

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт
(наименование института полностью)

Кафедра «Теория и практика перевода»
(наименование)

45.03.02 Лингвистика
(код и наименование направления подготовки, специальности)

Перевод и переводоведение
(направленность (профиль) / специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Стратегии перевода текстов о моде
(на материале глянцевого журнала на английском и русском языках)

Студент

Д. С. Васютина

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

к. пед. н., доцент А. Н. Малявина

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

Тольятти 2022

Аннотация

Актуальность данной работы заключается в том, что тексты о моде рассматриваются комплексно: в лингвостилистическом и переводческом аспектах, при этом обращается внимание на особенности подобного рода текстов, так как они требуют определить соразмерную задачам текста стратегию перевода и придерживаться этой стратегии.

Объектом настоящего исследования выступают тексты о моде журнала Vogue на английском языке, предметом – стратегии перевода текстов о моде с английского языка на русский.

Цель выпускной квалификационной работы – выявить стратегии перевода текстов о моде глянцевого журналов.

Задачи: 1) изучить гляцевые журналы с лингвистической и стилистической точек зрения в англоязычной и русскоязычной научной традиции; 2) рассмотреть возможные стратегии перевода текстов СМИ на основе работ ученых из разных стран; 3) осуществить предпереводческий анализ текстов о моде на английском языке; 4) обосновать выбранную стратегию перевода текстов о моде журнала Vogue.

Работа может представлять интерес для авторов и создателей текстов в fashion-изданиях, а также для исследователей в области стилистики.

Бакалаврская работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемой литературы и приложений.

Во введении обосновывается выбор темы исследования, определяются его цель, задачи и методы.

Первая глава «Теоретические аспекты перевода текстов гляцевых журналов» посвящена подробному изучению текстов журналов о моде, его стилистических и лингвистических особенностей, принадлежности к публицистическому стилю, сравнительному анализу текстов гляцевых журналов на английском и русском языках, а также выявлению стратегий перевода текстов СМИ.

Во второй главе «Анализ стратегии перевода текстов о моде журнала Vogue» осуществлен предпереводческий анализ текстов о моде на английском языке и выявлены их характерные черты, кроме того, выполнен их перевод на русский язык и обоснована стратегия перевода текстов о моде, согласно преобразованиям в процессе перевода с английского языка на русский.

Список используемой литературы включает 35 научных источников, из которых четыре на английском языке.

Общий объем работы составляет 72 страницы.

Оглавление

Введение.....	5
Глава 1. Теоретические аспекты перевода текстов глянцевого журналов.....	7
1.1. Изучение глянцевого журналов в англоязычной и русскоязычной научной традиции	7
1.2. Стратегии перевода текстов СМИ.....	20
Глава 2. Анализ стратегии перевода текстов о моде журналов Vogue.....	27
2.1. Предпереводческий анализ текстов о моде на английском языке..	27
2.2. Обоснование стратегии перевода текстов о моде журналов Vogue .	43
Заключение	64
Список используемой литературы и используемых источников.....	66

Введение

Вне зависимости от международной ситуации интерес к некоторым темам остается непреходящим. Среди них: спорт, здоровье, воспитание детей, мода. Индустрия моды окружена огромным количеством текстов: от рекламных и маркетинговых до исторических и технологических. Подобное функционирование темы «мода» в разных жанрах и стилях определяет интерес к ней со стороны исследователей. **Актуальность** данной работы заключается в том, что тексты о моде рассматриваются комплексно: в лингвостилистическом и переводческом аспектах, при этом обращается внимание на особенности подобного рода текстов, так как они требуют определить соразмерную задачам текста стратегию перевода и придерживаться этой стратегии.

Объектом настоящего исследования выступают тексты о моде журнала Vogue на английском языке, а **предметом** – стратегии перевода текстов о моде с английского языка на русский.

Цель работы – выявить стратегии перевода текстов о моде глянцевого журналов.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**: 1) изучить гляцевые журналы с лингвистической и стилистической точек зрения в англоязычной и русскоязычной научной традиции; 2) рассмотреть возможные стратегии перевода текстов СМИ на основе работ ученых из разных стран; 3) осуществить предпереводческий анализ текстов о моде на английском языке; 4) обосновать выбранную стратегию перевода текстов о моде журнала Vogue.

Теоретическая значимость ВКР заключается в том, что результаты исследования могут внести вклад в теорию перевода, разработку вопросов перевода текстов СМИ, а также в определение оптимальных способов передачи языковых единиц модной тематики в текстах развлекательных СМИ.

Практическая значимость исследования заключается в том, что оно может послужить толчком для дальнейшего изучения лингвостилистических черт и особенностей перевода текстов глянцевого журналов, материал работы может использоваться в курсе по стилистике и основам редактирования.

Исследование проводится с применением следующих **методов**: анализ научной литературы, метод сплошной выборки, предпереводческий анализ, трансформационный анализ, анализ и обоснование стратегий перевода.

Теоретическую базу исследования составляют работы отечественных ученых, занимающихся теорией перевода, в том числе стратегией (Н. К. Гарбовский, И. С. Алексеева, В. Н. Комиссаров, Е. С. Харина), вопросами стилистики (Н. И. Клушина, Л. Л. Нелюбин, Т. В. Жеребило, В. В. Виноградов), а также лингвисты, которые анализировали особенности глянцевого журналов (И. В. Ашинова, В. Зверева, Е. С. Зиновьева, И. В. Анненкова, Ю. Ш. Байджанова).

Материалом исследования послужили тексты о моде из журнала Vogue на английском языке. Объем оригинальных текстов составляет 27 526 знаков с пробелами, объем перевода, выполненного нами, – 23 344 знаков с пробелами.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемой литературы.

Во **введении** обосновывается выбор темы исследования, его актуальность, цель и задачи.

В **первой главе** рассматриваются особенности текстов глянцевого журналов и стратегии перевода текстов СМИ в теоретическом ключе. **Вторая глава** посвящена анализу англоязычных текстов о моде, а также обоснованию выбранной для перевода стратегии.

В **заключении** обобщаются выводы по проведенному исследованию.

Список используемой литературы включает 35 источников, четыре из которых на английском языке.

Глава 1. Теоретические аспекты перевода текстов глянцевого журналов

1.1. Изучение глянцевого журналов в англоязычной и русскоязычной научной традиции

В современном мире наблюдается стремительное развитие различных технических средств, с помощью которых возможно передать любую информацию, однако глянец до сих пор остается актуальным средством ее передачи. Несмотря на то, что глянец имеет электронную версию, многие читательницы предпочитают приобретать журналы в печатном виде, так как журнальная обложка, весь иллюстративный и информативный материал готовится индивидуально для каждого выпуска и не имеет аналога в электронной версии. Поэтому печатные издания все еще остаются популярной и современной версией глянца. В дополнении к этому нужно сказать, что такие печатные издания отражают особую ментальность, сформированную ценностную ориентацию общества, отличаются характерным способом подачи материала, создающим стиль жизни современных людей.

Феномен глянцевого издания заинтересовал ученых-лингвистов, которые решили изучить особенности этого жанра на уровне языка и текста. Ученые рассматривали индустрию моды через призму различных гуманитарных наук: культурологии, философии, истории, психологии, социологии, лингвистики и так далее. Причем культурология как область легитимного академического исследования оказало огромное влияние на изучение женской популярной культуры. Впервые женские журналы стали объектом критического изучения, что вызвало необходимость оценки и интерпретации не только их явного содержания, но и их посреднической роли в культурной жизни женщин.

Хотя мода – лишь одна из многих тем, освещаемых женскими журналами, некоторые статьи на эту тему дают некоторые подсказки о том, как сфера моды оказалась столь недооцененной как в потребительских, так и в академических кругах.

Исторически сложилось так, что женские журналы и содержащиеся в них темы принадлежат к закрытому «царству женственности», миру, который полон мнений и взглядов, но при этом диалог в них происходит будто только сам с собой. Для некоторых феминисток само понятие издания, предназначенного специально для женщин, вызывает много споров и сомнений, потому что «СМИ по-прежнему является массовым источником информации само по себе, и это послание по-прежнему заключается в том, что женщины уникально отличаются и требуют отдельного обращения и обучения, что не происходит по отношению к мужскому полу» [25, с. 206].

Несмотря на то, что существует достаточно обширное количество работ российских лингвистов, которые принимали попытки в изучении аспектов языка моды, до сих пор трудно найти систематизированные материалы о тенденциях глянцевого журнала его характеристик и особенностях. Но это можно объяснить поздним интересом к текстам, принадлежащих к сфере моды. Если за рубежом ученые обратили свое внимание на изучение этого жанра в 60-е гг. XX в., то отечественные лингвисты начали исследование только на рубеже XX–XXI вв. – на этапе кардинальной перестройки политической и социально-экономической систем страны. «Либерализация общества после распада Советского Союза и последующий рост печатных изданий позволили российским издателям выпускать отечественные версии иностранных журналов и собственные глянцевые журналы» [19, с. 80].

Представителей отечественной лингвистики привлек вопрос изучения текстов глянцевого журнала в связи с появлением русскоязычных версий международных изданий о моде, которые опередили процесс распространения Интернета и мобильной связи. Такие журналы, как

«Русское богатство», «Нива», «Столица и усадьбы», «Домострой» появились еще до революции 1917 года. В XX веке с начала влияния идей феминизма стали появляться журналы, которые «обращались к работающим женщинам» [10, с. 12]. К таким изданиям в России можно отнести журнал «Работница» (1914) и «Крестьянка» (1922).

Русифицированные версии международных журналов о моде также оказываются продуктом, созданным на основе заимствования уже существующего западного образца, который требовал адаптацию иноязычных текстов и создание аналогичных текстов на русском языке. Это являлось причиной формирования современного русскоязычного подхода к изучению языка моды «В 1994 г. издательский дом Sanoma Independent Media под руководством Е. Мясниковой выпустил первый номер российского Cosmopolitan» [19, с. 82].

Говоря о формировании глянцевого журнала за рубежом, то журнал Vogue тоже претерпевал большие изменения. Например, в начале 1980-х годов модный текст преимущественно имел форму красноречивых подписей, иногда более длинной статьей, которые сопровождали многостраничные фотосессии с описанием товара или интервью с дизайнером. Для сравнения, более поздние выпуски содержат больше текста, связанного с появлением на подиуме определенных заметных тенденций, что свидетельствует о желании скорее объяснить, чем продемонстрировать моду [25, с. 210].

Нельзя не сказать о стилистике гляцевых журналов, так как именно она выявляет специфику этого жанра и формирует характерные и узнаваемые тексты о моде среди других стилей речи.

По мнению Н. И. Клушиной, стилистика – наука, которая исследует речь человека на различных уровнях ее многообразия и проявления [15, с. 144].

Л. Л. Нелюбин отразил понятие стилистики с позиции трех разных аспектов:

– наука о способах сцепления в разных стилях речи и правилах подбора языковых единиц;

– раздел языкознания, изучающий разные стили и экспрессивно-эмоциональные оценочные свойства различных языковых единиц с точки зрения их использования и функционирования в различных областях речезыкового обращения;

– учение об экспрессивных средствах языка и их использовании в разных сферах речевой коммуникации [22, с. 98].

Теоретические взгляды Пражского кружка, к которому относились такие авторы, как И. А. Бодуэн де Куртенэ, Ф. Ф. Фортунатов, А. А. Шахматова и другие, сформировали свою лингвистическую теорию, в которой язык представляется как функциональная система, и стиль определяется как индивидуальная манера исполнения речевых актов и она обусловлена индивидуальным вкусом или нормой (в зависимости от цели высказывания, ситуации).

Т. В. Жеребило определила объект и предмет понятия «стилистика» определяя его объект – язык, зафиксированный в текстах, и предмет – выразительные возможности и средства системы языка разных уровней, их стилистические значения, коннотации и способы употребления в речевых актах [12, с. 370].

Таким образом, на основании приведенных выше дефиниций можно утверждать, что стилистика является разделом языкознания, изучающим языковые единицы, составляющие стиль акта речевой коммуникации.

