *concept item, fashion house, runway*;

9) Професії: *model, make-up artist, embroiderer*;

10) Прикметники з оцінним значенням: *fashionable, stylish, chic*;

11) Назви брендів та виробників одягу: *Louis Vuitton, Balenciaga, Prada*;

12) Слова, що виражають загальні концепти сфери моди (слова повсякденного\загального вжитку): *outfit, style, fashionista*.

Дослідження способів творення лексичних одиниць має неабияке значення для перекладу, термінології, лексикології та лінгвістики. Найпоширенішими способами творення термінів модної індустрії є:

1) Суфіксація: *sneakers, layering, stylish*;

2) Префіксація: *oversize, minidress, undergarment*;

3) Усічення основи: *mag* (від *magazine*), *hoodie* (від *hooded sweatshirt*),

4) Словоскладання: *gumboots, pantsuit, sweatpants*;

5) Словозлиття: *glamping* (*glamorous and camping*), *jeggings* (*jeans and leggings*), *skort* (*skirt and shorts*);

6) Акронімізація: *LBD* (*little black dress*), *OOTD* (*outfit of the day*), *DIY* (*do it yourself*);

- 7) Конверсія: *skirt - to skirt, print - to print, fashion - to fashion*;
- 8) Епонімізація: *Mary Janes, Birkenstocks, Ray-Ban*;
- 9) Топонімізація: *Oxford shoes, Bermuda shorts, Breton stripe*;
- 10) Запозичення: *haute couture, bonnet, stilettos*;
- 11) Іконічна номінація: *S-silhouette, A-line dress, V-cut*;
- 12) Утворення словосполучень: *power suit, fashion DNA, statement piece*;

Ми не будемо описувати способи творення українських термінів, бо це тема досить очевидна, тим не менш, варта уваги, але для зовсім іншого дослідження. Наведемо лиш кілька фактів, порівнюючи процеси творення термінів двох мов. Безсумнівно, що українська і англійська мови досить різні вже тому, що перша належить до синтетичних мов, а друга – до аналітичних. Відповідно і способи творення термінів будуть різнитися: в українській мові переважна більшість слів твориться за допомогою лінійного способу, тоді як в англійській – за допомогою нелінійного [14]. За дослідженнями вчених найпродуктивнішим способом номінацій одягу в українській мові є афіксальний, а в англійській слова творяться переважно за допомогою суфіксації (з найпоширенішими суфіксами *-ing* та *-er*), словоскладання та конверсії [25, ст. 180]. Також англійській мові більш притаманні топоніми та епоніми порівняно з українською.

Тут логічно поговорити й про мотивацію номінації термінів, адже вона відіграє неабияку роль у творенні термінів. Т. Кияк говорить про мотивацію, як про «цілеспрямований процес відображення в лексичній одиниці засобами мови певної ознаки денотату, що входить до корпусу ознак його лексичного значення» [9, ст. 103]. Хоч мотивованість і не є однією з ознак терміну, про що вже йшлося раніше в цій роботі, вона «сприяє його запам'ятовуванню та полегшує встановлення зв'язків з іншими термінами» [9, ст. 110]. У своїй дисертації Г. Коваленко зазначає, що загалом одяг називають, спираючись або на параметричні ознаки, тобто, зовнішній вигляд чи характеристики тої чи іншої речі, або на прагматичні, тобто, функціональність чи використання. Виявилося, що більша частина назв одягу

відштовхуються від параматречних ознак. Це є свідченням того, що зовнішній вигляд речі відіграє важливу роль в процесі номінації предметів одягу.

Терміни модної індустрії часто можуть супроводжуватися дескрипторами. Г. Кокоза пропонує розділити їх на дескриптори-кологративи, дескриптори-евалютиви, дескриптори-конструктиви. Дескриптори-кологративи відповідають за колірну ознаку, дескриптори-евалютиви – за оцінку об'єкта, а дескриптори-конструктиви – технічні характеристики, наприклад, довжину речі, матеріал, бренд тощо. Конструкції із участю дескрипторів поділяються на монооб'єктні й поліоб'єктні [11]. Такі словосполучення нерідко стають сталими широковживаними виразами, які згодом перетворюються в повноцінні терміни.

І екстралінгвістичні, і інтралінгвістичні фактори дуже важливі в процесі перекладу. Перекладач повинен добре знатися на темі, з якою працює, адже це запорука високоякісного перекладу. Так само необхідна і обізнаність у внутрішньомовних механізмах, як-от у випадку з морфологією: способи творення термінів, притаманні одній мові, можуть зовсім не підходити іншій мові. І навпаки, іноді, варто проаналізувати, за якою логікою було утворено слово, і спробувати використати той самий метод в перекладі. Трапляється, що і розуміння мотивації слова чи приналежність до певної лексико-семантичної групи в мові оригіналу стають у нагоді. Тобто, переклад – це складний процес, що потребує глибокого аналізу всіх можливих чинників, дотичних до одиниці перекладу.

1.3. Мовні й позамовні труднощі перекладу термінів царини моди

1.3.1. Підходи до відтворення іншомовних термінів

М. Ларсон вважає, що метою перекладу є створення тексту, що має те саме значення, що й текст мови оригіналу, і в той же час звучить природньо мовою перекладу та відповідає її лінгвістичним принципам [40, ст. 56]. Ю. Найда пише,

що переклад полягає у пошуку в мові перекладу найбільш рівнозначного еквівалента повідомленню мови оригіналу, спочатку з точки зору значення, а потім з точки зору стилю [42]. Безперечно, що така діяльність не обходиться без труднощів. Дехто навіть трактує переклад як процес ідентифікації труднощів та пошуку належних способів їх подолання. Серед величезного поля цих труднощів саме лексичні найбільш проблематичні, зазначають науковці [41, ст. 7]. Дійсно, терміни, які позначають поняття певної спеціалізованої галузі, становлять не просте завдання перед перекладачем. В. Карабан пояснює, що причинами лексичних труднощів перекладу є «розбіжності у баченні світу двох мов, багатозначність слів, відсутність відповідників у мові перекладу, особливості словотвору кожної мови» [8, ст. 274]. Загалом вирішення цих труднощів опирається на виявлення проблеми та застосування належної перекладацької трансформації. Існують різні класифікації перекладацьких трансформацій, однак, зрештою всіх їх можна поділити на лексичні, граматичні, стилістичні.

Якщо говорити про переклад термінів царини моди, то можемо розділити їх на дві групи: ті, що мають стандартизовані відповідники в мові перекладу (зазвичай це базові лексичні одиниці на позначення одягу, як-от сукня, спідниця, шапка), ті, що мають часткові відповідники, не закріплені словником, іноді таких відповідників може бути й декілька, та ті, що не мають відповідників зовсім. До уваги візьмімо саме другу і третю групу термінів. Отож, розгляньмо кілька найбільш поширених трансформацій у перекладі термінів модної індустрії.

Пошук еквівалента. Окрім єдиного стандартизованого словникового відповідника, термін може мати й кілька варіативних відповідників, що залежатимуть від контексту. Така трансформація ще називається контекстуальною заміною. До прикладу, слова *shoes* має серед інших такі варіанти перекладу: *взуття, туфлі, черевики, кросівки, чоботи, підбори*. Контекстуальна заміна може здійснюватися трьома способами: за допомогою смислового розвитку, конкретизації, генералізації [8, ст. 288]. Саме належний аналіз терміну, ситуації та

обізнаність перекладача в загальній тематиці тексту допоможуть визначитися з правильним еквівалентом.

Смисловий розвиток. Ця трансформація передбачає переклад не конкретних слів, а ідеї, що вони несуть. Тобто, підбираються слова, що є «логічним розвитком значення слова, яке перекладається» [8, ст. 289]. До прикладу, оскільки в українській мові немає словникового відповідника терміну «*overdressing*», його можна перекласти, відтворюючи думку закладену в оригінальну лексичну одиницю. Як результат, один із можливих варіантів – *надміру чепурне вбрання*. Смисловий розвиток – невід’ємна трансформація не тільки в літературному перекладі, а у технічному та юридичному, де точність має першорядне значення. В той же час необхідно слідкувати, щоб термін не втратив свого змісту, що може вплинути на якість перекладу.

Конкретизація значення слова. Під час цієї трансформації термін із широким семантичним значенням перекладається терміном, семантичне значення якого значно вужче: *tools* – *модні прийоми*. Конкретизація дозволяє передати зміст оригіналу більш детально, відтворюючи відтінки та нюанси терміну.

Генералізація. Під час цієї трансформації термін із вужчим семантичним значенням перекладається терміном, семантичне значення якого значно ширше: *a runway model* – *модель*. Зазвичай така трансформація може застосовуватися, коли оригінальний текст містить культурні, історичні або мовні аспекти, які важко або неможливо передати мовою перекладу. Вдаючись до генералізації, важливо зберегти головний зміст терміну та зробити переклад зрозумілішим для цільової аудиторії.

Додавання. Прийом, згідно з яким термін відтворюють за словниковими відповідниками, але додають лексичні одиниці, щоб конкретизувати значення. Тобто імпліцитне значення виразу передають емпліцитними засобами: *shorter hemlines* – *коротший поділ сукні*, *shininess* – *блискучі тканини*.

Вилучення. Відповідно до цієї трансформації певні лексичні одиниці вилучаються задля досягнення адекватного перекладу. При цьому значення терміну не повинно втрачатися, а вилучена частина має передатися іншими засобами в тексті: *Why did Steve Jobs wear the same outfit every day?* – чому Стів Джобс щодня носив *те саме?*

Транскодування. Це літерна або звукова передача слова однієї мови засобами абетки іншої. Транскодування поділяють на транскрибування, тобто, звукове відтворення лексичної одиниці, і траслітерацію, тобто, графічне відтворення лексичної одиниці. Здебільшого цю трансформацію використовують, коли доводиться перекладати власні назви, неологізми чи слова-реалії. Варто зазначити, що нерідко транскодовані слова вимагають додаткового описового перекладу (*a shift dress* – *сукня-шифт* – *коротка сукня, рівного прямого або трапецієподібного силуету*) чи уточнювального слова (*Harris tweed* – *картатий твід з островів Гарріс*).

Описовий переклад. Внаслідок цього прийому термін перекладається шляхом роз'яснення поняття, що належно передає його зміст: *size-ism* – *дискримінація за розміром одягу*. Описовий переклад дає змогу читачу повністю осягнути значення терміну, проте, такий термін буде значно довшим.

Дослівний переклад або калькування. Зазвичай цей спосіб використовується для перекладу термінів, що складаються з двох і більше компонентів: *high fashion* – *висока мода*, *personal style* – *особистий стиль*, *beauty norms* – *стандарти краси*. Калькуючи слова, необхідно взяти до уваги граматичну на культурну складову. Вислів повинен відповідати нормам мови перекладу, а також адекватно звучати, адже слова, що ідеально сполучаються в одній мові, можуть не мати жодного сенсу в іншій.

Нульовий переклад. Трансформація, відповідно до якої термін передається у своїй вихідній формі, тобто не перекладається взагалі. Застосовується, коли наведені вище трансформації є з різних причин недоречними в тексті (*How to wear*

black total – Як носити *black total* – відповідник терміну відсутній в українській мові, а з огляду на те, що це речення є заголовком статті, описовий переклад не підходить, адже є занадто громіздким), задля досягнення спеціального ефекту з точки зору стилю (*Dos & Don'ts: how to wear a maxi skirt - Dos & Don'ts: як носити макси-спідницю* – оскільки сполука «*Dos & Don'ts*» є популярною назвою рубрики журналу, автор вирішив лишити її саме в оригінальному варіанті), а також іноді при передачі власних назв (*Ralph Lauren shirt* – сорочка від *Ralph Lauren*).

Вибір належної трансформації – запорука якісного перекладу термінів. Задля цього перекладач повинен переконатися, що повністю розуміє значення терміну та його контекст у мові оригіналу, проаналізувати термін (визначити його тип, лексико-семантичну групу, до якої він належить, спосіб творення, мотивацію номінації та ін.), перевірити наявність відповідника у словниках і вже тоді, взявши до уваги всі аспекти, обрати потрібну трансформацію.

1.3.2. Загальні проблеми перекладу термінів

Найперше визначення терміну «мода», яке можна знайти в інтернеті звучить так: нетривале панування певного смаку в певній сфері життя чи культури [21]. Швидкоплинність і новизна – головні характеристики моди як явища. Тому й не дивно, що термінологічна система галузі постійно поповнюється новими поняттями. Нові слова викликають багато протиріч. Мовознавці сперечаються щодо питання пуризму: запозичувати слова чи намагтися очистити мову від іншомовних слів. Перекладачі вагаються: перекладати за допомогою транскрипції чи вдатися до описового перекладу.

Мережа переповнена статтями, що присвячені тлумаченню термінів модної царини. До прикладу, ось вступне слово до однієї з них: «Кожна професійна сфера володіє притаманною їй термінологією, яку людям, далеким від індустрії, важко зрозуміти» [5]. Подивімося на ці терміни: апсайклінг, аутлет, аутфіт, байер, блейзер,

інфлюенсер, колаборація, кіттен-хілс, колорблукінг, лукбук, лонгслів, свінтер-дресін, світшот, топ, тотал лук, худі і т.д.

Можна припустити, що всі ці терміни не зрозумілі українському читачу зовсім не через те, що він не заглиблений у сферу моди і не через те, що значна частина цих слів є неологізмами. Або ж, справа в тому, що ці терміни транскодовано, а тому їх внутрішня форма нічого не говорить людині, що не володіє англійською. Так, запозичення – цілком природній процес для будь-якої мови, але й про питому лексику забувати не слід. Перекладач, як ніхто, повинен це пам'ятати. Тож, щоб відповісти на питання «транскодувати чи шукати питоме українське слово», розгляньмо переваги двох способів. Порядок розміщення пунктів двох способів корелює між собою. Тож, якщо виникають сумніви, перекладач може співвіднести перший пункт транскодування з першим пунктом власномовного перекладу і вирішити, що особисто для нього важливіше.

Переваги транскодування:

- допоможе підвищити впізнаваність терміна за міжнародним стандартом;
- зазвичай такий термін лаконічний та однослівний, без довгого опису;
- чужоземний термін – новий, тому має чітку дефініцію, а питомий може викликати зайві асоціації;
- транскодування значно економить час перекладачу.

Переваги власномовного терміну:

- сприяє розвитку мови та власних термінологічних систем;
- більш милозвучний;
- має прозору внутрішню форму, що краще передає суть і полегшує сприйняття;
- плекає творчий дух.

Без сумніву, слова іншомовного походження свідчать про різнопланові відносини з іншими країнами, вони успішно заповнюють так звані лакуни, збагачуючи і змінюючи нашу мову. Деякі з них досить-таки вкоренилися і вже,

здається, стали незамінними, як-от *футболка* і *шорти* – із давніших запозичень, та *топ* і *штани карго* – із недавніх. На поточному етапі розвитку, замінювати ці терміни новотворами не видається логічним, адже вони увійшли до вжитку, позначаючи самотні елементи одягу. Головне, щоб всі ці слова відповідали нормам української мови. Проте, іноді запозичення переходять межу і витісняють наші відповідники: *аутфіт* – *образ*, *блейзер* – *жакет*, *світшот* – *свєтр*.

Варто пам'ятати, що питоми новотвори «обстоюють самодостатність рідної мови» [28, ст. 3]. Всім нам час від часу треба бути поміркованими пуристами. Пилип Селігей пише, що «пуризм неминуче виникає тоді, коли зростає національна свідомість, коли народ почувається культурно повновартісним і підноситься до розуміння мови не лише як ужиткового засобу спілкування, а й як самотньої культурної цінності» [28, ст. 4]. На своєму прикладі це довели чимало країн, серед яких Франція, Польща, Угорщина, Туреччина. Свого часу там панували доволі жорсткі пуристичні тенденції, що призвели до неймовірно успішних результатів. До того ж, наші українські класики, науковці та й весь народ не для того докладали так багато зусиль, що б сьогодні ми так легко відмовлялися від власного словотворчого потенціалу. Ще Іван Огієнко зазначав: «Наша мова дуже гнучка й зовсім придатна для творення термінологічних назов» [22].

Пітер Ньюмарк вважав, що не існує неперекладних одиниць [41, ст.6]. А Р. Якобсон говорив, що теоретично будь-якою мовою можна виразити що-завгодно, от тільки споби передачі інформації будуть різнитися [43, ст. 12]. Спробуймо перекласти кілька вищезгаданих термінів, оминаючи транслітерацію. Набагато адекватніше з точки зору перекладу замість «*апсайклінг-у*» чується «*вторинне використання*», замість «*лонгслів-у*» – «*довгорукавка*» («*безрукавкою*» ж прекрасно послуговуємося), а замість «*худі*» – «*каптурка*».

Отже, транскодування – зовсім непоганий і навіть важливий спосіб перекладу. Проте, не слід ним зловживати. Вдаватися до нього слід в крайньому випадку. А задля регулювання процесу запозичень варто дотримуватися співвідношення: 25-30

% до 75-70 %, перші числа стосуються запозичень, а другі – власних словотворів [28, ст. 56].

Всім відомо, що історичний розвиток української мови був геть непростим. Здавна нам нав'язували тенденції зросійщення власної лексики. Виходили спеціальні словники, метою яких було впровадження російських слів до української мови. Фахівці, що працювали над розбудовою термінології «віддавали перевагу (свідомо чи несвідомо) тому з варіантів, що подібніший до відповідної російської мовної одиниці» [28, ст. 78]. Тобто, велика кількості слів утворювалася шляхом запозичення або калькування з російської. Засилля росіянізмів відчутне і сьогодні. Якщо говорити про модну індустрію, то такі авторитетні видання в Україні, як «Vogue», «Elle», «Harper's Bazaar» до недавнього часу були російськомовними. Те саме можна сказати і про телепрограми, фестивалі, покази колекцій. Все це позначилося і на термінології сфери моди. Зрозуміло, нам треба якомога активніше українізувати лексику, адже і термінологія повинна орієнтуватися на потреби націотворчого розвитку. Тому, перекладач, перш, ніж обрати відповідник, повинен заглянути до словника. Наведемо кілька прикладів росіянізмів, що часто пробираються в нашу мову внаслідок перекладу.

Оригінал	Росіянізм	Український відповідник
Pants	Брюки	Штани
Pumps	Лодочки	Човники, гостроносики
Fringe	Бахрома	Тороччя, торочки
Slippers	Тапки	Капці, ступанці
Gloves	Перчатки	Рукавички
Ankle boots	Ботильйони	Напівчобітки
Hoodie	Толстовка	Каптурка

Handkerchief	Платок	Хустинка
Striped sweater	Тельняшка	Тільник, смугастик

Термінологія сфери моди потребує також і належної уніфікації. Запозиченні терміни, перекладені шляхом транслітерування, часто мають неоднакове написання в різноманітних публікаціях. Варто звернути особливу увагу і на написання назв модних будинків, брендів, дизайнерів, фотографів і т.д. Царина моди в Україні перебуває на початковому етапі розвитку, вона і далі наповнюватиметься новими словами, саме тому необхідно вже утворювати терміносистеми, що відповідають всім нормам української мови, адже саме так досягнемо оптимального рівня однозначності професійного спілкування.

Висновки до розділу 1

У першому розділі було висвітлено поняття та особливості термінознавства та модного дискурсу, а також розглянуті інтра- та екстралінгвістичні фактори термінології сфери моди і теоретичні основи її перекладу українською мовою. В результаті напрацювань можна зробити наступні висновки:

1. Термінологічний склад мови становить вагому частку всієї лексики. Опрацювавши теоретичні джерела, пропоную власне визначення поняттю «термін»: словесне позначення певного поняття в спеціалізованій галузі, що має чітку дефініцію та є частиною певної термінологічної системи. Внаслідок поповнення мови новими словами, що здебільшого приходять з англійської, стандартизація та уніфікація термінології відбувається за участю перекладачів.

2. До найпоширеніших труднощів, які постають перед перекладачем, відносять лексичні. Задля економії часу та підвищення продуктивності переклада варто стандартизувати терміни та розробляти термінологічні бази. Встановлено, що перекладознавство та термінознавство тісно пов'язані.