В современной лингвистике специалисты выделяют несколько видов стилистики, каждый из которых изучает отдельную область языка и является самостоятельным разделом теории стилистики. Так, Т. В. Жеребило предлагает следующие:

– парадигматическая стилистика – вид, основанный на стилистической парадигме на всех языковых уровнях: лексика, синтаксис, фонетика;

– стилистика декодирования – изучение текста через призму восприятия реципиента;

– синтагматическая стилистика – базируется на соотнесенности одной языковой единицы с другой, что создает стилистическую значимость, при этом каждая из них может быть стилистически нейтральной. Такой вид затрагивает все уровни языка: от фонетического до синтаксического и текстового. В синтагматическом синтаксисе изучаются параллелизмы с лексико-синтаксическими повторами (анафора, эпифора, хиазм и другие); в синтагматической семасиологии – фигуры тождества (сравнение, климакс, фигуры противоположности и другие); в синтагматической морфологии исследуют вопрос встречаемости морфем в различных видах текста и литературном языке; синтагматическая лексикология изучаются стилистические функции встречаемости слов разной стилистической направленности в рамках синтаксических единиц (предложений и словосочетаний), а также в рамках текста;

– стилистика текста – область, в которой исследуется текст с его единицами с точки зрения стилистического аспекта, а именно его содержание, структуру и жанровое единство, ориентируясь на цель и задачи коммуникации;

– узуальная стилистика – вид, изучающий экспрессивные значения и приемы (эмоционально-оценочные лексемы);

– стилистика художественного текста – наука, изучающая индивидуальные стили писателей, направления литературы, особенности языка художественного текста [12, с. 370].

Исследователь Н. И. Клушина предлагает следующую классификацию видов стилистики:

– историческая стилистика, исследующая вопрос истоков современной стилистики, а также вопрос ее развития;

– идиостилика, изучающая оригинальный стиль носителя языка;

– экспрессивная стилистика, в области которой рассматривается система выразительных средств языка;

– функциональная стилистика, сферой которой выступают функциональные стили литературного языка [15, с. 144].

Таким образом, в области стилистики существуют несколько ее видов, позволяющие изучить язык с точки зрения различных аспектов, рассмотреть все существующие языковые уровни и исследовать функционирование различных языковых единиц.

В рамках функциональной стилистики выделяются следующие основные функциональные стили речи: официально-деловой, научный, разговорный, художественный, публицистический (газетно-публицистический).

Поскольку в данной работе изучаются глянецовые журналы, необходимо определить понятие «публицистический стиль», так как во всех печатных изданиях, в том числе журналах, тексты пишутся в данном стиле. Его специфичность заключается именно в том, что он является открытым, удовлетворяющим эстетические и интеллектуальные потребности общества. Такой стиль требует устойчивых убеждений и логического строения излагаемой информации, а также экспрессивных средств языка для того, чтобы выразить авторскую оценку.

Публицистический стиль применяется в общественно-политической литературе, политических выступлениях, речах, периодических изданиях (журналы, газеты). Его главной языковой функцией является воздействие (агитация), а второстепенной – информативная (сообщение фактов). В текстах публицистических стилей отражаются актуальные социальные проблемы, политические, экономические, а также обсуждаются вопросы морали, культуры и повседневной жизни.

Т. В. Жеребило дает более полное описание задач публицистического стиля, среди которых – сообщение новостей и их комментирование, оценка событий и фактов. Говоря о функциях языка, автор утверждает, что

информативная ведет к формированию: нейтрального слоя языка, речевых стандартов, строевой лексики (для вербального формирования сообщения).

Воздействующая функция, по мнению Т. В. Жеребило, обуславливает: наличие и формирование оценочной лексики, а также ключевые слова, помогающие характеризовать социально-политическую направленность публицистических текстов [12, с. 293–294].

В целом можно утверждать, что публицистический стиль подчиняется принципу чередования стандартов и экспрессии в зависимости от жанра. Если автору необходимо возбудить интерес общества, то на первый план выходит экспрессия, а при необходимости передать максимум информации применяются именно стандарты [6, с. 90].

Автор является реальным социальным человеком, поэтому публицистический текст приобретает эмоциональность, документальность, субъективность, а также обуславливает социально-оценочный подход к актуальным событиям. Составитель текста использует приемы риторики, теорию аргументации, полемику, методы социального анализа и так далее. Нельзя не отметить такую особенность публицистического стиля как документальность и персонализированность, что обеспечивает его выразительность.

Публицистический стиль является ведущим в структуре стилистики русского литературного языка, публицистическая речь имеет свои особенности. В современном мире данному стилю отведена особая роль языкового ориентира и регулятора речи. Таким образом, публицистический стиль имеет большое влияние на сознание мирового сообщества, поэтому таким типам текста важно уделять большее внимание, поскольку они регулируют поведение, формирование ценностей, мораль общества

Особое место в современном мире отведено глянцевым журналам – иллюстрированному периодическому печатному изданию различных тематик, обладающим высоким полиграфическим качеством. В таких изданиях обычно отображаются стандарты жизни высшего общества.

В. Зверева отмечает, что понятия «глянцевый журнал» и «глянец», «гламурный журнал» являются синонимичными [13].

Основными признаками текстов глянцевых журналов И. В. Ашинова считает следующие: институциональность (статусно-ролевая коммуникация в общественных институтах); суггестивность (влияние на эмоциональную составляющую); движение по оси «информативность–экспрессивность»; драматизация предоставляемой информации; динамичность текста с раскрытием его смысла и содержания; смысловая определенность, обусловленная семантическими и прагматическими целями; шаблонность; соответствие концепта в публичной концептосфере [3, с. 190].

Тексты журналов выполняют идеологическую, социальную и коммуникативную функции. Публицистический стиль глянцевых журналов позволяет продуктивно оказывать влияние на целевую аудиторию с использованием разнообразных вербальных средств языка: экспрессивно окрашенной лексики; игры слов, сленга, жаргонизмов, цитат, каламбуров, различных тропов и фигур речи и так далее [9, с. 90].

Для эффективного функционирования и воздействия текстов глянцевых журналов деятельными являются нижеприведенные лингвориторические принципы:

– принципы содержательно-организационного уровня: фрагментарности (описание жизнедеятельности успешного индивида) и актуальности (демонстрация актуальных общественных аспектов);

– принципы формально-организационного уровня: калейдоскопичности (яркости презентации, игры с шрифтами, текстовыми блоками и так далее) и смешения различных стилей подачи (рекламного, PR и информационно-развлекательного) [14, с. 88–92].

Говоря о текстах про моду, нужно понимать, что они направлены и созданы современным обществом, и журналист в них старается использовать как можно больше слов разговорного стиля. Это обуславливается стремлением создать ощущение легкого и дружественного общения с

аудиторией. В fashion-сфере, как и в любой другой, существует свой язык, понятный только его представителям и последователям этого стиля жизни. Это и вызывает интерес с точки зрения изучения особенностей на всех уровнях языка: словообразовательном, морфемном, лексическом и синтаксическом. Приемы каждого из указанных уровней нацелены на достижение конкретных задач, которые могут осуществить только они, и все вместе на достижение общей цели – принятие потребителем необходимой точки зрения. Несмотря на то, что в fashion-изданиях превалируют над текстом иллюстрации и фотографии, вербальная составляющая не является второстепенной. Почти каждый материал сопровождается лидом (небольшая аннотация перед основным текстом) и очень редко встречаются «глухие» полосы, то есть в них иллюстративный материал не отделен от текста, так как он идет визуальным дополнением. Если и встречается в издании полосы с одним текстом, автор старается сделать его наиболее насыщенным и интересным, прибегая как раз к стилистическим средствам и приемам.

И. В. Анненкова выделяет такую особенность глянцевого журнала как интерстилевое тонирование, подразумевающее употребление лексических единиц определенной сферы применения в качестве переменных средств, позволяющих отобразить в тексте реальные ситуации. В результате этой информация приобретает особое значение, свойственное менталитету посредника, например, просторечие, разговорная лексика, жаргонизмы и так далее. Еще один принцип глянцевых журналов, отмечаемый автором – принцип языковой игры, применяемый для создания нестандартных названий различных объектов [2, с. 70].

В числе графических средств глянцевых журналов особенно выделяется использование прописных букв вместо строчных, французские кавычки и транслитерации [9, с. 12]. Все указанные выше приемы относятся к понятию графон, подразумевающему любые графические средства выделения слов с отклонениями от фонетической, графической и орфографической норм.

Таким образом, стиль глянцевого журнала отличается разнообразием приемов лингвостилистики, с помощью которых автор текста способен оказывать определенное влияние и вызывать тот или иной эффект или реакцию на описываемое. Далее необходимо изучить и проанализировать глянцевые журналы подробнее с точки зрения их коммуникативной задачи.

Главной коммуникативной задачей глянцевого журнала является, безусловно, речевое воздействие, где с помощью вербального ряда возникает формирование ценностных установок аудитории. Это возможно проследить на примере широкого применения специализированной лексики. Также одним из главных способов передачи информации в таких изданиях являются иллюстрации, поэтому в первую очередь читатель будет обращать внимание на его красочность и качество бумаги и печати.

Ю. Ш. Байджанова убеждена, что журналы рассчитаны преимущественно на привлечение внимания читателя своими установками на успех, богатство, яркую жизнь, но не информацией. Таким образом, журналы выполняют рекреативную функцию – функция эмоционального удовлетворения, вызываемая воздействием определенной информации. Главная цель данных изданий состоит в том, чтобы заставить реципиентов почувствовать их принадлежность к определенному обществу, преимущественно высшему. Этому способствует использование специализированной лексики в текстах глянцевого журнала, а также заимствований и неологизмов, что можно назвать «модной» лексикой [4, с. 1641].

Тем не менее, журнал, созданный для общества, принадлежащего к классу выше среднего, приобретают люди именно среднего класса, и это может являться причиной снижения их самооценки. Причина этому – отсутствие средств для удовлетворения потребностей, диктуемых глянцевым журналом [11, с. 306].

Аудитория, для которой работают журналисты в сфере моды, делится на две категории. Первая – профессионалы, которые занимаются

углубленным изучением моды, как индустрии, и которые также неотъемлемо связаны с ее производством на рынке. Вторые – простые потребители, которым интересно обогащать себя новыми знаниями именно связанными с модой. Но тут же стоит отметить, что значение моды не стоит отодвигать на второй план для нашего общества, так как это один из механизмов социальной регуляции и саморегуляции человеческого поведения, индивидуального, группового и массового, что непременно можно отнести к одной из главных ее функций. Целевая аудитория также играет большую роль в выборе подачи информации. Профессиональные издания прибегают к специализированной лексике из разных сфер, таких как экономика, менеджмент, дизайн, и также зачастую используют научный стиль речи. В потребительских же изданиях можно встретить профессионализмы, но это сделано с целью того, чтобы читатель чувствовал себя причастным к той или иной теме и, в широком смысле, к моде. На данный момент изучены более глубоко и подробно англоязычные издания, поэтому об отечественных можно сказать лишь то, что в текстах встречается очень много иностранных слов: французских, английских и многих других.

Поднимая вопрос различия зарубежного и русского глянца, нужно сказать о важной специфике глянца в России – это ее ориентация на западные образцы, что проявляется в большом количестве заимствованной лексики «тизеры», «бэкграунд», «имидж», «гламур», терминологии «лукбук», «коллаборация», «винтаж», «коллекция», так же копируются и привносятся в русскую культуру тенденции западной моды – стиль в одежде, макияже, правила образа жизни. Это можно проследить по темам, которые поднимают авторы журнала. Даже смотря на печатные и электронные версии журнала Vogue, мы видим сходства в оформлении – тематика, яркая цветовая гамма, привлекательные образы, структура подачи материала (заголовок с интригующим названием, иллюстративный материал, иногда разделение на подтемы в статьях) – все это совпадает с англоязычным журналом.

Отечественный глянец принято считать частью досуга и развлечения, в то время как зарубежные тексты о моде помимо рекламно-информационной функции, выполняют социальную роль – становятся проводником элитарного стиля жизни. Исследуя женские журналы, Дж. Уиншип высказала следующее предположение: «Насколько более одинокой и трудной была бы жизнь многих женщин без поддержки журналов» [34, с. 207].