3. До факторів, що впливають на якісний переклад, належить серед інших і класифікація лексики певної сфери. Термінологію моди в роботі було класифіковано за чинниками формування, лексико-семантичними групами, способами творення.

4. До найбільш поширених трансформацій у перекладі термінів модної індустрії відносять пошук еквівалента, смисловий розвиток, конкретизацію, генералізацію, додавання, вилучення, транскодування, описовий переклад та ін.

РОЗДІЛ 2. АНГЛОМОВНА ТЕРМІНОЛОГІЯ ІНДУСТРІЇ МОДИ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ

2.1. Роль контексту в перекладі термінології сфери моди

Контекст – важлива складова перекладу будь-якої галузі. Він дає змогу перекладачу заглибитися в конкретну ситуацію, а також забезпечує необхідною додатковою інформацією, за допомогою якої можна якомога точніше передати значення поняття. Контекст включає широкий спектр факторів, як-от мета тексту, цільова аудиторія, культурне середовище автора, історичні чи соціальні передумови та особливості написання тексту та ін. Всі ці аспекти так чи інакше відобразяться в перекладі.

Лексична одиниця «*look*» має безліч тлумачень в різноманітних галузях. В термінології сфери моди серед інших можливі такі значення: *образ, зовнішній вигляд, стиль, речі*.

<i>She viewed her look as avant-garde and fashion forward.</i>	<i>Вона вважала свій образ модним і авангардним.</i>
---	---

З контексту речення зрозуміло, що слово «*look*» вжито у значенні «комплект елементів одягу, що разом становлять цілісний ансамбль». Саме тому переклад за допомогою відповідника «*образ*» ідеально передає значення. Сьогодні спостерігається тенденція до транскодування цього слова, як-от в словосполученнях *medieval-retro look* – *середньовічний ретро-лук* та *artistic-Bohemian look* – *артистичні богемні луки*. «*Образ*» – варіант більш стилістично нейтральний, тоді як «*look*» частіше вживається в розмовному та публіцистичному стилях.

<i>Secretary Clinton once tried to draw attention away from her looks by wearing nondescript clothes.</i>	<i>Держсекретарка Клінтон спробувала відвернути увагу від свого зовнішнього вигляду за допомогою непримітного одягу.</i>
--	---

Форма множини (*looks*) свідчить про те, що термін вжито в більш узагальненому значенні, тому і в перекладі маємо абстрактніший відповідник – *зовнішній вигляд*.

<i>I'm betting you are ready to approach your look – and your life – from a more intentional place.</i>	<i>Я переконана, що ти готова усвідомлено поглянути на свій стиль – і життя.</i>
--	---

В цьому випадку термін теж має досить загальне значення, до того ж, є складовою вступної частини до книги. Оскільки відповідники «образ», «речі» чи «лук» є занадто конкретними як для цього речення, а «зовнішній вигляд» не зовсім передає оригінального значення, адже книга, в першу чергу, про одяг, варто шукати більш загальний еквівалент, який в той же час буде елементом модної лексико-семантичної термінологічної групи. Відповідник «*стиль*» відповідає цим вимогам.

Термін «*outfit*» має схоже значення, як і «*look*», проте в текстах вживається частіше, тому має більше можливих відповідників: *одяг, вбрання, речі, образ, костюм, комплект*.

<i>Glam squads with red carpet résumés swoop in, work their magic on hair, makeup, outfit, and voilà!</i>	<i>З'являється команда фахівців індустрії краси, які не раз готували зірок до червоної доріжки, чаклує над її волоссям, макіяжем і вбранням.</i>
--	---

«Вбрання» і «образ» – найпоширеніші варіанти перекладу терміну «*outfit*», адже є досить нейтральними та універсальними, а ще вдало передають семантику слова. Однак, іноді задля точнішого відтворення значення або з метою уникнення тавтології перекладачі використовують й інші еквіваленти: *comfort outfit* – *комфортний одяг*, *best outfits* – *найкращі речі*, *carefully considered outfit* – *зі смаком підібраний костюм*.

Доволі недавно до українського модного лексикону увійшов термін «*top*», перекладений шляхом транслітерації. Як вже згадувалося у першій частині роботи, такий еквівалент вже усталився у вжитку, а тому є досить прийнятним варіантом: *a glittering going-out top* – *блискучий нарядний топ*, *track suit top* – *топ від спортивних костюмів*. Та якщо в першому прикладі транслітерація доречна, то в другому варто було б замінити «*top*» на «*верх*» або навіть ще більше конкретизувати значення і використати «*кофта*». Отож, іноді контекст дозволяє або навіть і спонукає перекладати цей термін інакше, а не просто транслітерувати. Розгляньмо кілька прикладів.

<i>She already owns several such tops featuring delicate prints.</i>	<i>У неї вже є кілька схожих речей із витонченими візерунками.</i>
---	---

Англійською «*top*» означає будь-який плечовий одяг. Український відповідик «*речі*» може позначати будь-який вид одягу і навіть аксесуарів. Проте, генералізація в цьому випадку – вдале рішення, адже з контексту зрозуміло, що мова саме про плечові елементи одягу.

<i>It's better to wear tops with sheer or delicate lace accents.</i>	<i>Краще одягати блузи чи джемпери з прозорими вставками або елегантним мереживом.</i>
---	---

Можна скористатися і, так би мовити, протилежною до генералізації трансформацією. Зважаючи на те, що кількома реченнями раніше йшлося про конкретні елементи гардеробу – плечовий одяг, то логічно та й стилістично доречніше скористатися конкретизацією і вжити українські відповідники.

Переклад терміну «*shoes*» майже завжди залежить від контексту, адже англійською він може описувати чи не кожен вид взуття, тоді як українська мова здебільшого вимагає більш конкретного відповідника. *Shoes* може означати і *черевики*, і *туфлі*, і *підбори* і т.д. Безумовно, є й досить нейтральний та узагальнюючий відповідник – *взуття*: *white shoes* – *біле взуття* чи *matching shoes and bags* – *торбинка та взуття в тон*. Проте, такий термін не завжди є доречним, адже часто не передає точної інформації про поняття. Іноді додаткові атрибутивні елементи терміну допомагають підібрати правильний переклад: *slingback shoes* – *туфлі-слінгбеки* або *туфлі з відкритою п'яткою*. Зрозуміло, якщо у взуття є відкрита частина, то частіше за все це туфлі. У книзі «Одяг... та інші важливі речі» Александри Шульман є розділ, який називається «Red shoes», в українському перекладі – «Червоні черевики», де і йдеться про ці черевики. Проте, далі згадується, що ця конкретна пара взуття мала вирізи. Зважаючи на те, що черевики навряд чи матимуть вирізи, тут скоріше доречно було б вжити відповідник «*туфлі*». Однак, логіку вибору такого еквівалента можна зрозуміти, адже перекладачка, схоже, намагалася відтворити алюзію до кази Ганса Крістіана Андерсена «Червоні черевики», про яку пізніше йдеться в розділі. Центральним елементом казки є взуття для танців. А якщо заглибитися в історію написання твору, то автор надихнувся своїм батьком, який якийсь змайстрував із шовку пару взуття для танців. Цілком ймовірно, що переклад назви казки не дуже вдалий, оскільки зазвичай взуттям для танців є саме туфлі, а не черевики. До того ж, у фільмі, на який теж посилається авторка книги, говорячи про червоні «черевики» (в українському перекладі), на героїні легке взуття, що скоріше нагадує туфлі, а не черевики. Ще одним аргументом, що ставить під сумнів такий переклад назви

розділу, є те, що коли йдеться про взуття червоного кольору, нерідко найперше, що спадає на думку – це саме червоні туфлі, які часто відносять до класичних елементів гардеробу. Все ж, здається, в цьому розділі авторка хотіла охопити всі види червоного взуття, тому якщо відповідник «*червоні туфлі*» може видатися занадто сміливим і конкретним, то варто було б вжити більш узагальнюючий термін – «*червоне взуття*». І якщо переклад назви розділу можна вважати допустимим, беручи до уваги відсилку до усталеної назви літературного твору, (втім, варто було б подати назву розділу в лапках, щоб зробити цей стилістичний прийом більш прозорим), то подальший повсюдний переклад за допомогою відповідника «*черевики*» місцями викликає дивні неспівставні асоціації.

Схожа ситуація і з терміном «*jacket*», що має таке визначення: *a garment for the upper body usually having a front opening, collar, lapels, sleeves, and pockets*. Найпоширенішим варіантом перекладу, до якого вдаються, якщо відсутня будь-яка додаткова інформація – «*піджак*» або «*жакет*»: *a Zara jacket – піджак з магазину, a Chanel jacket – жакет Chanel*. Проте, зазвичай термін перекладають опираючись або на контекст, або на додаткові атрибутивні елементи.

<i>The jacket is a versatile and stylish wardrobe essential.</i>	Плащ – універсальний та стильний елемент гардеробу.
--	--

Такий переклад пов'язаний з контекстом, де кількома реченнями раніше йшлося саме про конкретний вид плаща – тренч. Інші терміни перекладаються згідно з усталеною традицією номінування окремі види предметів одягу: *a leather motorcycle jacket – шкіряна байкерська куртка, a white bomber jacket – біла куртка-бомбер, a denim jacket – джинсова курточка*. Трапляються і більш стилістично забарвлені варіанти перекладу, як-от *фуфайка* чи *кожух*.

Окремої уваги варті лексичні одиниці загального вжитку, що у терміносистемі сфери моди набувають спеціалізованого значення. Так, до

прикладу, слово «*shape*» зазвичай має значення «форма». Проте, у словосполученні «*jacket shape*» перекладатиметься як «фасон», а у «*body shape*» – як «фігура». Центральне значення іменника «*piece*» – «частина, окремий предмет». В царині моди зустрічаються такі переклади цього терміну: *a piece* – предмет одягу, *30 pieces of clothing* – 30 образів, *casual pieces* – повсякденні речі.