Важно сделать акцент на том, что в России становится меньше переводимого материала, и авторы модных статей стараются ориентироваться на свою аудиторию, подбирают материалы исходя из актуальной повестки и чувствуют запрос читателей. Так как в России нет учебных заведений, где целенаправленно готовят журналистов для работы в гляцевых изданиях, их язык моды звучит довольно субъективно, но тем не менее современный русскоязычный дискурс моды отличается от англоязычного прототипа благодаря более выраженной функцией воздействия на читателя, которая выражается в переизбытке экспрессивно-эмоционально-оценочных средств выражения нередко препятствует продуктивному извлечению из текста фактической информации. Еще одним отличием русскоязычных текстов является наличие совместно с заголовком подзаголовка, что не характерно для англоязычных статей, где авторы обходятся только заголовком.

И все же найти различия довольно затруднительно в связи с глубокой адаптацией западного опыта на российском рынке. Это выражается не только в общем видении языка моды (о чем говорить и как), но и в принципах, которые авторы позиционируют для девушек по всему миру: женственность, ухоженность, элегантность. Стоит также отметить, что в русскоязычных и зарубежных гляцевых журналах можно найти такие важные темы, как индивидуальность, феминизм, равенство и толерантность. Важные социальные проблемы являются тоже важной повесткой в модной индустрии. Это можно отчетливо проследить по заголовкам нескольких статей: «Как помочь окружающей среде во время новогодних праздников» (27 декабря

2021), «Как феминизм меняет отношение к телесности и стандартам красоты» (6 марта 2022), «Как сериал “Сплетница” подсказал “культуру отмены”» (31 января 2022), «‘I’m Bracing Myself’: Congressional Candidate Jessica Cisneros on Lizelle Herrera and the Future of Abortion in the U.S.» / «Я подготавливаю себя»: Кандидат в Конгресс Джессика Сиснерос о Лизель Эррера и будущем аборт в США» (перевод наш. – В. Д.) (15 апреля 2022). По мере того как в России сокращается пространство для свободы слова, вакуум начинают заполнять новые, несколько неожиданные площадки. Политические высказывания журналистов российских гламурных журналов могут иметь долгосрочное влияние на формирование общественных настроений среди городских представителей высшего и среднего классов России, а также молодежи (особенно женской). «Причины, по которым чтение политических новостей в менее традиционных СМИ, включая гляцевые журналы, могут быть связаны с 1) заменой традиционных источников политической информации в эпоху снижения зрительской аудитории эфирного телевидения 2) акцент гламурных изданий на разные мнения, как в политическом, так и в социальном смысле, которые, в свою очередь, предоставляют читателям всестороннюю информацию для формирования индивидуальных взглядов» [35, с. 503].

Анализируя структуру гляцевых журналов примечательно стремление к облегченному варианту подачи информации, чтобы не «перегрузить» читателя большим объемом сложной информации. Важно выделить тяготение редакторов модных изданий к визуальному оформлению текста, часто встречаются фотографии с произведениями искусства (фотографии картин, люксовых аксессуаров, иллюстрации художников и т. д.). Отчеты о международных показах являются постоянной рубрикой в колонке «коллекции» в электронной версии журнала, и, учитывая элитарную историю журнала, неудивительно, что эксклюзивной моде на показах от кутюр уделяется особое внимание в русскоязычной и зарубежной версии *Vogue*. Интервью с дизайнерами – еще одна из постоянных тем, в которой

журналисты следуют определенному формату: описывается история профессионального роста и карьеры дизайнера, а затем следуют результаты их последних работ. Поскольку интервьюируемые стремятся произвести максимальное впечатление, язык становится более возвышенным.

Нельзя игнорировать тот факт, что целью редакторов глянцевого русскоязычных и англоязычных журналов является как просветительская деятельность, так и коммерческая составляющая. Прибыль от рекламных статей, подборок вещей и собственного онлайн магазина способствует продвижению и существованию глянцевого издания. И язык играет не мало важную роль для составления правильных рекламных текстов для привлечения внимания аудитории. Основными стилистическими особенностями рекламы в журналах является повелительное наклонение. Это так называемый призыв, который побуждает людей к определенным действиям. В рекламе такие предложения выражаются в восклицательной форме. Это также связано с тем, что восклицательный знак привлекает больше внимания, чем любой другой знак препинания, «создатели рекламы часто используют сравнение для того, чтобы подчеркнуть, выделить те моменты, на которые, по их мнению, необходимо обратить внимание» [21, с. 222].

1.2. Стратегии перевода текстов СМИ

Т. А. Волкова, опираясь на мнение Т. А. Фесенко, соглашается с предложенным определением стратегии перевода как «когнитивно-интуитивного “сцепления”». Здесь подразумевается мыслительный процесс переводчика, основанный на интуиции, которая не только «подсказывает» вариант перевода, но и «ассоциирует» лежащие в основе исходного текста ситуации с реальным фоном (контекстом интерпретации), определяет семантические «координаты» перевода и построение индивидуального семантического вывода [7].

А. Д. Плисецкая выдвигает следующие коммуникативные стратегии, направленные на достижение коммуникативной цели, используемые для влияния на читателей журналов:

- обращение к примеру или идеальному образу, стоящему за героем или историей. Существует несколько «культовых» брендов и звезд, применительно к которым используются устойчивые эпитеты и которые не подлежат критике;

- коммерческое воздействие на целевую аудиторию за счет рекламы, путем подбора языковых средств. Таким способом адресат сообщения, прочитав статью в глянцевого журнала, может купить тот или иной товар или посетить то или иное мероприятие;

- сознательное «затемнение» смысла. Зачастую в «гламурном» дискурсе присутствует немало смутных, неконкретных эпитетов, неизвестных модных слов и терминов, расплывчатых описаний. Вся эта избыточность, в сочетании с неполными, короткими предложениями, создает атмосферу магического, эфемерного, таинственного, того, что могут понять лишь те, кто посвящен в «мир моды», кто имеет эксклюзивный доступ к сакральному знанию;

- колонка главного редактора. Почти каждое глянцевое издание начинается с небольшого обращения главного редактора к читателям – своего рода послания. В отличие от аналогичных колонок в других изданиях, подобные обращения в глянцевых журналах скорее создают определенную атмосферу, чем несут какую-либо существенную информацию. Данная стратегия формирует имидж издания и определяет его целевую аудиторию;

- элитарность. Множество заимствований вкупе с особым синтаксисом, оценочной лексикой, избирательностью тем, сленгом, избыточной гиперболизацией и метафоризацией делают текст обращенным к узкой аудитории «избранных»;

– оформление журнала. Страницы «украшаются» красивыми иллюстрациями, чтобы с одной стороны зацепить внимание зрителя, а с другой, пытаются создать минипроекцию красивой жизни;

– сакрализация информации. Метафоры, заимствованные из религиозного дискурса (культовая фигура, икона стиля, поп-идол и так далее), возводят «гламурных» персонажей на один уровень со святыми, объектами поклонения;

– универсальность. Стратегия, противоположная элитарности – через рекламу и влияние американской и британской популярной культуры, выраженной в языке при помощи заимствований, мы можем наблюдать определенную «глобализацию» идей, вещей, образов, слов;

– фрагментарность. Незавершенность повествования отражает фрагментарность «гламурного» мира. Описывается не весь мир/жизнь, а лишь отдельные «гламурные» фрагменты. Нет цельности мировосприятия – нет негатива, проблем, страданий, войн. В глянцевых изданиях хоть и поднимаются серьезные темы, но они обыгрываются более позитивной окраской;

– словесный минимализм, доминирование картинки над текстом. Данная стратегия отражает несущественность вербальной информации в «гламурном» дискурсе. Важнее оказывается не что сказано, а как сказано, как оформлено сообщение. Доминирование формы над содержанием (бумага, шрифт, дизайн, фотографии, крошечный размер послания редактора и так далее).

Это общая стратегия, направленная на создание красивой иллюзии реальности. Можно заметить, что модные издания используют противоположные коммуникативные стратегии: они стремятся быть, с одной стороны, доступным многим – международным (текста мало, фотографий с избытком), с другой – понятным лишь достаточно узкому кругу людей, чему способствует обилие англицизмов, терминов. Но в то же время, и англицизмы, и преобладание формы над содержанием отвечают одной общей

стратегии – глобализации. Хорошее знание английского языка и английского профессионального сленга должно будет означать уже не принадлежность к узкому сообществу «посвященных», а принадлежность мировой культуре моды, дизайна и шоу-бизнеса. [23, с. 196–198].

Существует две основные стратегии перевода, которые позволяют ориентироваться как на лингвистические, так и на культурные особенности – доместикация и форенизация. Они определены американским теоретиком перевода Л. Венути. Согласно Л. Венути, первое определение означает «переход от иностранного текста оригинала к переводу, согласно своим культурным нормам и традициям, а второе определение обозначает фиксацию лингвистических и культурных различий иностранного текста, благодаря которым читатель видит отличительные особенности культуры текста оригинала» [43, с. 77].

В современной международной переводческой сфере инициатором спора между доместикацией и форенизацией является Ю. Найда, которого считают представителем тех, кто выступает за доместикацию перевода.

Существует два типа эквивалентности: формальная и динамическая (или функциональная) как основные направления перевода. Формальная эквивалентность фокусирует внимание на самом сообщении, как по форме, так и по содержанию. Она позволяет получить некоторое представление о лексической, грамматической или структурной форме исходного текста, что аналогично буквальному переводу. Функциональная эквивалентность, однако, основана на принципе эквивалентного эффекта, то есть текст должен иметь одинаковое воздействие как на языке перевода, так и на языке оригинала.

По мнению лингвиста Е. С. Хариной, стратегии перевода СМИ строятся на трех подходах: «лингвистическое транскодирование или «переключение» языкового кода исходного текста (ИТ) на языковой код текста перевода (ТП)», здесь автор является интерпретатором, который осуществляет такой переход с помощью лексико-грамматических

трансформаций. Еще одним подходом в переводе служит прием «переписывания» с помощью таких способов, как перефразирование, нейтрализация, элиминация (опущение фрагментов в тексте перевода, и их замена на высказывание с его прямым соответствием) переводчик здесь скорее выступает в роли соавтора. И наконец, «стратегия «вписывания», которая реализуется в замене исходного высказывания на соответствие на языке перевода, что помогает компенсировать межкультурную асимметрию, переводчик может использовать вставку-комментарий в тексте перевода» [29, с. 97–98]. В данном случае, переводчик должен проявить себя в качестве эксперта межкультурной коммуникации

«Интересной переводческой стратегией является стратегия смыслового развития. Она предполагает отход от прямого словарного соответствия переводимому слову или словосочетанию и не исключает словарные замены. Замены могут также носить метафорический или метонимический характер» [26].

В. Н. Комиссаров выделяет ситуативную и трансформационно-семантическую модели перевода. В ситуативной (денотативной) модели перевода «переводчику известно, что определенные единицы ИЯ и ПЯ указывают на одинаковые предметы, явления или отношения реальной действительности. На этом основании он может непосредственно заменять единицы оригинала соответствующими единицами перевода. «Наиболее четко ситуативная модель «работает» в следующих трех случаях: 1) при переводе безэквивалентной лексики; 2) когда описываемая в оригинале ситуация однозначно определяет выбор варианта перевода; 3) когда понимание и перевод оригинала или какой-либо его части невозможно без выяснения тех сторон описываемой ситуации, которые не входят в значения языковых единиц, использованных в сообщении» [16, с. 192–194]. В трансформационно-семантической модели процесс перевода понимается как результат преобразований, с помощью которых автор устанавливает между языком оригинала и перевода эквивалентную связь.

В следующей главе мы выполним предпереводческий анализ текстов глянцевого журналов на английском языке, чтобы сформулировать стратегии перевода текстов про моду.

Выводы по первой главе

Глянцевые журналы прививают специфическую культуру со сложившимися моральными ценностями и традициями, объективируют особый тип сознания с преобладающими установками на элитарную жизнь. Такие издания способствуют приобщению реципиента к красивой, модной жизни, которой не каждый способен достичь. Глянцевый журнал – это иллюстрированное периодическое печатное издание, высокого полиграфического качества, самой разнообразной тематики, рассчитанный на определенную аудиторию для формирования определенного стиля жизни. Согласно онлайн-словарю английского языка Macmillan, глянцевые журналы – «журналы, напечатанные на блестящей бумаге, содержащие много ярких модных картинок, но мало серьезной информации» [36].

К этому группе можно отнести издания, которые включают в себя несколько признаков. Укажем их далее.

Эти журналы выходят с редкой периодичностью – раз в месяц, и они намного толще, чем еженедельные. Имеют достаточно плотную бумагу и глянцевую обложку. Такие правила полиграфии влияют на ценообразование, и как правило глянцевые журналы довольно дорогостоящие. Читая журнал, человек получает более или менее полное представление о стиле жизни той социальной группы, к которой принадлежит или хочет принадлежать. Причем, получает эту информацию, касающуюся самых разных сторон своих отношений с миром, человек между строк впитывает философию, образ мыслей, способы коммуникации и язык, которые присущи этой социальной группе.

Высочайшее полиграфическое качество. Это очень важно, ведь приобретая журнал, читатели в первую очередь обратят внимание на его

красочность, качество бумаги и четкость исполнения печати. Глянцевые журналы не столько читают, сколько смотрят. Это доминирующая особенность журналов о моде, так как одной из функций этого жанра, является развлечение и отдых. Такие журналы практически не рассчитаны на чтение, они захватывают человека не своей информативной содержательностью, а ярким образом, символизирующим успех, счастье, богатство.

Важным элементом глянцевого журнала является реклама. Реклама – основной доход таких журналов. Большая часть визуальной информации так или иначе является рекламным материалом (средства для ухода, одежда, аксессуары, мебель и украшение для интерьера). Важным аспектом изучения текстов о моде является изучение лингвостилистических особенностей глянцевых журналов, так как это позволяет выявить характерные черты текстов в целом. Так как тексты модных изданий относятся к публицистическому стилю, то в них наблюдаются эмоциональность, документальность, субъективность, а также социально-оценочный подход к актуальным событиям.

К функциям любых «модных» изданий можно отнести информационность (сообщение о каком-либо явлении) и воздействие на читателя.

Говоря о переводе таких журналов, отметим следующее: глянцевые журналы всегда придерживаются коммуникативной цели, а переводчик стремится придерживаться стратегии, чтобы ее достичь. Кроме того, при переводе таких текстов чаще придерживаются двух стратегий – форенизации и доместикации.

Глава 2. Анализ стратегии перевода текстов о моде журнала Vogue

2.1. Предпереводческий анализ текстов о моде на английском языке

Прежде чем перейти к предпереводческому анализу текстов глянцевого журналов, рассмотрим особенности анализа, предложенного И. С. Алексеевой.

Автор подразделяет переводческую стратегию на три основных этапа: предпереводческий анализ текста, аналитический вариативный поиск, анализ результатов перевода.

Предпереводческий анализ текста – это первостепенный и обязательный подготовительный этап перевода, который предполагает определенные переводческие действия, позволяющие увидеть текст в полном структурно-смысловом многообразии. Такой анализ включает в себя:

– сбор внешних сведений о тексте: время создания и публикации текста, его авторе. Знание этих факторов поможет переводчику избежать ошибок на начальном этапе и определить меру допустимых трансформаций в переводе. Сведения об авторе в определённых случаях помогут определить индивидуальность автора. Цель заказчика также относится к сбору внешних сведений, так как может потребоваться определенный подход к тексту. Может быть использован не только реферативный перевод или определенная стилевая адаптация, но и любая другая обработка текста;

– понимание источника оригинала и реципиента. От того, кем и для кого создан текст, зависит выбор языковых средств для оформления перевода;

– определение вида информации и её плотности, поскольку определяет тип текста и имеет свои средства языкового оформления, от которых будет зависеть переводческие действия и их последовательность;

– определение коммуникативного задания текста: коммуникативное задание текста может быть самым различным – сообщить новые сведения, научить, объяснить, убедить в своей правоте, наладить контакт и так далее. Определение коммуникативного задания помогает определить переводчику доминанты перевода;

– определение речевого жанра: определение типа текста даст переводчику окончательное представление о том, как оформлен оригинальный текст и как он должен быть оформлен на языке перевода. Знание устойчивых характеристик типа текста позволит переводчику выбрать наиболее значимую и релевантную информацию для перевода.

Таким образом, предпереводческий анализ текста позволяет выделить переводческие доминанты текста и, как следствие, обнаружить возможные переводческие трудности и спрогнозировать пути их решения [1].

Аналитический вариативный поиск – это второй этап переводческой стратегии, который последовательно следует за анализом текста. С. Королькова отмечает, что в ходе предпереводческого анализа переводчик должен решить определённые задачи, а именно подобрать вариант перевода таким образом, чтобы текст оригинала и текст перевода были максимально близки на уровне семантики и структуры и в допустимой мере совершить отклонения, которые неизбежны при переводе, но при этом не исказить смысл и идею иностранного текста. Здесь нужно учитывать, что переводчик не всегда может преодолеть расхождения культур, так как «эмоционально-оценочная реакция носителей ИЯ и ПЯ на одинаковую предметно-логическую информацию может не совпадать» из-за различных картин мира [18].

Анализ результатов перевода – это заключительный этап стратегии перевода. И. С. Алексеева отмечает, что, после завершения перевода необходимо сделать формальную проверку текста на орфографические ошибки, опечатки и иные недочёты. Затем проводится анализ на единство стиля, другими словами происходит редакторская правка текста перевода [1].

Немаловажный аспект – это оценка качества перевода. На сегодняшний день в качестве центральных понятий, определяющих качество перевода, лингвисты предлагают опираться на понятия «эквивалентность» и «адекватность» перевода.

Перед тем как выявить стратегию перевода, стоит сказать о самих переводческих трансформациях, с помощью которых переводчик осуществляет переход от языковых единиц оригинала к единицам перевода. Они рассматриваются в тексте в качестве приемов перевода в тех случаях, когда словарное соответствие отсутствует или не может быть использовано в условиях данного контекста. В зависимости от характера языковых единиц переводческие трансформации делятся на лексические, грамматические и лексико-грамматические.

К лексическим трансформациям, наиболее часто применяемым в процессе перевода относятся: переводческое транскрибирование, транслитерация и калькирование. Грамматические трансформации (морфологические, синтаксические) включают: синтаксическое уподобление (дословный перевод), членение предложения, объединение предложений, грамматические замены (замене подлежат формы слова, части речи, члены предложения) и другие. Лексико-грамматическими трансформациями являются: антонимический перевод, описательный перевод, конкретизация, генерализация и модуляция [16].

После того как переводчик выбирает подходящие приемы перевода для выполнения конкретной задачи, он определяет общую стратегию, чтобы достичь конкретную цель.

Далее проследим на примере англоязычных статей глянцевого журнала, как применяется эта стратегия при предпереводческом анализе.

В общей сложности было проанализировано 9 статей издания *Vogue* (общий объем 27 526 знаков с пробелами).

Статьи опубликованы в 2022 году и являются актуальными и современными текстами, в которых много прецизионной лексики, сленга,

модной терминологии, разговорной лексики. Так как авторы стремятся разговаривать с читателями на одном визуальном и текстовом «модном» языке, который соответствует времени, каждый текст сопровождают современные иллюстрации с актуальными образами и звездными героями. Это нужно учитывать, так как тексты наполнены красивыми эпитетами, которые требуют грамотных и точных трансформаций при переводе. Также важно определить цель заказчика – информирование аудитории об актуальных новостях, а так же коммерческая цель (продать одежду, аксессуары, товары индустрии красоты). Безусловно, в текстах, которые мы выбрали для анализа, также присутствуют элементы рекламы. Поэтому при их переводе нужно обращать внимание на стиль изложения статей, так как может потребоваться определенная адаптация для российской аудитории, чтобы статья сохранила тот же эффект и влияние на читателя.

Источник оригинала и реципиент: Источник – гляцевый журнал Vogue на английском языке, который является люксовым в своем сегменте. Реципиент – примерно 80 % женской аудитории, в среднем от 25 лет, по данным Conde Nast [33]. Это значит, что при переводе нужно ориентироваться на молодую женскую аудиторию, у которой высокий темп жизни. В текстах модных статей представлена самая интересная и сжатая информация, которая сопровождается цитатами, сносками и комментариями, и для их перевода нужно подбирать соответствующие языковые единицы и оформление.

Вид информации и её плотность: статьи, на которые мы опирались при анализе, содержат все четыре вида информации – когнитивная, которая выражается в передаче актуальных событий и новостей в сфере модной индустрии, эстетическая, благодаря которой текст наполнен лексическими средствами выразительности, для привлечения внимания аудитории к образам, к героям статей, брендам и так далее, эмоциональная – авторы часто выражают свое субъективное мнение, используют вопросительные конструкции, менее частотная по использованию – оперативная, которую

можно заметить в использовании авторами статей побудительных средств, таких как модальные глаголы и императивные конструкции. Благодаря таким средствами выразительности авторы предлагают нам просмотреть каталог товаров, следовать трендам, обратить внимание на новые бренды или фильмы. Плотность – средняя. В ней выделяются даты, иллюстративный материал, возраст героев, цены.

Коммуникативное задание текста: сообщить о новых событиях в мире моды, объяснить суть тех или иных модных явлений, наладить дружественное общение с аудиторией, сформировать ценностные установки, продать товары.

Речевой жанр: тексты гляцевых журналов относятся к публицистическому стилю, и при переводе нужно учитывать его стилистические особенности оформления оригинального текста и оформления на языке перевода.

В текстах и заголовках изученных публикаций можно увидеть богатое разнообразие лексических средств.

Лексические особенности.

– сравнения: «The miniskirt first gained popularity in the '60s and '70s as a playful and even defiant garment» [43], «striking Sies Marjan vintage coats – have felt like a breath of fresh air.» [32], «They are neither shrinking violets nor are they peacocking» [40], «The actor was visibly confident and, like her character, completely no-nonsense» [40], «Few ideas are as nebulous as sustainability in fashion» [42];

– метафоры: «Chanel, Courrèges, Etro, Miu Miu, Prada, Versace, Blumarine, Sandy Liang, Missoni, Balmain, Max Mara, and more are proving the appetite to show off our stems and dive back into the electricity of the outside world» [31] – Chanel, Courrèges, Etro, Miu Miu, Prada, Versace, Blumarine, Sandy Liang, Missoni, Balmain, Max Mara и многие другие, доказывают аппетит к демонстрации наших ножек и возвращают внешнему миру заряд электричества (перевод наш. – В. Д.), «there is a “renaissance” of creative

youth» [40]. – сейчас наблюдается «ренессанс» творческой молодежи (перевод наш. – В. Д.), «She went through her closet-cleaning era in a rotation of Juicy Couture velour tracksuits, the Keeping Up With the Kardashians years» [39] – Она прошла через эпоху смены гардероба от велюровых спортивных костюмов Juicy Couture, через годы в шоу «Семейство Кардашьян» (перевод наш. – В. Д.);

– антонимы: «can be low- or high-rise, is more fitted than flared» [31];

– аллегория: «the stars and stripes» [32] (имеется в виду флаг Америки);

– эпитеты играют огромную роль в статьях как средство выражения личного оценочного момента авторов. Например: «They reflect their times and provide a unique and unexpected starting point for discussions of race, gender, class, and culture» [32], «Now, the leggy silhouette continues to reign supreme», «The frisky and errant attitude» [31], «favorite denim» [32], «With its glossy texture and built-in bustier, the piece was sexy, sleek, and appropriately attention-grabbing. Paired with trompe l'oeil thigh-high boots and a golden padlock purse, and the extreme smokey eye» [37], «she wears a white dress with spine-like three-dimensional embroidery down the front and leather pants» [40], «a mythic figure» [32], «skin-baring tops and low-rise bottoms» [31], «a whirlwind weekend» [37], «an instant impression» [37], «she was encouraged to find a stable, secure career» [40], «gave a stony pose in oversized shades, a body-skimming dress, pumps, and two fist-sized monogram earrings» [41], «semi-sheer forest green knit dress» [41], «heeled sandals» [41], «slick black coat and leather gloves» [41], «eclectic, playful, and even casual ensembles» [39], «a cat print T-shirt» [39], «ketchup red pantaboos» [39], «the sinister nickname» [38], «vintage straw hat» [38];