Українській мові притаманні широкі морфологічні можливості, серед яких і утворення слів із зменшено-пестливими суфіксами. Димінутиви – це слова, що виражають значення зменшення та переважно мають відтінки позитивної оцінки, пестливості, рідше – негативної оцінки й зневажливості [24, ст. 117]. Англійська мова в цьому плані досить таки обмежена, адже володіє меншою кількістю засобів, за допомогою яких виражається зменшувально-пестливе значення. Відповідно і частота вжитку таких слів менша. Попри це перекладач повинен користуватися всім потенціалом мови перекладу і не нехтувати можливістю вибору еквівалента-димінутива, адже такі слова свідчать про самобутність української мови. Здебільшого емоційно-забарвлена лексика доречна в художньому, епістолярному та публіцистичному стилях. Такі слова можуть вживатися не тільки для позначення розміру предмету (*handbag* – сумочка, *the perfect bag* – ідеальна сумочка), а й задля вираження іронії. Розгляньмо наступне речення.

<p><i>Almost every English female had a ludicrous puffball skirt in her wardrobe in the 1980s.</i></p>	<p>У 1980-х чи не кожна англійка мала в гардеробі сміховинну спідничку-тюлюпанчик.</p>
---	---

Доречність перекладу за допомогою відповідника зменшено-пестливої форми підтверджує наявність оцінного прикметника *ludicrous*. До того ж, авторка книги, з якої було взято це речення, часто вдається до іронії, тож такий переклад ще й достовірно відтворює авторський стиль письма.

<i>All women were supposed to wear hats, gloves, skirts of a particular length and so on.</i>	<i>Жінки мали носити капелюшки, рукавички, спідниці строго визначеної довжини та ін.</i>
---	--

Деякі слова-димінутиви є досить нейтральними та мають свої власні значення. Попри наявність зменшено-пестливого суфіксу слово «капелюшок» досить широко вживається в мовленні та не несе особливого еспресивного відтінку. В деяких словниках вказується, що на відміну від простого «капелюх» термін «капелюшок» позначає лише жіночі головні убори. Те саме і з рукавичками, що означають виріб з тонкої тканини, шкіри, бавовняних ниток і т. ін. з відділеннями для всіх пальців, тоді як рукавиці – це предмет одягу для кистей рук, у якому є два відділення: одне для великого пальця, а інше – для всіх інших пальців [1].

2.2. Проблеми перекладу лексики сфери моди та шляхи їх вирішення

2.2.1. Переклад складних термінів

Складні терміни – це терміни, що мають один або кілька атрибутивних елементів. Тобто, в їхньому складі можна виділити означення та означувальне(-і) слово-(а). В. Карабан пише, що переклад таких термінів поділяється на два етапи. Аналітичний етап передбачає ідентифікацію окремих елементів складного терміну, переклад кожного з них та визначення семантичних відносин між компонентами. Під час синтетичного етапу відбувається «вибудування компонентів у залежності від зазначених семантичних відносин і отримання остаточного перекладу» [8, ст. 383].

Трапляються випадки, де прийнятний кальковий переклад: *a glittering going-out top* – блискучий нарядний топ, *loose patchwork indigo dress* – широка клантикова індиго-сукня, *medieval-retro look* – середньовічний ретро-лук. Проте, переважна

більшість термінів вимагає додаткових трансформацій. Із проаналізованої вибірки складних термінів 80% в перекладі мають прийменник «з\із»: *white snakeskin pumps* – білі туфлі на підборах **зі** зміїної шкіри, *glittering sequin camisoles* – блискучі топни з паетками, *sharp-shouldered jackets* – жакети **зі** строгою лінією плечей. Рідше також застосовуються й інші прийменники, як-от «на» та «до»: *a linen Jackie O–style button-down shirtdress* – ляна сукня-сорочка **на** гудзиках у стилі Джекі Кеннеді, *full-length evening gown* – вечірня сукня **до** підлоги. Ще один спосіб перекладу таких термінів – з використанням сполучників «що/який»: *below-the-knee skirt* – спідниця, **що** прикриває коліна, *mannish shirts* – сорочки, **що** нагадували чоловічі, *snake print tunic* – туніка з малюнком, **що** імітує зміїну шкіру. Щоправда терміни, що містять в собі такі підрядні конструкції, зазвичай досить громіздкі, а це може негативно вплинути на текст, особливо, коли йдеться про аудіовізуальний переклад. Останній приклад такого терміну (*snake print tunic*) взято з документального фільму. Оригінальний термін складається з трьох компонентів, тоді як в перекладі фіксуємо аж 5 самостійних частин мови. Як наслідок, закадровий голос у фільмі не збігається із зображенням, що спотворює цілісне сприйняття інформації. Відтворення складних термінів із великою кількістю означень можливе і за допомогою пунктуації: *tight, slightly shiny black trousers* – чорні штани – **обтислі і трохи блискучі**. Через відмінність мовних норм іноді в перекладі доводиться замінювати одні частини мови іншими: *compulsive shopping behaviour* – бажання імпульсивно купувати речі.

Отже, переклад складних термінів вимагає глибокого розуміння значення терміна та контексту, зваженого вибору належної трансформації та орієнтації на потреби цільової аудиторії.

2.2.2. Переклад метафоричних термінів модної тематики

Метафоризація – один із способів творення термінів. Метафоричні терміни – це терміни, які утворилися шляхом перенесення назви з одного предмета на інший на основі подібності [4]. Чи не найголовнішою функцією метафоризації є пояснення нового поняття за допомогою вже знайомої інформації, що досягається завдяки образності. Переклад таких термінів може бути досить проблематичним, адже в їхній основі лежать асоціації, зіставлення та порівняння, ґрунтовані на певній картині світу. Як відомо, між картиними світу різних культур існують великі розміжності. До того ж, модна галузь сьогодні активно розвивається, що супроводжується появою нових термінів, які треба номінувати. Одним із найпоширеніших способів номінації нових термінів є саме метафоризація, що підтверджує актуальність дослідження проблем перекладу цієї групи термінів.

<i>pencil skirt</i>	<i>спідниця-олівець</i>
---------------------	-------------------------

<i>batwing sleeves</i>	<i>одяг із рукавами «летюча миша»</i>
------------------------	---------------------------------------

Більшість мовознавців поділяють думку, що загалом переклад метафоричних термінів зводиться до трьох способів [4]. Перший – переклад із відтворенням того самого образу, інакше кажучи, калькування. Поняття «олівець» та «летюча миша» доволі універсальні, тому не викликають непорозумінь, саме тому калькування тут – вдале рішення. Варто звернути увагу на способи творення термінів у перекладі: за допомогою складного іменника та лапок.

<i>cigarette pants</i>	<i>штани-дудки</i>
------------------------	--------------------

<i>diamond cut-outs</i>	<i>ромбоподібні вирізи</i>
-------------------------	----------------------------

<i>ripped fishnet</i>	<i>рваний топ-сітка</i>
-----------------------	-------------------------

Другий спосіб – переклад із залученням іншого, знайомого аудиторії мови перекладу, образу, що пов’язане з нелінійним сприйняттям одного об’єкта різними культурами. Назва завужених штанів довжиною до щиколотки англійською мовою відсилається до цигарок, тоді як українською – до дудочок. Втім, подекуди в українських текстах зустрічається і переклад цього терміну шляхом калькування: *штани-цигарки*. Вибір відповідника залежить від вподобань перекладача. Лексема «diamond» має два словникові відповідники: діамант і ромб. Вибір відповідника залежить від контексту: українською мовою, коли говорять про форми, зазвичай послуговуються геометричними термінами. В останньому прикладі передано образ сітки, проте вилучено відсилку до саме рибальської сітки, адже така конкретизація не несе додаткового значення.

<i>Mandarin-collared</i>	<i>комір-стійка</i>
--------------------------	---------------------

<i>A-line skirt</i>	<i>сукня, розширена донизу</i>
---------------------	--------------------------------

<i>the Empire waist</i>	<i>висока талія</i>
-------------------------	---------------------

Третій спосіб – переклад лише денотативного змісту із вилученням метафоричності. До такої трансформації вдаються у випадку, якщо переклад попередніми способами не зможе адекватно передати зміст. Зазвичай образ в таких термінах має культурне, історичне чи будь-яке інше підґрунття, незрозміле аудиторії іншої мови. Тож, задля точного тлумачення варто пожертвувати метафоричністю та скористатися описовим перекладом. У першому прикладі термін отримав свою назву, тому що сорочка з таким коміром була уніформаю

бюрократів у Китаї епохи Цін. В англійській мові цей термін зафіксований в словнику на відміну від української. Саме тому в перекладі підібрано нейтральний словниковий відповідник, що повністю передає суть. Другий термін перекладено із введенням дієприкметникового звороту, через що втрачається стислість терміну. Як вже було зауважено, коли йдеться про геометричні форми, часто оперують геометричними поняттями. Варіант «сукня-трапеція» вдало передав би силует такої сукні. До того ж, останнім часом у всіх сферах спостерігається тяжіння до інтернаціоналізації термінів, тому калька «сукня *A-силуету*» теж можлива, адже графічний образ цієї літери в нашій мовній парі збігається. Останній приклад теж має історичну прив'язаність, адже силует із завищеною талією набув популярності за часів Першої Французької імперії. Насправді цей термін має ще один відповідник – «*силует ампір*», що є транскодуванням з французької. Вибір способу перекладу залежить від багатьох факторів, один з яких – цільова аудиторія. Отож, якщо текст має загальне спрямування – відповідник має бути зрозумілим всім, а тому перекладати краще шляхом відтворення денотативного змісту, якщо ж спеціалізація вузька – можна вдатися й до транслітерації і за необхідності додати примітку з поясненням.

Метафоризація в номінації термінів має за мету точно передати певне поняття за допомогою аналогії. Через різні картини світу культур в перекладі часто втрачається образність терміну. Найпоширенішими способами перекладу є калькування, пошук образу-аналогу, описовий переклад та транскодування. Вибір якнайкращої стратегії залежить від цільової аудиторії, типу тексту та смаку перекладача.

2.2.3. Відтворення власних назв

Термінологія сфери моди містить велику частку слів, що є власними назвами. Сюди входять назви брендів, модних будинків, колекцій, видань, окремих

предметів гардеробу і т.д. Коли мова йде про переклад власних назв, то найпоширенішими перекладацькими трансформаціями вважаються транслітерація, транскрипція, калькування, нульовий переклад.

<i>Manolo Blahnik stilettos</i>	<i>шпильки від Manolo Blahnik</i>
---------------------------------	-----------------------------------

<i>Balenciaga sweatshirt</i>	<i>світшот від Balenciaga</i>
------------------------------	-------------------------------

Класична вітчизняна перекладознавча література рекомендує застосовувати транскодування при перекладі чи не всіх типів власних назв. Проте на практиці останнім часом спостерігається тенденція до нульового перекладу, переваги якого підтверджує багато фактів, особливо, коли йдеться про назви брендів. По-перше, бренд або марка – це комплекс понять, які узагальнюють уявлення людей про відповідний товар, послугу, компанію або особистість [1]. Часто назва бренду пов'язана ще й з логотипом, головна мета яких – глобальна впізнаваність бренду, незалежно від мови, культури, тощо, адже впізнаваність рівноцінна комерційному успіху. При перекладі ця мета нівелюється. Нульовий переклад в такому випадку не створюватиме розбіжностей між назвою та логотипом. По-друге, лінгвістичне вираження назви бренду зазвичай сприймається не лише, як набір літер чи слів, а як окремий візуальний образ. Транслітерація порушує такий ефект, а іноді і зовсім спотворює оригінальне звучання імені у зв'язку з неможливістю передати певні звуки іноземної мови.

<i>waxed Barbour jacket</i>	<i>прорезинена куртка «Барбур»</i>
-----------------------------	------------------------------------

<i>Versace suit</i>	<i>костюм Версаче</i>
---------------------	-----------------------

По-третє, аудиторії, яка не володіє мовою оригіналу, транслітерована назва нічого не принесе, окрім набору складів, які важко вимовити, тоді як в аудиторії, що володіє іноземною мовою, не виникне особливих проблем з прочитанням оригінальної назви в нульовому перекладі. Є припущення, що в наведених вище прикладах назви транслітеровані через високий ступінь відомості даних брендів, впізнаваність яких легко ідентифікуються вже завдяки звуковій моделі імені. Транслітерація також вважається прийнятною тоді, коли власна назва в перекладі стає прикметником: *Chanel jackets* – *шанелівські жакети*. Часто назви брендів є епонімічними, тобто утворені від імені чи прізвища дизайнера чи креативного директора. В тих випадках, коли йдеться про особу – ім'я необхідно транслітерувати, якщо ж йдеться про бренд – використовувати нульовий переклад.

особа	<i>It was created by Coco Chanel.</i>	<i>Це створила Коко Шанель.</i>
бренд	<i>mini-skirted Chanel suit</i>	<i>костюм Chanel із міні-спідницею</i>

особа	<i>Lee Alexander McQueen was a British fashion designer and couturier.</i>	<i>Лі Александр Макквін був видатним британським дизайнером і модельєром.</i>
бренд	<i>Design houses such as Vivienne Westwood and Alexander McQueen pick up on these street-fashion trends.</i>	<i>Модні будинки на кшталт Vivienne Westwood та Alexander McQueen підхопили тренди стріт-стайлу.</i>

При перекладі власних назв модної індустрії досить часто використовується трансформація додавання. Аудиторія мови оригіналу відразу захоплює імпліцитні значення певних власних назв, особливо, якщо тремін певним чином пов'язаний з країною її походження. Водночас, для того, щоб повноцінно передати значення

терміну в українському перекладі, необхідно уточнити потенційно невідому інформацію: *Anderson & Sheppard* – **ательє** «*Anderson & Sheppard*», *Harris tweed* – **картатий твид** з **острівів** *Garric*, *to win British Designer of the Year* – **отримати премію** «*Британський дизайнер року*». Іноді термін несе в собі більше інформаційне навантаження, тому одного уточнювального слова недостатньо. В такому випадку перекладач додає примітку з необхідною додатковою інформацією: *Yeezy Boosts* – **кросівки** *Yeezy Boosts* (додано примітку: *кросівки, створені американським репером Каньє Вестом для Adidas*), *clothes from Hot Topic* – **речі** з магазину *Hot Topic* (додано примітку: *американська мережа магазинів неформального одягу*).

Власні імена досить часто несуть в собі культурне, історичне чи індивідуальне навантаження, відтворення якого вимагає застосування низки перекладацьких трансформацій. Щоб належним чином передати власну назву необхідно дослідити її походження та культурний контекст, взяти до увагу звукову форму слова та цільову аудиторію.

2.2.4. Особливості перекладу кольоролексики

Кольороназви в певному контексті можуть виконувати різноманітні функції: естетичну, описову, декоративну, експресивну, символічну. Лексика і англійської, і української мови постійно поповнюється новими назвами на позначення кольору. У світі моди колір відіграє визначальну роль, адже мода насамперед – явище візуальне. Колір – один із основних способів і для дизайнерів, і для споживачів самовиразитися та передати індивідуальний стиль, ідею, відсилку до певної культури. Людське око може розрізняти близько 10 мільйонів кольорів [38]. Однак, їх сприйняття й номінація до певної міри зумовлена культурно-історичним розвитком. До прикладу, народи півночі мають у своїй мові багато слів на позначення відтінку снігу, тоді як в європейських мовах їхні відповідники відсутні, адже око цих народів не сприймає такі відтінки. Ще один всім добре відомий

приклад – *блакитний* та *синій* в українській мові, які англійською передаються як *light-blue* і *dark-blue* відповідно. І хоч в парі англійська-українська так звані базові або прямі кольори мають словникові відповідники, проблема відтворення назв «специфічних» відтінків все одно існує.

Всі назви кольорів можна поділити на прямі, тобто однослівні назви, що належать до провідних лексем-колоронімів та є абстрактними та найменш мотивованими, та непрямі, тобто такі, що носять метафоричний чи асоціативний характер. Іноді кольоративи вживаються з додаковими компонентами, які можуть позначати інтенсивність кольору, комбінацію кольорів, емоційно-естетичну оцінку. Переклад кольороназв з перших двох типів не викликає особливливих труднощів, адже зазвичай здійснюється шляхом підбору словникових відповідників: *dark-green* – *темно-зелений*, *deep-purple* – *темно-фіолетовий*, *greens and browns* – *брунатно-зелені барви*. Назви кольорів, що носять емоційно-естетичну оцінку здебільшого ґрунтуються на асоціативній номінації, що тісно пов’язана з картиною світу мовця, через що відтворити такі лексеми іншою мовою може бути проблематично. Рогляньмо наступні приклади.

<i>in citrus hue</i>	<i>жовтого чи оранжевого кольору</i>
<i>tangerine swimsuit</i>	<i>помаранчевий купальник</i>
<i>ocean blue</i>	<i>колір морської хвилі</i>
<i>pillar box</i>	<i>вогняно-червоний колір</i>

Попри те, що деякі слова, які творять асоціативний елемент в кольораназвах, присутні в українській мові, ми не можемо скористатися дослівним перекладом і

зупинитись на таких варіантах, як-от *цитрусовий відтінок, мандариновий купальник чи океано-блакитний*, адже вони не притаманні українській мові та звучать неприродно і екзотично, звісно, якщо досягнення такого ефекту не є метою. Натомість варто шукати більш усталені варіанти таких виразів, тобто адаптувати їх до мови перекладу, чи то шляхом вилучення асоціативного елементу і заміни його звичайним кольором, чи то застосуванням сталого відповідника, що зберігає асоціативність. Щодо останнього прикладу, то адаптація тут є єдиним можливим варіантом передачі кольору, адже поняття «pillar box», що означає «різновид поштової скриньки, який у Сполученому Королівстві», належить до слів-реалій, дослівний переклад яких зовсім нічого не скаже аудиторії. Описовий переклад, який часто застосовується в процесі перекладу таких слів, теж недоречний, адже назва кольору вийде занадто громіздкою: *відтінок червоного кольору, яким фарбують британські поштові скриньки*. Натомість колір передано шляхом використання відомих аудиторії слів на позначення кольору. Хорошою стратегією в таких випадках є залучення візуальних матеріалів, коли перекладач на основі зображення кольору, намагається відтворити відтінок, підбираючи необхідні слова. На основі Рис. 1, 2 і 3 відтінки *marigold*, *ecru* та *maroon* можна відтворити як *померкло-помаранчевий, тьмяно-бежевий та темно-бордовий* відповідно.



Рис. 1. Marigold



Рис. 2. Ecrú



Рис. 3. Marron

Отож, переклад кольоролексики – проблематичне завдання, оскільки значення й асоціації сильно різняться в культурах і мовах. Важливо підійти до завдання з

урахуванням цих відмінностей, щоб гарантувати, що переклад буде точним і зрозумілим для цільової аудиторії.

2.2.5. Переклад сленгу, ідіом та висловів модної індустрії

Кожна царина володіє певною кількістю сталих висловів, значення яких може бути переносним та незрозумілим із самих компонентів виразу. Такі вирази часто характеризуються емоційно-експресивним забарвленням, образністю, прив'язаністю до певної культури. Переклад таких лексем може виявитися непростим, адже необхідно правильно розшифрувати значення виразу, відшукати вдалий відповідник та зберегти емоційно-експресивне та стилістичне забарвлення. Розгляньмо два наступні речення.

<i>Though I served up fierce 'lewks' on the runway, the truth is I'm an introvert and a keen observer of those around me.</i>	<i>Хоч я й перевтілювалась у яскраві образи на подіумі, насправді я інтровертка, що зацікавлено спостерігає за людьми навколо.</i>
---	---

<i>Thankfully, the actor wasn't sporting too much 'bling'.</i>	<i>На щастя, актор не одягнув занадто багато блискучих прикрас.</i>
--	---

У двох випадках виділені лексеми належать до сленгових слів. Згідно з словником lewk – сленговий термін, що позначає незвичний, екстраординарний образ, що виділяється з-поміж інших. Bling – сленговий термін, що позначає показні ювелірні вироби, які носять як свідчення багатства чи статусу; загалом, дорогі та показні речі. З-поміж найпоширеніших варіантів перекладу сленгу, як-от транслітерація, калькування, пошуку схожого виразу в мові перекладу, описового перекладу, перекладачі обох речень зупинилися саме на останньому. В першому випадку

сленгове слово не тільки додає експресивності реченню, а й звучанням нагадує термін «look». Зрозуміло, що українською мовою відтворити цей ефект не вийде, тому лаконічний описовий переклад з мінімальною кількістю слів – один з варіантів, що здатен адекватно передати значення виразу. Однак, щоб зберегти експресивність, можна пошукати більш стилітично забарвленні синоніми слову «образ»: *шати, одіж, убрання, наряд*. Переклад другого речення вийшов приблизним, адже не передає всіх значень, закладених в оригінальне слово. Знову ж таки, стилітично забарвленні синоніми до слова «блискучий» змогли б краще відтворити зміст сленгового вислову.