– олицетворение: «Riveted, a New Documentary, Rewrites the History of Jeans» [31];

– термины: «three-dimensional embroidery» (трехмерная вышивка), «cutouts» (вырезы), «trail» (шлейф), body-skimming dress (облегающее платье), pumps (туфли), «semi-sheer knit dress» (полупрозрачное трикотажное платье), «blazer» (блейзер), low-rise microskirt (юбка с низкой посадкой);

– обилие модной лексики: leg-baring mini(мини, которые оголяют ноги), triumphant return(триумфальное возвращение), cropping up on the runways (появились на подиумах), silhouette(силуэт). Эта лексика, характерная для «глянца», создает особый «гламурный» образ журнала для читателя;

– прецизионная лексика: «Contemporary in its approach, the film, which was written, directed, and produced by Anna Lee Strachan and Michael Bicks» [32], «Levi Strauss has become a mythic figure» [32], «Fox and her glam squad of stylists Peri Rosenzweig and Briana Andalore, makeup artist Daniel Kolarick got ready for Schiaparelli at Chateau Voltaire» [37], «I say “first” because showrunner Michael Patrick King says he and Sarah Jessica Parker are plotting a second» [38], «Riveted starts rewriting history here, before moving on to Levi’s», «Levi Strauss has become a mythic figure», «Riveted: The History of Jeans, premiering tonight on The American Experience on PBS» [32], «designers like Chanel, Courrèges, Etro, Miu Miu, Prada, Versace, Blumarine, Sandy Liang, Missoni, Balmain, Max Mara» [31], «Emily in Paris» [41], «Elizabeth sat with Philip at Sagana Lodge in Nyeri, Kenya» [42], «Granville Roberts, a reporter from the East African Standard» [42], «at the Outspan hotel» [42], «the BBC cancelled all programming» [42], «For nine years Colen has operated Sky High Farm» [44], «HBO Max sequel to Sex and the City» [38], «designer Molly Rogers» [38], «My Fair Lady» [38];

– разговорная лексика: «stems» (ножки), «dude» (чувак), «Google the phrase» (загуглите фразу), «that’s okay» (это нормально), bad babe («плохая девчонка»), «punk» (панкует), «hang-ups around aging» (зацикливания, заморочки, переживания), «singledom» (холостяцкая жизнь), «mish-mash» (путаница, мешанина), «the meme-verse» («вселенная мемов»), «the drop» (выход [первого сезона]), «vibe» (атмосфера), «snafu» (ошибка, незапланированная ситуация);

– лексика из других языков: «insouciant», or «je ne sais quoi» [41], «skin-baring tops and low-rise bottoms are au courant» [31], «trompe l’oeil» [37], «a

little risqué» [41], «tabula rasa Balenciaga catsuits» [39], «a Davidson shoe du jour» [39];

– лексический повтор: «From Mini to Micro, Skirts Are Getting Short-Short» , «designers chose not to show teeny-tiny skirts» [31], «there are more and more Palestinians enrolling» [40], «It’s hideous – just hideous» [38].

Он позволяет усилить эффект воздействия на читателя. По сути, эта синтаксическая фигура речи состоит из двух повторяющихся слов. В таких случаях автор намеренно хочет акцентировать внимание на описываемом объекте;

– фразеологизмы: «[jeans]reflect their times» [32]. – [джинсы] отражают свое время (перевод наш – В. Д.), «The story of jeans, <...>, revolves around labor, leisure, youth, and status» [32]. – история джинсов вращается вокруг сферы труда, отдыха, молодости и статуса (перевод наш – В. Д.), «couture took things to another level» [37]. – кутюр вывел все на новый уровень (перевод наш – В. Д.), «she credits their expertise with broadening her horizons» [37]. – она считает, что их профессионализм расширил ее горизонты, «it made an instant impression» [37]. – это произвело мгновенное впечатление (перевод наш – В. Д.), «The Palestinian Model Making Waves in Her Fashion Community» [40]. – Палестинская модель создает волнение в модном сообществе (перевод наш – В. Д.), «At this point, it’s a broken record» [41]. – сейчас, это уже заезженная пластинка (перевод наш – В. Д.), «Not a moment was to be spared» [42]. – ни минуты не было потрачено зря (перевод наш – В. Д.), «for better or worse» [38]. – хорошо это или плохо (перевод наш – В. Д.);

– ирония: «After (obviously) consuming it at 6:30 a.m., here’s what I learned from And Just Like That... The Documentary» [38]. – После (очевидно) просмотра сериала «И просто так. Документальный фильм» в 6:30 утра, вот, что я успела понять (перевод наш. – В. Д.), «“I’ve only ever seen every episode once.” That’s about 10 times less than me and my three college roommates» [38]. – « Я смотрела каждый эпизод только один раз». Это примерно в 10 раз

меньше, чем я и три моих соседа по комнате в колледже» (перевод наш. – В. Д.).

В последние годы ирония используется настолько широко, что ее можно признать важным индикатором изменения отношения к моде;

– для модных статей характерно полное и фрагментарное цитирование, таким образом показывая отсылки к ранее сказанным интервью, высказываниям, фразам из фильмов и так далее: «Actually, I knew this, but seeing costume designer Molly Rogers venture into said storage unit (where “no human hand has touched anything,” Rogers quips) and pull Carrie’s opening-credits tutu was still a sight to behold. Honorable mention to the shoe label that read “fragile and iconic”» [38], “Jeans are the perfect, quintessentially American item through which to examine the complex story of America,” said Cameo George <...>. “They reflect their times and provide a unique and unexpected starting point for discussions of race, gender, class, and culture” [32], «“I feel like the whole trip has been a highlight, to be honest,” Fox shared from Paris» [37], «“She stood it bravely – like a queen,” a member of her household told reporters at the time» [42], «“What are we trying to sustain – the fires, the tornadoes, the mass extinction?” Aras Baskauskas, the CEO of Christy Dawn, asked my former colleague Emily Farra last year» [44], «“We don’t need to be sustainable,” he added, “we need to be regenerative”» [44], «“I saw this opportunity for a brand to emerge out of a mission as opposed to a mission emerging from a brand,” Colen told me» [44], «Sarah Jessica Parker stores “archives” of Carrie’s closet at Garde Robe, a “first-class,” climate-controlled New York luxury fashion storage space» [38], «Writer Julie Rottenberg says they’d been “wanting to get our gals on the subway for more than 20 years”» [38].

Морфологические особенности текста:

– сокращения: «Gen Z» [40];

– фразовые глаголы: «to see off his eldest daughter» [42], «Philip pulled aside his wife» [42], «carry on» [42], «before moving on to Levi’s» [32], «cropping up» [37], «to show off our stems» [31], «dive back into the electricity»

[31], «stroll down the catwalk» [37], «played up the surrealism» [37], «while growing up» [40], «goes on» [41], «wake up consumers» [44], «shacked up with Davidson» [39], «she stepped out» [39], «lost out» [38], «toy with» [38];

– сложносоставные прилагательные: «don't-mess-with-me attitude of a Levi's-clad Marlon Brando», «much-copied hip-hop uniform», [32] «devil-may-care», «pandemic-caused restrictions», «skin-baring tops» [31], «one-of-a-kind pieces» [37], «body-skimming» [41], «fist-sized monogram earrings» [41], «classic-yet-quirky dressing» [41], «The styles are never over-the-top» [41], «the reality-television-star-turned-business-mogul used Balenciaga and masked looks» [44], «outrageous-yet-awesome claim» [38];

– возвратные местоимения: «the film, <...>, problematizes its subject» [32], «donating 100% of its yield» [44];

– наречия: «quintessentially American item» [32], «models are radically reimagining the future» [40], «Charteris spent the next few hours frantically » [42], «Princess Elizabeth formally proclaimed herself Queen» [42], «the series premiere was carefully, strategically planned» [38];

– переход одной части речи в другую: «Hippies were jeans wearers» (глагол – wear) [32], «modeled» (существительное – model) [40], «plenty of talk»(глагол talk перешел в существительное «мнение») [41];

– сравнительная степень прилагательных: «the film, <..>, problematizes its subject in order to offer a broader and more inclusive way» [32], «it's almost easier to note» [31], «more structured silhouette» [31], «Benson felt more creative and expressive» [40], «more eclectic» [39], «I'm more drawn to the French woman» [41];

– модальные глаголы: «Davidson might not be changing the fashion industry» [39], «his uplifting and free sartorial attitude might trickle into the Kardashian's world» [39], «you should wonder why the rest of your garments aren't so kind to the planet» [44], «we should all take note of when getting dressed» [41];

– притяжательные существительные: «Inside Julia Fox’s Sensational and Surreal Trip to Schiaparelli Couture» [37], «they wear their boyfriends’ coats» [41], «the cowboy’s working uniform» [32], «Pat McGrath’s cosmetic line» , «collection’s celestial themes» [37], «the King’s morning cup of tea» [42], «Elizabeth’s secretary» [42], «each other’s wardrobes» [39], «the show’s towering fashion legacy» [42], «Carrie’s apartment furniture» [42];

– пассивные конструкции: «Contemporary in its approach, the film, which was written, directed, and produced by Anna Lee Strachan and Michael Bicks» [32], «Riveted reminds us that those privileges have not always been accorded equally to all who live under the stars and stripes» [32], «All flags were lowered to half mast» [42], «Sweats have been shed» [31], «Fox felt a deep connection to the look and was impressed by the craftsmanship» [37], «the nutrients depleted by farming» [44];

– причастные и деепричастные обороты: «Riveted: The History of Jeans, premiering tonight on The American Experience on PBS» [32], «the leg-baring mini made its triumphant return, cropping up on the runways of Chanel, Versace, Missoni, and Miu Miu», «garment representing a shift in societal dynamics» [31], «While watching models stroll down the catwalk, Fox couldn’t help but earmark her favorite looks» [37], «Charteris spent the next few hours frantically calling diplomats across the continent, clearing all the lines at a local post office» [42], «but dominating my conversations, my work, my podcast listening, etc.» [38], «with on-set, saying she aims to be “the anti-Nancy Reagan – just say yes”» [38].

Синтаксические особенности. Далее обратимся к синтаксическому анализу текстов о моде глянцевого журналов. Выявим приемы, которые характерны для подобных текстов:

– вопросительные и восклицательные конструкции «Where do I even begin!? I loved the pieces that looked like Saturn. I loved the black dress that went into the hat, says Fox» [37], «did you know that he worked with a tailor named Jacob Davis, and that it was he who added the copper rivets?» [32], «Sure, we’re more than happy to cover our faces, but let us bare our bellies and thighs!» [31],

«Her standouts?» [37], «Does this statement seem widely applicable to a lot of Sex and the City’s fashion?» [38], «How can this be true?» [38].

Использование вопросительных конструкций очень распространено в журналистских текстах, поскольку оно подразумевает обращение к аудитории с целью создания коммуникации между автором и читателем;

– однородные члены предложения: «which was written, directed, and produced» [32], «looking at history, placing jeans at the nexus of politics, identity, and fashion» [32], «They reflect their times and provide a unique and unexpected starting point for discussions of race, gender, class, and culture» [32], «The story of jeans, as we know them, revolves around labor, leisure, youth, and status» [32], «The frisky and errant attitude» [31], «It was simple, severe, and striking» [41], «The SHF imprint will sell not only honey, jams, and salts, but also denim workwear, embroidered shorts, and chore coats» [44], «leather skirt, leather gloves, and a furry Balenciaga bag and sunglasses» [39];

– выделение предложений скобками для комментария или дополнительной информации: «Hippies were jeans wearers, but so were Civil Rights activists. (They were also the official uniform of the Peace Corps)» [32], «Model Sharon Rose Benson (@rose_xxvi)», «“But I didn’t know I could make money [modeling]”» [40], «she attended her first meeting with the Privy Council (or, the official advisors to The Crown)» [42], «Davidson, after all, is a comedian who has a relaxed style with a point of view (and a stylist, Britt Theodora)» [39], «the first season finale (I say “first” because showrunner Michael Patrick King says he and Sarah Jessica Parker are plotting a second)» [38], «the loss of Willie Garson (who played the best Sex and the City supporting character ever, Stanford Blatch)» [38], «(Carrie initially wore it to Jackie’s [Bobby Lee’s] wedding.)» [38];

– антитеза: «There’s French Girl Style and Then There’s French Woman Style» [41];

– вводные слова: «As of more recent» [41], «Eventually» [40], «Of course» [37], «Though» [37], «Sure» [31], «Maybe» [41], «Finally» [42], «Meanwhile»

[42], «Right after» [42], «after all» [42], «At the same time» [32], «Regardless of» [39], «Blessedly» [38];

– эллипсис: «he decided not to share it with the royal until more ! was known» [42], «The 66-year-old ! looks fantastic» [41];

– повелительное наклонение: «Look at his appearance» [39], «Google the phrase» [41], «just ask Julia Fox» [37], «let's applaud them» [39];

– парцелляция: «characters have ever been on the subway. Ever» [38].

– пунктуация, не характерная для русских текстов «Riveted asserts that jeans first became aligned with glamour, and designer fashion, in the 1970s; a decade later they became an essential part of the much-copied hip-hop uniform» [31], «a new type of miniskirt – one abbreviated from the top and the bottom and dubbed the low-rise microskirt» [43], «There is no milestone quite like your first trip to the couture collections – just ask Julia Fox» [32], «she never saw anyone who looked like her – not even in the advertisements of her local Arab shops» [37], «to tell her of her father's passing – and her subsequent ascension to the British throne» [41];

– многоточие: «Fashion's Next Mega Brand Is ... A Farm?» [42], «I'm more drawn to the French woman ... emphasis on woman» [40], «when she had ... a Blackberry» [39].

Стилистические особенности текста.

Простота является важной стилистической особенностью языка современных развлекательных журналов. Во-первых, свобода в подаче материала позволяет увеличить число читателей, а во-вторых, гляцевый журнал – явный показатель снижения культурного уровня современного читателя. В статьях гляцевых журналов допускается использование жаргонных выражений и разговорной лексики.

Исследовав тексты о моде женского гляцевого журнала Vogue, мы определили, что это уникальный журнал о знаменитостях, красоте и моде для массовой аудитории, где определен лексический ряд, постоянно

повторяющий значение гламура, с помощью которого объединена содержательно-тематическая часть публикации.

При этом интересной особенностью, но не лингвистической, является специфика дизайна текстов о моде, напечатанных в глянце. Коды передачи играют важную роль в макете журнала: визуальная информация воспринимается быстрее, позже формируя соответствующий образ. В полиграфической промышленности компонентами, влияющими на первое впечатление от номера журнала, являются шрифт, цвета, качество иллюстраций и формат страницы. Vogue довольно толстое издание, так как оно печатает более объемные материалы и имеет большое количество рекламных разворотов. При этом можно отметить тенденцию к спокойным цветам. Выделены основные материалы номера: в них предисловие к статье часто печатается на одной из фотографий.

В женском глянце иллюстрации специфичны: карикатуры и прочая графика там практически не публикуются. Каждая фотография или картинка иллюстрирует авторский текст. Интервью сопровождаются модной съемкой героя. Такое обилие фотографий красивой одежды и знаменитых женщин в глянце воздействует на механизм подсознания: читатели проецируют эти образы на себя. Модная фотография чаще всего односторонняя – приоритет в журнале отдается фотографиям самих вещей.

Таким образом, можно сделать вывод, что «глянец» ориентирует читателя на определенные формы массового поведения. В текстах глянцевого журналов преобладает легкий стиль изложения и упрощенное изложение информации. Жанровые и стилистические особенности глянцевого журналов, в которых присутствуют элементы манипуляции и высокая степень эмоциональности, определяют, что глянцевого журнал, несмотря на свою аполитичность, создает определенные ценностные ориентации для массовой аудитории.

В англоязычных гляцевых журналах авторы используют совершенно разные лексические, морфологические, стилистические и синтаксические приемы, чтобы привлечь внимание читателей и завоевать аудиторию.

Самые частотные из них лексические (эпитеты, претензионная лексика), синтаксические (однородные члены предложения, вводные слова, выделение предложений скобками) и морфологические (фразовые глаголы, сложносоставные прилагательные, притяжательные существительные). Фонетические вовсе отсутствуют, так как они больше характерны для художественной литературы. Данные представлены на рисунках 1, 2, 3.