<i>to dress to the nines</i>	<i>наряджатися</i>
------------------------------	--------------------

<i>to fit like a glove</i>	<i>сісти ідеально</i>
----------------------------	-----------------------

В обох випадках прослідковуємо нефразеологічний переклад, тобто відтворення змісту ідіом без залучення елементів ідіоматичності. Здебільшого до такої трансформації вдаються, коли в мові відсутній фразеологічний евівалент чи аналог. Часто внаслідок такого перекладу вираз втрачає експресивність, проте, в цих прикладах така втрата – мінімальна, адже в першому випадку маємо не просто нейтральне «святково одягатися», а «наряджатися», що вже має в собі певний ступінь емоційного забарвлення. Щодо другого прикладу, то відсутність прийому порівняння в перекладі компенсується відносним прикметником «ідеальний», що передає вищий ступінь якості.

<i>disguised in the same wolf's clothing</i>	<i>перебраний в однаковісінкі вовчі шкури</i>
--	---

<i>clothes make the man (and woman)</i>	<i>одяг прикрашає людину</i>
---	------------------------------

Ці ідіоми перекладені за допомогою еквівалентних фразеологічних одиниць, тобто таких, які повністю збігаються в двох мовах. Саме такий переклад вважається найбільш бажаним, адже так зберігається і точний зміст, і образність, і експресивність виразу. Втім, таких збігів трапляється небагато.

<i>wallflower</i>	<i>сіра мишка</i>
-------------------	-------------------

<i>from drab to fab</i>	<i>попелюшка перетворюється на принцесу</i>
-------------------------	---

В цих випадках перекладач влучно застосував відповідники-аналоги, тобто еквіваленти, що мають ідентичне значення, але ґрунтуються на іншому образі. Варто зазначити, що в другому прикладі слова в оригінальній ідіомі римуються, проте відсутність цього ефекту в перекладі компенсується іншим – залученням яскравого образу про Попелюшку, пов'язаного із зміною вбрання, що є влучним варіантом як для перекладу у сфері моди.

<i>Sloppy Joe</i>	<i>мій милий оверсайз</i>
-------------------	---------------------------

<i>He was the Saint Laurent of the year 2000.</i>	<i>Він був провісником 2000-го року.</i>
---	--

Вираз «Sloppy Joe» за словником має два значення, одне з яких стосується тематики одягу: довгий светр вільного крою. Переклад здійснено шляхом генералізованої передачі значення поняття, що робить термін досить нейтральним. Зважаючи на те, що це назва одного з розділів книги, перекладачу необхідно було зберегти і

стилістичну складову та образність відповідника, тому додані такі лексеми як «*мій*» і «*милий*», що надають невиразному терміну «оверсайз» експресивності. В другому прикладі особа, з великою ймовірністю, порівнюється з французьким модельєром Івом Сен-Лораном, який здійснив культурну революцію у світі моди. Перекладач вирішив вилучити пряме порівняння, натомість обираючи більш загальний термін, що не зовсім відтворює ориганільне значення виразу. Можливо, однією з причин такої стратегії було небажання відтворювати конкретне ім'я дизайнера, проте, це видається не зовсім логічним, адже більшій частині цільової аудиторії це ім'я має бути знайомим.

Отож, попри те, що переклад сленгу, ідіом та висловів модної індустрії може викликати неабиякі труднощі, аналіз матеріалів доводить, що знайти вдалі відповідники можливо. Найбільш бажаним способом є пошук рівнозначного еквіваленту, проте таких збігів в українській та англійській мовах дуже мало. Тому, поширеними варіантами відтворення таких лексем є аналоговий та описовий переклад. Водночас збереження експресивності та образності оригінального виразу відбувається за допомогою підбору або додавання, стилістично забарвлених слів та вибору аналогів, що відсилаються саме до сфери моди, а не якоїсь загальної тематики.

2.3. Застосування технологій штучного інтелекту в перекладі термінології

Термінологія сфери моди постійно поповнюється новими лексичними одиницями, адже серед головних характеристик царини є новизна та швидкоплинність. Дизайнери створюють нові силуети, тенденції змінюються кожного сезону. Здебільшого такі слова творяться досить оригінальними та складними способами, що обтяжує їхній переклад. А той факт, що українська та англійська – мови різні в багатьох аспектах, робить це завдання ще складнішим. Як наслідок, значна частка термінів взагалі не має відповідників в українській мові. Є

припущення, що одним із можливих вирішень цієї проблеми можуть стати технології штучного інтелекту.

У 2022 році лабораторія «OpenAI» розробила чат-бот зі штучним інтелектом, що зветься «ChatGPT». Навчена на величезному обсязі текстових даних, ця система обробляє запити користувачів та пропонує відповідь на них. ChatGPT можна використовувати для різноманітних завдань, серед яких і переклад. Щоб з'ясувати здатність чат-боту створювати адекватні україномовні відповідники та перспективи використання інструментів ШІ в галузі перекладу, було проведено експеримент, під час якого було вибрано кілька термінів, що не мають україномовних еквівалентів, та проаналізовано запропоновані системою та реальними перекладачами відповідники.

В англійській мові тематична підгрупа на позначення плечового одягу досить об'ємна. Зокрема, відсутність відповідників деяких елементів вбрання в українській мові пов'язана чи то через нерозповсюдженість певних фасонів, чи то через складність підібрати стислі та лаконічні еквіваленти. До прикладу, термін «halter top» здебільшого або транслітерують, або лишають в нулевому перекладі, або перекладають так: *топ, короткий топ, топ без бретельок, вузький топ, топ з відкритими плечима*. Як бачимо, жоден з перекладів не відтворює точного значення терміну, адже halter top – це топ з лямкою, перекинutoю через шию. Ось варіанти, які пропонує ChatGPT: *топ з зав'язкою на шиї, топ-галтер, топ з відкритою спиною і зав'язкою на шиї, жіночий топ з кріпленням на шиї, топ зі стильними бретелями на шиї, топ зі шийними ремінцями*. Запроновані варіанти покладаються на описовий переклад, як і роблять перекладачі, працюючи з цим терміном, тільки от варіант перекладача-людини більш стилістично виважений.

Tube top – це жіночий плечовий одяг без плечей та рукавів, який огортається навколо верхньої частини тулуба. В українських текстах зазвичай цей термін перекладають шляхом генералізації: *топ*. Варіанти ChatGPT: *топ-труба, безплічний топ, топ без бретелей, топ з трубчастим вирізом, топ-безбретелевий,*

безрукавка для дівчат. Відповідники не дуже вдалі, бо, до прикладу, є багато інших фасонів топів без бретелей, а кальковий переклад «топ-труба» викликає не такі асоціації, як в оригіналі. Однак, в цьому випадку доречно буде піти шляхом асоціацій і дібрати відповідник, що відтворюватиме такий ефект, як-от «*топ-смужка*».

Проблематичні для перекладу є вирази, що описують різноманітні стилі вбрання. Power dressing – це стиль, який дозволяє жінкам утвердити свій авторитет у професійному та політичному середовищі, де традиційно домінують чоловіки. Термін має об’ємне інформаційне навантаження, тож знайти стислий український відповідник, що передасть всі відтінки значення досить складно. Як наслідок, майже всюди застосовується нульовий переклад цього терміну. ChatGPT пропонує такі еквіваленти: *одяг для успішних людей, одяг, що підкреслює владу та авторитет, одяг з підсиленою владою, одяг для підвищення статусу, одяг, який показує, що ви впевнені у своїй силі та можливостях*. Доречність таких описових варіантів визначається контекстом та цільовою аудиторією. Втім, однією з ознак терміну є стислість та лаконічність. Беручи до уваги, що елементами power dressing-у є традиційний професійний одяг, як-от костюми, сукні, сорочки, а також аксесуари на кшталт годинника, елегантного взуття та структурованої сумки, то відповідник «*діловий стиль*», що зустрівся під час аналізу матеріалів, цілком передає суть поняття.

Total white, total black, total denim (і подібні вирази такого плану) – терміни, які доволі важко відтворити українською в такій лаконічній формі, як оригінал. Іноді переклад вимагає творчого підходу. Ось еквіваленти перекладачів-людей, які зустрічаються в мережі: *суто білий образ, повністю білий образ, тотал вайт, білобарвний образ, однобарвний білий образ, білий монохром*. Ось що пропонує ChatGPT: *одяг, де всі речі білого кольору, комплект повністю білого кольору, білий образ "все включено", білий від голови до п'ят*. Останній варіант свідчить, що серед

«сухих», фактично підкріплених відповідників іноді трапляються і стилістично-забарвлені, що можуть чудово вписатися в певні тексти.

Fashion statement – це вираз, що використовується для опису елемента одягу, аксесуару або стилю, який робить враження та допомагає виразити індивідуальність або ставлення до моди. Це може бути одяг, взуття, головний убір, прикраса або інші деталі, які відрізняються від традиційних стандартів та привертають увагу. В українській мові немає усталеного відповідника терміну. В перекладах його транскодують, вилучають (*statement accessories – аксесуари*), підбирають найбільш наближені до смислу означення (*statement sandals – оригінальні сандалі, statement-making style – яскравий стиль*), перекладають буквально (*even “boring” clothes still make a certain kind of statement – навіть «нудні» речі сприймаються як своєрідне висловлювання*), вдаються до смислового розвитку (*to make sartorial fashion statements – символізувати світові про себе за допомогою одягу*). Всі ці стратегії є прийнятними в певному контексті, деякі досить вдало передають суть. Проте, іноді термін існує сам по собі, без контексту, в таких випадках особливо гостро відчувається необхідність усталеного словникового відповідника. ChatGPT, що може перекладати без контексту, пропонує такі варіанти: *виразний елемент стилю, модний акцент, модна деталь, елемент індивідуального стилю, індивідуальний модний підхід, модна витриманість*. Перші чотири еквіваленти доволі вдало відтворюють суть поняття, а головне стисло та лаконічно.

Отож, по завершенню експерименту можна зробити висновок, що в двох із п'яти запитів чат-бот «ChatGPT» згенерував дійсно прийнятні відповідники, що вдало передають суть терміну-оригіналу. В більшості випадків система пропонує еквіваленти, в основі яких лежить описовий переклад. Такі переклади з легкістю здійснюють і перекладачі-люди, відповідники яких відповідають мовним нормам та більш стилістично виважені. Втім, ChatGPT іноді здатен підібрати еквіваленти, створені оригінальним способом, як-от залучення фразеологізмів чи нетипових мовних конструкцій. Тож, ChatGPT – хороший інструмент, який може допомогти

перекладачу в його роботі, однак не здатен замінити його знання та досвід. Переклад – це складний процес, який вимагає розуміння культурних, соціальних та історичних контекстів двох мов, а також певного рівню ерудиції в темі матеріалу, що підлягає перекладу.

Висновки до розділу 2

Проаналізувавши переклад термінології сфери моди в книгах та документальних фільмах, зроблено наступні висновки:

1. Англійська та українська мови описують різні картини світу, мають свої особливості будови та тенденції номінації слів, в результаті чого терміни спеціалізованих галузей викликають труднощі в перекладі. Задля вирішення таких труднощів запропоновано поділити термінологію на окремі тематичні групи, в межах яких можна окреслити найбільш поширені та вдалі перекладацькі стратегії та трансформації.

2. Найчастіше на вибір певної трансформації впливає контекст, цільова аудиторія, мета тексту, необхідність зберегти емоційно-експресивне та стилістичне забарвлення, стиль письма автора, сучасні тенденції відтворення певних лексичних одиниць (як-от у власних назвах), особисті вподобання перекладача.

3. Через те, що термінологія модної індустрії постійно поповнюється словами-неологізмами, виникає потреба у вчасному та адекватному перекладі їх українською мовою. Технології штучного інтелекту вважаються одним із способів вирішення такої проблеми. Із стрімкою популярністю чат-боту «ChatGPT» постало і питання перспективи використання цього інструменту в галузі перекладу. В результаті проведеного практичного інструменту було встановлено, що в двох із п'яти запитів чат-бот «ChatGPT» запропонував дійсно адекватні відповідники. Це свідчить про неможливість заміни реального перекладача, втім не відкидає перспективи застосування чат-боту з метою часткової допомоги перекладачу.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Метою роботи було дослідити особливості та труднощі перекладу термінології сфери моди. За результатами проведеного дослідження можна зробити наступні висновки.

1. Термінологічний склад мови – рушій наукового прогресу країни, що потребує постійного вивчення та вдосконалення. Проаналізувавши значну кількість трактувань слова «термін», а також беручи до уваги ознаки терміна, запропоноване власне визначення: термін – словесне позначення певного поняття в спеціалізованій галузі, що має чітку дефініцію та є частиною певної термінологічної системи. Термінотворчий процес, що складається з чотирьох етапів: сфери функціонування, сфери фіксації, уніфікації термінів та стандартизації, – невід’ємний елемент термінознавства. Велика частка термінів в українській мові з’являється внаслідок глобалізації, мовою якої є англійська. Як наслідок, задля забезпечення якісного термінотворчого процесу часто нові терміносистеми необхідно формувати за посередництвом перекладачів. Здобутки термінознавства сприяють потребам перекладознавства. Функціональні вітчизняні терміносистеми та термінологічні бази полегшують роботу перекладачів, труднощі яких нерідно пов’язані саме з термінологією.

2. Дискурс моди умовно існує в чотирьох вимірах: журнали, соціальні мережі, каталоги, література та кіно. Усний та письмовий модний дискурс можна поділити на журналістику, критичний розбір, історію моди, мемуари, прогнозування модних тенденцій, маркетинг у сфері моди. Учасники дискурсу послуговуються спеціальною термінологією, повноцінний переклад якої вимагає обізнаності перекладача у сфері.

3. Якісний переклад залежить від глибокого аналізу всіх можливих чинників, дотичних до одиниці перекладу, саме тому формування, класифікація, способи творення термінології не повинні лишатися поза увагою перекладача. В

процесі дослідження було встановлено, що термінологія сфери моди в основному формується за участю зовнішніх соціокультурних факторів. Лексико-семантичне поле термінології моди досить широке, внаслідок чого в роботі було виділено дванадцять тематичних груп, що далі поділяються на вузчі підгрупи. Найпоширенішими способами творення термінології сфери моди є суфіксація, префіксація, усічення основи, словоскладання, словозлиття, акронімізація, конверсія, епонімізація, топонімізація, запозичення, іконічна номінація, утворення словосполучень.

4. Через різні картини світу, особливості будови мов, відсутність відповідників, терміни спеціалізованих галузей обтяжують переклад термінології. Серед найбільш актуальних перекладацьких трансформацій, що націлені на подолання таких труднощів, можна назвати пошук еквівалента, смисловий розвиток, конкретизацію і генералізацію значення слова, додавання, вилучення, транскодування, описовий переклад, калькування, нульовий переклад. Вибір трансформації залежить від контексту, цільової аудиторії, лексико-семантичної групи, до якої належить термін, способу творення, мотивації номінації та ін.

5. В процесі аналізу практичних матеріалів було визначено, що поміж найбільш суттєвих проблем перекладу термінології моди сьогодення є проблема доречності транскодування, про що свідчить такий спосіб відворення великої частини термінів-неологізмів в мережі. Шляхом зіставлення переваг транскодування та питомого відповідника, можна дійти висновку, що пріоритет варто віддавати власномовному еквіваленту, оскільки такий відповідник завдяки своїй прозорій формі не викличе спантеличень цільової аудиторії, сприятиме збагаченню та розвитку української мови. Доречність транскодування визначається контекстом, цільовою аудиторією та метою тексту.

6. В практичній частині зібраний матеріал поділено на окремі комунікативні ситуації та лексико-тематичні групи, що можуть викликати труднощі при перекладі термінології сфери моди. Попри значні відмінності української та

англійської мови аналіз показав, що вдале повноцінне відтворення лексичних одиниць можливе та підтверджує думку, що теоретично будь-якою мовою можна виразити що завгодно, але способи передачі інформації різнитимуться. Переклад термінів сфери моди у вибраних публіцистичних книгах та документальних фільмах здійснювався шляхом використання наступних стратегій: а) зважання на контекст, екстралінгвістичних факторів та цільову аудиторію, що є чи не одними із наважливіших аспектів перекладу; б) адаптація термінів, в основі яких лежить чужоземна картина світу; в) залучення візуальних матеріалів; г) заміна одного художнього засобу в оригіналі іншим в перекладі з метою збереження експресивності; ґ) пріоритетність точного тлумачення терміну над збереженням образності; д) використання слів-синонімів словникового відповідника терміну в оригіналі задля збереження стилю; е) вибір аналогів, що відсилаються саме до сфери моди, а не якоїсь загальної тематики, особливо при перекладі сленгу, ідіом та висловів; є) визначення об'єму інформаційного навантаження терміну, із чого випливає необхідність застосування або трансформації додавання, або вилучення; ж) перевага відтворення звукової форми чи слова над візуальною формою і навпаки в перекладі власних назв; з) уникнення громіздких термінів, особливо в аудіовізуальному перекладі; и) користування морфологічним потенціалом української мови, що відсутній в англійській, як-от застосування слів-димінутивів.

7. Через притаманні модній індустрії новизну та швидкоплинність, термінологія сфери постійно поповнюється неологізмами, що творяться нетиповими оригіальними способами, наслідком чого є відсутність відповідників таким термінам в українській мові. Практичний експеримент, націлений на перевірку здатності розробленого у 2022 році чат-боту «ChatGPT» створювати адекватні україномовні відповідники та перспективи його використання в галузі перекладу, показав, що система згенерувала прийнятні відповідники у двох з п'яти випадках. Згідно із спостереженнями задля відтворення термінів, що не мають відповідників в українській мові, ChatGPT потенційно може пропонувати

самобутні варіанти перекладу, в основі яких лежить фразеологізм, нетипова мовна конструкція чи гра слів, проте здебільшого він послуговується описовим перекладом, який не зрівняється із стилістично виваженим описовим перекладом перекладача-людини.

Проведене дослідження виявило, що питання розвитку фахових терміносистем особливо у відносно вузьких сферах, як-от модна індустрія, вимагає ґрунтовного вивчення і з мовознавчої, і з перекладознавчої перспективи. Свідченням цього є відсутність словникових усталених відповідників або поширеність не зовсім коректних еквівалентів великої кількості термінів. На основі прикладів оригіналу та перекладу було виділено та запропоновано можливі стратегії відтворення термінології сфери моди кількох окремих лексико-тематичних груп, що часто залежать від контексту, типу та мети матеріалу, що перекладається, орієнтації на потреби цільової аудиторії. Ця робота відкриває й нові перспективи для подальших досліджень, серед яких можемо окреслити такі: подальше дослідження особливостей перекладу термінології сфери моди, дослідження стратегій уніфікації та формулювання порад до стандартизації, обґрунтування переваг та недоліків транскодування, переклад безеквівалентної лексики та здатність мов точно відтворювати такі поняття, перспективи використання штучного інтелекту в галузі перекладу.

SUMMARY

Yarmolka A. I. English and Ukrainian Fashion Terminology: Characteristics and Translation Challenges. — Qualification research paper, manuscript.

Graduation Thesis prepared for the Bachelor's Degree in 035.041 Philology — Translation from English and the Second Western European Language. — Taras Shevchenko National University of Kyiv — Kyiv, 2023. — 63 p.

Fashion as a socio-cultural phenomenon plays a significant role in today's world. It is a means of self-expression, a representation of cultural identity, as well as a driving force of the economy, social influence and change. The main characteristics of fashion are dynamism and transience. Therefore, the terminological system of the fashion industry is constantly expanding. The issue of rendering fashion terminology is especially relevant for the English-Ukrainian language pair, as it will contribute to the development of the Ukrainian terminological framework in the fashion industry, which in turn will stimulate cultural, linguistic, and professional advancements in the field.