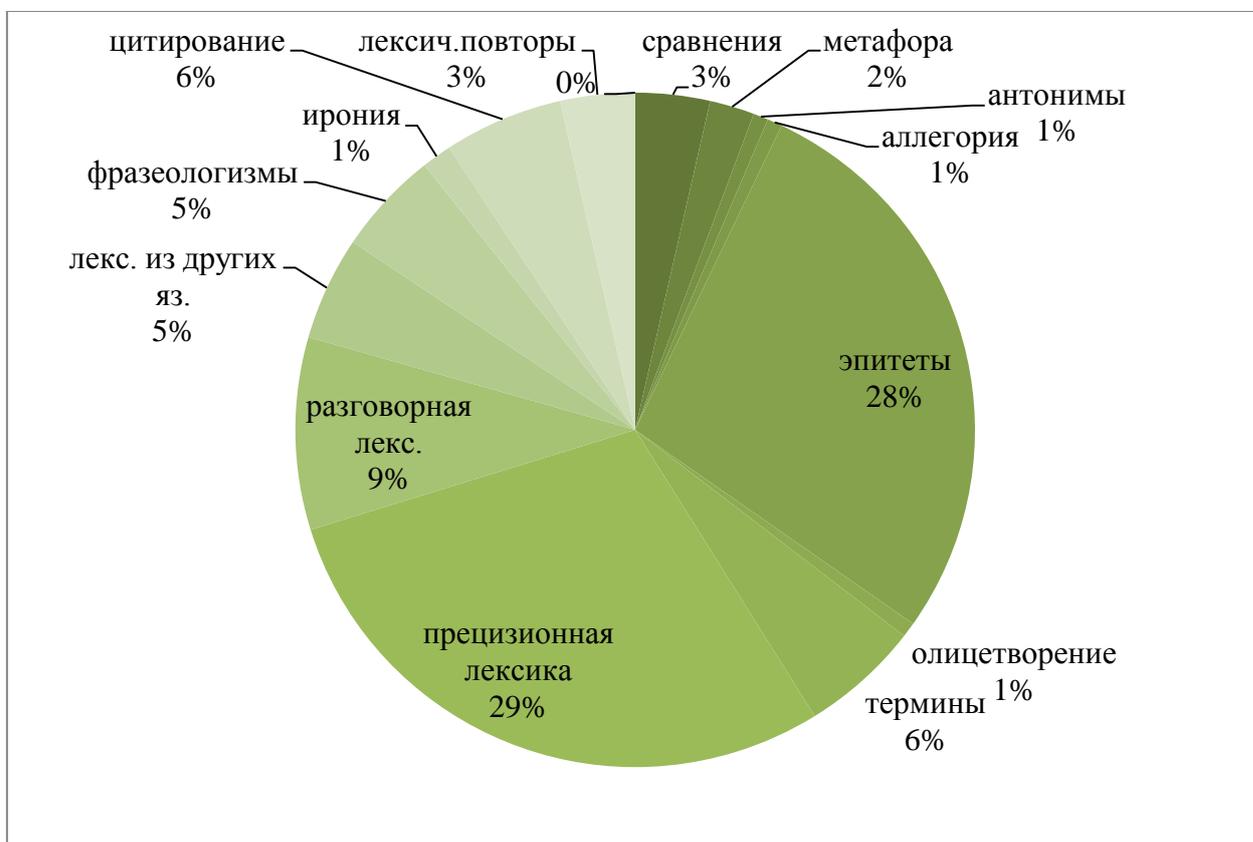


Рисунок 1 – Лексические особенности

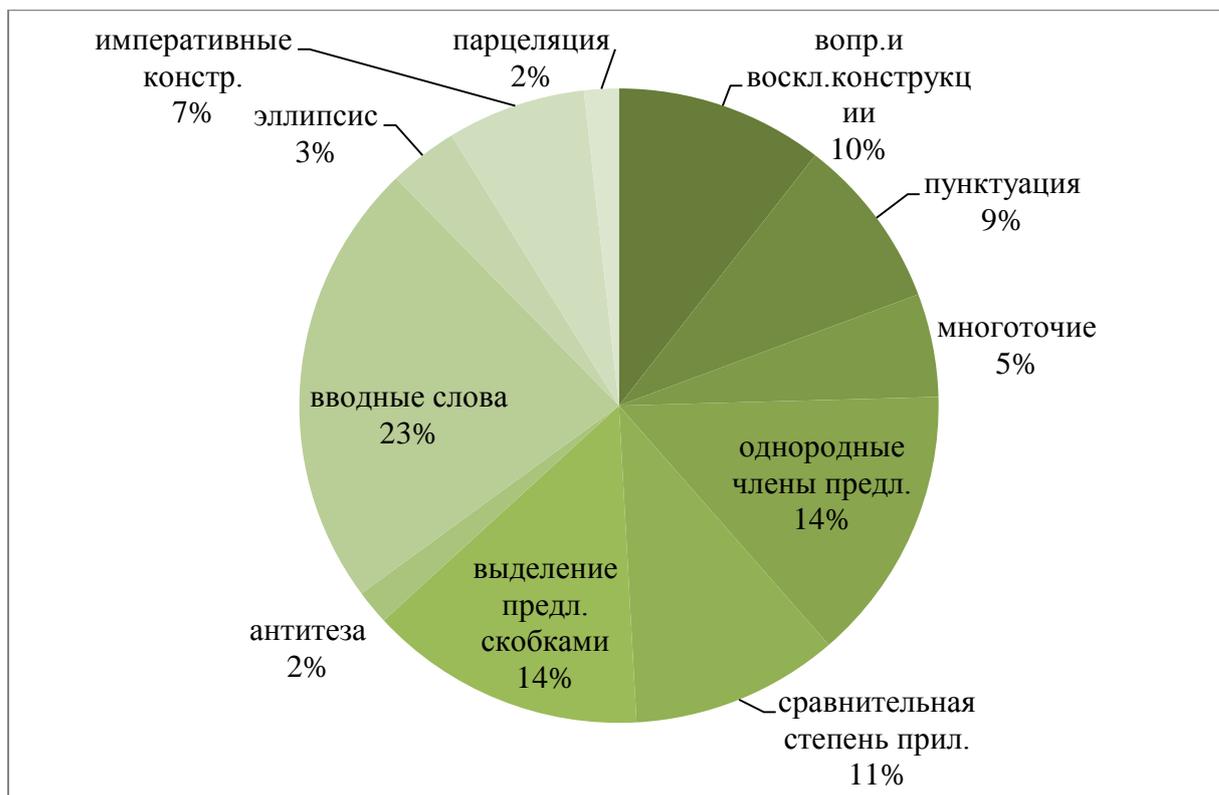


Рисунок 2 – Синтаксические особенности

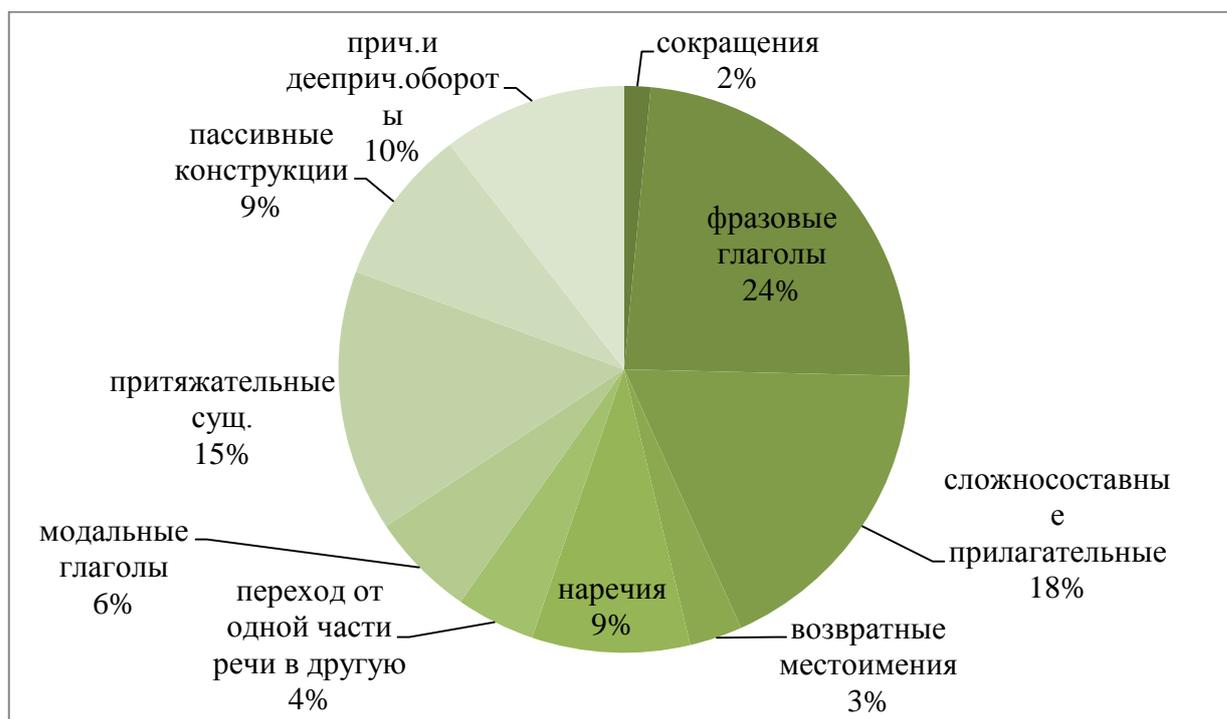


Рисунок 3 – Морфологические особенности

После проделанной работы по стилистическому анализу мы решили следовать двум стратегиям перевода согласно Л. Венути, который выделил форенизацию и доместикацию, так как считаем, что данные стратегии

позволяют передать как лингвистические, так и на культурные особенности текстов о моде.

2.2. Обоснование стратегии перевода текстов о моде журнала Vogue

Ниже представлены все примеры выделенных нами лексических, синтаксических и морфологических особенностей текстов англоязычных глянцевого журналов, представленные в таблице (таблица 1), на которые мы будем ориентироваться, чтобы обосновать выбранные стратегии, основываясь на приемах, которые мы применяли при переводе.

Таблица 1 – Способы передачи лексических особенностей текстов о моде в процессе перевода

Лексические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
Сравнения	The miniskirt first gained popularity in the '60s and '70s as a playful and even defiant garment	Популярность мини-юбок впервые приобрела в 60-х и 70-х годах как игривая и даже вызывающая одежда	Эквивалентный перевод
	striking Sies Marjan vintage coats – have felt like a breath of fresh air.	поразительное винтажное пальто Sies Marjan – как глоток свежего воздуха	Эквивалентный перевод
	They are neither shrinking violets nor are they peacocking	Их образ не описать как «нежный» или «вычурный»	Ассоциативный перевод
	The actor was visibly confident and, like her character, completely no-nonsense	Актриса выглядела уверенной в себе и, как ее героиня , совершенно невозмутимой	Эквивалентный перевод
	Few ideas are as nebulous as sustainability in fashion»	Некоторые идеи кажутся такими же туманными, как и устойчивое развитие моды.	Эквивалентный перевод

Продолжение таблицы 1

Лексические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
Метафора	<p>Chanel, Courrèges, Etro, Miu Miu, Prada, Versace, Blumarine, Sandy Liang, Missoni, Balmain, Max Mara, and more are proving the appetite to show off our stems and dive back into the electricity of the outside world.</p> <p>there is a “renaissance” of creative youth</p> <p>She went through her closet-cleaning era in a rotation of Juicy Couture velour tracksuits, the Keeping Up With the Kardashians years</p>	<p>Chanel, Courrèges, Etro, Miu Miu, Prada, Versace, Blumarine, Sandy Liang, Missoni, Balmain, Max Mara и многие другие, демонстрируют свое желание открыть наши ножки, чтобы вернуть внешнему миру «заряд электричества»</p> <p>сейчас наблюдается «ренессанс» творческой молодежи</p> <p>Она прошла через эпоху смены гардероба от велюровых спортивных костюмов Juicy Couture, через годы участия в шоу «Семейство Кардашьян»</p>	<p>Эквивалентный перевод (метафора обособлена в кавычки)</p> <p>Эквивалентный перевод</p> <p>Грамматическая замена части речи (прилагательное на существительное, выраженное дополнением)/использован прием добавления (годы участия в шоу) и подбор аналога на русском языке</p>
Антонимы	can be low- or high-rise, is more fitted than flared	[силуэт] может быть с низкой или высокой посадкой, скорее приталенный, чем расклешенный	добавление
Аллегория	all who live under the stars and stripes	все, кто живет под флагом Америки	Замена на синоним

Продолжение таблицы 1

Лексические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
Эпитеты	a unique and unexpected starting point	уникальная и неожиданная отправная точка	Эквивалентный перевод
	the leggy silhouette	силуэт мини	Эквивалентный перевод
	The frisky and errant attitude	Резвые и эпатажные тенденции	
	favorite denim	любимые джинсы	Эквивалентный перевод
	With its glossy texture and built-in bustier, the piece was sexy, sleek, and appropriately attention-grabbing.	Благодаря блестящей текстуре и встроенному корсету, платье выглядело сексуальным, элегантным и, конечно, привлекало внимание.	Эквивалентный перевод + грамматическая замена части речи (прилагательное на глагол)
	she wears a white dress with spine-like three-dimensional embroidery down the front and leather pants	на ней одето белое платье с объемной вышивкой в виде позвоночника спереди и кожаные брюки	Эквивалентный перевод + описательный перевод
	skin-baring tops and low-rise bottoms	обнажающие фигуру топы и низ с заниженной талией	эквивалентный перевод
	gave a stony pose in oversized shades, a body-skimming dress, pumps, and two fist-sized monogram earrings	приняла строгую позу в безразмерных очках, облегающем платье, туфлях и двух серьгах с монограммой размером с кулак.	Эквивалентный перевод + грамматическая замена части речи (прилагательное на существительное)

Продолжение таблицы 1

Лексические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
Эпитеты	semi-sheer forest green knit dress heeled sandals slick black coat and leather gloves with her classic pout eclectic, playful, and even casual ensembles a cat print T-shirt ketchup red pantaboos vintage straw hat	трикотажное платье травянисто-зеленого цвета босоножки на каблуках элегантное черное пальто и кожаные перчатки с классическим макияжем эклектичные, игривые и даже повседневные образы футболка с кошачьим принтом ботинки Pantaboos цвета кетчупа винтажная соломенная шляпа	Эквивалентный перевод Грамматическая замена части речи (прилагательное на существительное) Эквивалентный перевод Эквивалентный перевод Грамматическая замена части речи (прилагательное на существительное) Грамматическая замена части речи (прилагательного на существительное) Эквивалентный перевод
Термины	three-dimensional embroidery cutouts trail body-skimming dress low-rise microskirt Pantaboos	трехмерная вышивка вырезы шлейф облегающее платье юбка с низкой посадкой ботинки, переходящие в джинсы	Эквивалентный перевод Эквивалентный перевод Эквивалентный перевод описательный перевод Эквивалентный перевод Описательный перевод

Продолжение таблицы 1

Лексические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
Олицетворение	Riveted, a New Documentary, Rewrites the History of Jeans	Новый документальный телеэпизод «Риветед» переписывает историю джинсов	Добавление + синтаксическое уподобление
Прецизионная лексика	<p>Anna Lee Strachan and Michael Bicks Levi Strauss</p> <p>Fox and her glam squad of stylists Peri Rosenzweig and Briana Andalore, makeup artist Daniel Kolarick got ready for Schiaparelli at Chateau Voltaire</p> <p>Riveted starts rewriting history here, before moving on to Levi's</p> <p>designers like Chanel, Courrèges, Etro, Miu Miu, Prada, Versace, Blumarine, Sandy Liang, Missoni, Balmain, Max Mara</p> <p>Emily in Paris</p>	<p>Анна Ли Стрекан и Майкл Бикс Леви Страусс</p> <p>Фокс и ее глэм-команда в составе стилистов Пери Розенцвейг и Брианы Андалор, визажиста Даниэля Коларика готовились к показу Schiaparelli в «Шато Вольтэр» Телеэпизод</p> <p>«Риветед» рассказывает новую историю, которая начинается еще до появления бренда Levi's</p> <p>дизайнеры таких модных домов , как Chanel, Courrèges, Etro, Miu Miu, Prada, Versace, Blumarine, Sandy Liang, Missoni, Balmain, Max Mara</p> <p>«Эмили в Париже»</p>	<p>Имена переведены с помощью приема транскрипция</p> <p>Транскрипция</p> <p>Название бренда оставлено в оригинале на латинице</p> <p>Название телеэпизода переведен с помощью транслитерации</p> <p>Транслитерация</p> <p>Оригинал на латинице</p> <p>Переведен с помощью аналога на русском языке</p> <p>Аналог на русском языке</p>

Продолжение таблицы 1

Лексические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
	Elizabeth sat with Philip at Sagana Lodge in Nyeri, Kenya	Елизавета находилась с Филиппом в кенийской государственной ложе в графстве Ньери	Транскрипция
	Granville Roberts, a reporter from the East African Standard	Грэнвилл Робертс, репортер из «Ист Африкан Стандарт»	Транскрипция
	The BBC cancelled all programming	Би-би-си отменила все передачи	Аналог
	HBO Max sequel to Sex and the City	Продолжение «Секса в большом городе» от HBO Max	Аналог
	My Fair Lady	Моя прекрасная леди	Аналог
Разговорная лексика	Stems Dude Google the phrase that's okay bad babe punk hang-ups around aging mish-mash the meme-verse the drop vibe snafu	ножки чувак загуглите фразу всё путем «плохая девчонка» панкует заморочки путаница «вселенная мемов» выход [первого сезона] атмосфера незапланированная ситуация	Разговорная лексика переведена с помощью эквивалентного перевода

Продолжение таблицы 1

Лексические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
Лексика из других языков	<p>insouciant, or je ne sais quoi</p> <p>skin-baring tops and low-rise bottoms are au courant</p> <p>trompe l'oeil thigh-high boots</p> <p>tabula rasa Balenciaga catsuits</p> <p>a Davidson shoe du jour</p>	<p>«беззаботный» или «je ne sais quoi»(необъяснимо привлекательный)</p> <p>обнажающие фигуру топы и низ с заниженной талией – это модно</p> <p>сапоги до бедер с носками, напоминающие по форме пальцы ног</p> <p>однотонные кэтсьют Balenciaga</p> <p>повседневная обувь Дэвидсона</p>	<p>Эквивалентный перевод Оригинальная версия + описательный перевод в виде комментария в скобках</p> <p>Модуляция: au courant – все знают, слышали, как следствие – это модно</p> <p>Описательный перевод</p> <p>Описательный перевод</p> <p>Эквивалентный перевод</p>
Ирония	<p>After (obviously) consuming it at 6:30 a.m., here's what I learned from And Just Like That... The Documentary</p> <p>I've only ever seen every episode once. That's about 10 times less than me and my three college roommates</p>	<p>После (очевидно) просмотра документального сериала «И просто так. Документальный фильм» в 6:30 утра, вот, что я успела понять</p> <p>Я смотрела каждый эпизод только один раз. Это примерно в 10 раз меньше, чем я и три моих соседа по комнате в колледже</p>	<p>Перестановка членов предложения + название сериала переведено путем подбора аналога на русском языке</p> <p>Синтаксическое уподобление</p>