Thus, the paper is devoted to the comprehensive study of English and Ukrainian fashion terminology, its characteristics and translation challenges. This goal required the completion of a number of tasks designed to investigate the basic concepts of terminology and its connection to translation studies, the concept of fashion discourse, the formation, classification, and methods of creation of the fashion industry terminology, as well as the relevant translation transformations used for in fashion industry terms. The structure of the work consists of an introduction, two chapters, conclusions to the chapters, general conclusions, and a list of references. In the first chapter, the intra- and extra-linguistic factors of the fashion terminology and the theoretical basis of its translation into the Ukrainian language are discussed. The second chapter is devoted to the analysis of tactics and strategies for the translation of certain groups of terms.

The research brings forth scientific novelty through its comprehensive analysis of the terminology of the fashion industry, the identification of certain groups of terms that may cause translation difficulties, a detailed study of the tactics of translating terms within such groups, as well as conducting a practical experiment, during which it was tested whether artificial intelligence, in particular, chat-bot "ChatGPT" is able to create adequate Ukrainian equivalents.

The research holds theoretical value as it contributes to the deepening of the foundations of translation theory, specifically in relation to fashion industry terminology. The practical significance lies in the possibility of using the results and conclusions of the work in the process of translating texts of the fashion industry, teaching translation or other philological subjects. Furthermore, the research can serve as a foundational framework for the advancement of related topics or further exploration in the field.

The conducted research revealed that the issue of the development of professional terminology systems, especially in relatively narrow areas, such as the fashion industry, requires a thorough study from both a linguistic and a translation perspective. This is evident through the absence of well-established dictionary equivalents or the prevalence of inaccurate and/or inconsistent translations for a significant number of terms. Based on the examples of the source texts and target texts, possible strategies for rendering the terminology of the fashion industry of several thematic groups, which often depend on the context, type and purpose of the translated material, orientation to the needs of the target audience, were identified and proposed.

Keywords: translation, terminology, specialized translation, professional terminology systems, fashion terminology, artificial intelligence in translation

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Академічний тлумачний словник української мови. URL: <http://sum.in.ua/>
2. Білозерська Л. П., Возненко Н. В., Радецька С. В. Термінологія та переклад. Навч. посібник для студентів філологічного напрямку підготовки. Вінниця: НОВА КНИГА, 2010. 232 с.
3. Волошинович Н. Особливості перекладу термінів сфери дизайну одягу та моди. Науковий журнал. 2017. Випуск 6. С.25-28.
4. Гончарова Т.І. Науково-технічні метафори англійською мовою. Харків, 1996. 122 с.
5. ДНК бренду, аутфіт і кампейн: що означають ці fashion-терміни. URL: https://lifestyle.24tv.ua/fashion/be_in_trend_slovnichok_fashion_terminiv_n1100053
6. Д'яков А. С. Основи термінотворення: семантичні та соціолінгвістичні аспекти : монографія. Київ: КМ Academia, 2000. 216 с.
7. Зарицкий М. С. Актуальні проблеми українського термінознавства: Підручник. К.: ІВЦ "Видавництво «Політехніка»"; ТОВ "Фірма «Періодика»", 2004. 128 с.
8. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Ч. Лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні труднощі / В. І. Карабан. Вінниця : Нова книга, 2001. 303 с.
9. Кияк Т. Р. Основи термінотворення. Семантичні та соціолінгвістичні аспекти. К.: Видавничий дім КМА, 2000. 270 с.
10. Коваленко Г. М. Англійська лексика моди ХХ-ХХІ століть : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2005. 17 с.
11. Кокоза Г. Дескрипції одягу в дискурсивно-прагматичному аспекті (на матеріалі сучасної англомовної публіцистики): автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04; Київ. нац. лінгв. ун-т. К., 2011. 20 с

12. Косенко О. П. Неологізми у фешн-індустрії / О. П. Косенко // Спецпроект: аналіз наукових досліджень: матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. : у 7 т. Дніпропетровськ, 2012. С. 71–73.
13. Кочерган Михайло Петрович. Загальне мовознавство : підручник для студ. філол. спец. вузів / М. П. Кочерган. К. : Академія, 1999. 288 с.
14. Крижанівська А., Симоненко Н. Актуальні проблеми утвердження наукової термінології. К., 1987
15. Кузнецова І. В. Конспект лекцій з курсу «Термінологія» для студентів 4 курсу спеціальності «Переклад» для усіх форм навчання. Запоріжжя, 2017. 86 с.
16. Лец С. Є. Незачесані думки/ Пер. з пол. К.: Дух і література, 2006. 288 с.
17. Лищенко О.Т. Відтворення термінів індустрії моди при перекладі (на матеріалі художнього фільму «Зізнання Шопполіка». Записки XVII Міжнародної конференції «Політ. Сучасні проблеми науки», 2017 – С. 65 -66.
18. Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ : ВЦ «Академія», 2007. Т. 2 : М Я. С. 497.
19. Мелько Х. Б. Особливості перекладу термінології моди в англійській мові (на матеріалі романів Софі Кінсели). Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис». 2017. Випуск 1. С. 44-48.
20. Михайленко О. А. Поняття “перекладацькі стратегії” як складова стратегічної компетенції. Педагогічні науки. 2014. Випуск 121. С. 148-154.
21. Мода // Вікіпедія: вільна енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%B4%D0%B0>
22. Огієнко І. Чудо над чудами: українська мова стала мовою державною й соборною. URL: <http://litopys.org.ua/ohukr/ohu17.htm>
23. Панько Т.І., Кочан І.М., Мацюк Г.П. Українське термінознавство. Львів, 1994. 216 с.

24. Пономарів О.Д. Стилiстика сучасної української мови: Підручник. 3-тє вид., перероб. і доповн. Тернопiль : Навчальна книга Богдан, 2000.
25. Птуха - Науковий вiсник Мiжнародного гуманiтарного унiверситету. Сер.: Фiлологiя, 2014. № 8 том 2.
26. Сапожник I. В., Зеленько Р. В. Лексико-семантичне поле «fashion» в сучасній англiйській мові. Науковi записки Нацiонального унiверситету «Острозька академiя». 2014. Випуск 8 с. 258-260.
27. Селiванова О.О. Сучасна лiнгвiстика: термiнологiчна енциклопедiя. Полтава : Довкiлля-К, 2006. 716 с.
28. Селiгей П. О. Пуризм у термiнологiї: український досвiд на європейському тлi / П. О. Селiгей // Мовознавство. 2008. № 1. с. 49-66.
29. Стребкова А. Є. Кременчуцький iнститут Днiпропетровського унiверситету iменi Альфреда Нобеля, Україна **ОСОБЛИВОСТI ПЕРЕКЛАДУ МЕТАФОРИЧНИХ ТЕРМIНIВ ЕКОНОМIЧНОЇ СПРЯМОВАНОСТI.**
30. Тараненко О. О. Дiєслово в контекстi сучасних тенденцiй до перегляду нормативних засад української лiтературної мови // Мовознавство. 2006. № 2-3. с. 62-66.
31. Франко I. Iз секретiв поетичної творчостi / ЛНВ. 1898, т. 1, ч. II
32. Фурт Д. В., Дмитрук Л. А. Термiнологiя: навчальний посiбник [Текст] / М-во освiти i науки України, Донец. нац. ун-т економiки i торгiвлi iм. М. Туган-Барановського, каф. iноземної фiлологiї, українознавства та соцiально-правових дисциплiн; Д. В. Фурт, Л. А. Дмитрук. Кривий Рiг : [ДонНУЕТ], 2020. 172 с.
33. Barnard, Malcolm. Fashion as Communication. Abingdon, Oxon: Routledge, 2013. 224 p.
34. Barthes, Roland. The Fashion System. Hill and Wang, 1983. 303 p.
35. Davis, Fred. Fashion, Culture and Identity. Chicago: University of Chicago Press, 1992. 226 p.

36. Graddol, D. The future of english. 1976. URL: <https://doi.org/10.1080/00358537608453197>
37. Hendrik J. Kockaert, Frieda Steurs. Handbook of Terminology. John Benjamins Publishing Company, 2015. 560 p.
38. Judd, Deane B.; Wyszecski, Günter (1975). Color in Business, Science and Industry. Wiley Series in Pure and Applied Optics (вид. third). New York: Wiley-Interscience. с. 388.
39. Kaiser, Susan B. Fashion and Cultural Studies. London: Bloomsbury Visual Arts, 2021. 288 p.
40. MILDRED L. LARSON. New. York 1984, University Press of America. 637 p.
41. Newmark, P. A Textbook of Translation. Longman, 2003. 292 p.
42. Nida, Eugene. "Principles of Correspondence". The Translation Studies Reader. Ed. Lawrence Venuti. London: Routledge, 2004.
43. Roman Jakobson. On Linguistic Aspects of Translation. URL: http://isg.urv.es/library/papers/jakobson_linguistic.doc
44. Zohre Owji, M.A. Translation Strategies. URL: <https://translationjournal.net/journal/63theory.htm>

Ілюстративні джерела

45. Керен Д. Твій щасливий одяг: як психологія моди допоможе покращити стиль і життя / Донн Керен; пер. з англ. Марії Конової. Київ : Yakaboo Publishing, 2022. 312 с.
46. Фокс К. Спостерігаючи за англійцями; пер. з англ. Марта Госовська. Видавництво Старого Лева, 2018. 608 с.
47. Шульман А. Одяг... та інші важливі речі / Александра Шульман; пер. з англ. С. Брегман, О. Журавльова, Ю. Клішина, В. Колодій, Г. Пехник. Київ : ArtHuss, 2021. 264 с.

48. Fox, Kate. *Watching the English : the hidden rules of English behaviour*. Boston : Nicholas Brealey Pub, 2008. 500 p.
49. Karen, Dawn. *Dress your best life: how to use fashion psychology to take your look – and your life – to the next level*. New York, NY : Little, Brown Spark, 2020
50. McQueen, 2018, *Misfits*
51. Shulman, Alexandra. *Clothes... and other things that matter: A beguiling and revealing memoir from the former Editor of British Vogue*. Cassell, 2021. 352 p.
52. *Westwood: Punk, Icon, Activist*, 2018, *Finished Films*