Продолжение таблицы 1

Лексические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
Фразеологизмы	[jeans]reflect their times	[джинсы] отражают свое время	Синтаксическое уподобление
	The story of jeans, <...>, revolves around labor, leisure, youth, and status	история джинсов вращается вокруг сферы труда, отдыха, молодости и статуса	Синтаксическое уподобление
	couture took things to another level	кутюрье вывел все на новый уровень	Синтаксическое уподобление
	she credits their expertise with broadening her horizons	она считает, что их профессионализм расширил ее горизонты	Синтаксическое уподобление
	it made an instant impression	это произвело мгновенное впечатление	Эквивалентный перевод
	The Palestinian Model Making Waves in Her Fashion Community	Палестинская модель создает волнение в модном сообществе	Семантический перевод
	At this point, it's a broken record	это уже заезженная пластинка	Эквивалентный перевод
	Not a moment was to be spared	минуты не было потрачено зря	Эквивалентный перевод
	for better or worse	хорошо это или плохо	Эквивалентный перевод

Продолжение таблицы 1

Лексические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
Лексический повтор	<p>«From Mini to Micro, Skirts Are Getting Short-Short»</p> <p>designers chose not to show teeny-tiny skirts</p> <p>there are more and more Palestinians enrolling</p> <p>It's hideous – just hideous</p>	<p>От мини до микро. Юбки становятся все короче и короче</p> <p>дизайнеры предпочли не демонстрировать мини-юбки</p> <p>все больше и больше палестинцев поступают в учебные заведения</p> <p>Это отвратительно, просто отвратительно.</p>	<p>Синтаксическое уподобление + членение предложения</p> <p>Синтаксическое уподобление + опущение</p> <p>Синтаксическое уподобление</p> <p>Синтаксическое уподобление</p>
Цитирование	<p>human hand has touched anything,” Rogers quips</p> <p>“Jeans are the perfect, quintessentially American item through which to examine the complex story of America,” said Cameo George</p> <p>“I feel like the whole trip has been a highlight, to be honest,” Fox shared from Paris</p>	<p>прикасалась рука человека» по словам Роджерса.</p> <p>«Джинсы – идеальная квинтэссенция американской моды, через которую можно рассмотреть сложную историю Америки» – высказался Кэмео Джордж</p> <p>«По правде сказать, я чувствую, что вся поездка стала для меня ярким событием», – поделилась Фокс из Парижа.</p>	<p>Цитирование сохранено в полном виде, переведено дословно и оформлено согласно русской пунктуации</p> <p>+перестановка членов предложения</p>

Продолжение таблицы 1

Лексические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
Цитирование	<p>“She stood it bravely – like a queen,” a member of her household told reporters at the time.</p> <p>“What are we trying to sustain – the fires, the tornadoes, the mass extinction?” Aras Baskauskas, the CEO of Christy Dawn, asked my former colleague Emily Farra last year</p>	<p>«Она выдержала это мужественно, как королева», – сказал в то время журналистам один из членов ее семьи.</p> <p>«Что мы пытаемся поддерживать - пожары, торнадо, массовое вымирание?» – спросил в прошлом году Арас Башкаускас, генеральный директор Christy Dawn, мою бывшую коллегу Эмили Фарру.</p>	

Таблица 2 – Способы передачи морфологических особенностей текстов о моде в процессе перевода

Морфологические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
Сокращения	Gen Z	Поколение зумеров	Эквивалентный перевод
Фразовые глаголы	<p>to see off pulled aside carry on moving on crop up to show off dive back into stroll down played up grow up goes on wake up shacked up with step out lost out toy with</p>	<p>проводить отвести в сторону продолжать перейти к подниматься показать вернуть пройтись по играли расти продолжаться пробудить встречаться с выйти потерялась развлекаться</p>	Фразовые глаголы переведены с помощью эквивалентного перевода

Продолжение таблицы 2

Морфологические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
Сложносоставные прилагательные	don't-mess-with-me attitude of Marlon Brando	Фраза Марлона Брандо в фильме «Дикарь» «не связывайся со мной»	Перевод путем подбора аналога на русском языке
	much-copied hip-hop uniform	Множественно используемый стиль хип-хопа	Калькирование
	devil-may-care	«дьявольски аккуратны»	Калькирование
	pandemic-caused restrictions	Ограничения, вызванные пандемией	Преобразование прилагательного в причастный оборот
	skin-baring tops	Обнажающие фигуру топы	Эквивалентный перевод+генерализация
	one-of-a-kind pieces	Уникальные вещи	Эквивалентный перевод
	classic-yet-quirky dressing	Классический и в то же время пикантный стиль	Эквивалентный перевод
	the reality-television-star-turned-business-mogul	Звезда реалити-шоу, ставшая бизнес-магнатом	Эквивалентный перевод+добавление причастного оборота
Переход от одной части речи в другую	Hippies were jeans wearers	Хиппи были любителями носить джинсы	Добавление
	Modeled	Была моделью	Добавление
	plenty of talk	Множество мнений	Эквивалентный перевод

Продолжение таблицы 2

Морфологические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
Возвратные местоимения	<p>problematizes its subject</p> <p>donating 100% of its yield</p>	<p>[фильм] ставит задачу</p> <p>Передавая 100% урожая</p>	<p>Прием опущения</p> <p>Замена местоимения существительным</p>
Наречия	<p>quintessentially American item</p> <p>models are radically reimagining the future</p> <p>Charteris spent the next few hours frantically</p> <p>Princess Elizabeth formally proclaimed herself Queen</p> <p>the series premiere was carefully, strategically planned</p>	<p>Квинтэссенция американской моды</p> <p>модели радикально переосмысливают будущее</p> <p>следующие несколько часов Чартерис провел в суматохе</p> <p>Принцесса Елизавета официально провозгласила себя королевой</p> <p>премьера сериала была тщательно и грамотно спланирована</p>	<p>Грамматическая замена части речи (наречие – сущ.)</p> <p>Эквивалентный перевод</p> <p>Грамматическая замена части речи (наречие-сущ.)</p> <p>Эквивалентный перевод</p> <p>Эквивалентный перевод</p>
Модальные глаголы	<p>Davidson might not be changing the fashion industry</p> <p>his uplifting and free sartorial attitude might trickle into the Kardashian’s world</p> <p>you should wonder</p> <p>we should all take note</p>	<p>Давидсон вряд ли изменит индустрию моды</p> <p>его приподнятое и свободное отношение к одежде может просочиться в мир Кардашьян</p> <p>вам стоит задуматься нам всем стоит обратить на это внимание</p>	<p>перевод с помощью модальной частицы</p> <p>перевод с помощью глагола «мочь»</p> <p>перевод с помощью безличного глагола «стоит»</p>

Продолжение таблицы 2

Морфологические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
Притяжательные существительные	<p>Inside Julia Fox's Sensational</p> <p>boyfriends' coats</p> <p>Pat McGrath's cosmetic line</p> <p>carrying the the King's morning cup of tea</p> <p>the show's towering fashion legacy</p>	<p>Сенсационное путешествие Джулии Фокс</p> <p>Пальто их бойфрендов</p> <p>Косметическая линия «Пэт Макграт»</p> <p>Несший Королю утреннюю чашку чая</p> <p>великое наследие модного шоу</p>	Грамматическая перестановка фразы с помощью согласования слов в родительный падеж
Пассивные конструкции	<p>the film, which was written, directed, and produced by Anna Lee Strachan and Michael Bicks»</p> <p>All flags were lowered to half mast»</p> <p>Sweats have been shed</p> <p>Fox was impressed by the craftsmanship</p> <p>the nutrients depleted by farming</p>	<p>Фильм, который был написан, снят и спродюсирован Анной Ли Стрэкан и Майклом Биксом</p> <p>Все флаги были приспущены до половины флагштока</p> <p>Свитеры сброшены</p> <p>Фокс впечатлило мастерство</p> <p>питательные вещества, истощенные в результате сельскохозяйственной деятельности</p>	Синтаксическое уподобление с сохранением страдательного залога

Продолжение таблицы 2

Морфологические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
Причастные и деепричастные обороты	Riveted: The History of Jeans, premiering tonight	Премьера телеэпизода «Риветед:История джинсов» состоялась вечером	Замена причастного оборота на прямой порядок слов
	the leg-baring mini made its triumphant return, cropping up on the runways of Chanel, Versace, Missoni, and Miu Miu	мини обнажили ноги, совершив свое триумфальное возвращение, и поднялись на подиумы Chanel, Versace, Missoni и Miu Miu	Замена причастного оборота на однородные сказуемые
	While watching models stroll down the catwalk, Fox couldn't help but earmark her favorite looks	Наблюдая за тем, как модели расхаживают по подиуму, Фокс не могла не отметить свои любимые образы	Синтаксическое уподобление с сохранением причастного оборота
	Charteris spent the next few hours frantically calling diplomats across the continent, clearing all the lines at a local post office	Следующие несколько часов Чартерис провел в суматохе, обзванивая дипломатов по всему континенту и проверяя все линии на местном почтовом отделении	Синтаксическое уподобление с сохранением однородного причастного оборота

Таблица 3 – Способы передачи синтаксических особенностей текстов о моде в процессе перевода

Синтаксические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
Вопросительные и восклицательные конструкции	Where do I even begin!?	С чего бы мне начать?	Эквивалентный перевод
	«did you know that he worked with a tailor named Jacob Davis, and that it was he who added the copper rivets?»	Вы знали, что он работал с портным по имени Джейкоб Дэвис и что именно он придумал медные заклепки?	Синтаксическое уподобление

Продолжение таблицы 3

Синтаксические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
	<p>Sure, we're more than happy to cover our faces, but let us bare our bellies and thighs!</p> <p>«Her standouts?»</p> <p>Does this statement seem widely applicable to a lot of Sex and the City's fashion?</p>	<p>Конечно, мы более чем счастливы закрывать наши лица, но позвольте нам обнажить живот и бедра!</p> <p>Какие образы она выделила?</p> <p>Можно ли предположить, что это замечание широко применимо ко многим вещам из «Секса в большом городе»?</p>	<p>Синтаксическое уподобление</p> <p>Добавление</p> <p>Синтаксическое уподобление</p>
Однородные члены предложения	<p>They reflect their times and provide a unique and unexpected starting point for discussions of race, gender, class, and culture</p> <p>The frisky and errant attitude</p> <p>It was simple, severe, and striking</p> <p>The SHF imprint will sell not only honey, jams, and salts, but also denim workwear, embroidered shorts, and chore coats</p> <p>leather skirt, leather gloves, and a furry Balenciaga bag and sunglasses</p>	<p>Они отражают свое время и служат уникальной и неожиданной отправной точкой для обсуждения расы, пола, класса и культуры</p> <p>Резвые и эпатажные тенденции</p> <p>Это было просто, строго и поразительно.</p> <p>Под логотипом SHF будут продаваться не только мед, джемы и соль, но и рабочая одежда из денима, шорты с вышивкой и пальто-халаты</p> <p>Кожаная юбка, кожаные перчатки, меховая сумка Balenciaga и солнцезащитные очки</p>	Синтаксическое уподобление

Продолжение таблицы 3

Синтаксические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
Сравнительная степень прилагательных	<p>a broader and more inclusive way</p> <p>it's almost easier to note</p> <p>more structured silhouette</p> <p>Benson felt more creative and expressive</p> <p>more eclectic</p> <p>I'm more drawn to the French woman</p>	<p>Более широкий и всеохватывающий взгляд</p> <p>легче отметить</p> <p>более структурированный силуэт</p> <p>Бенсон чувствовала себя более творческой и эмоциональной натурой.</p> <p>Более эклектичные</p> <p>меня больше привлекает стиль французской женщины</p>	Эквивалентный перевод с добавлением наречия «более» или «больше»
Антитеза	There's French Girl Style and Then There's French Woman Style	Есть стиль французской девушки, а есть стиль французской женщины	Синтаксическое уподобление
Вводные слова	As of more recent, Eventually, Of course, Though, Sure, Maybe, Finally, Meanwhile, Right after, after all, At the same time, Regardless of , Blessedly	С недавних пор, В конечном счёте, Безусловно, Хотя, Конечно, Может быть, Наконец, В то же время, Сразу после, После всего, В то же время, Независимо от	Эквивалентный перевод
Эллипсис	<p>he decided not to share it with the royal until more ! was known</p> <p>The 66-year-old ! looks fantastic</p>	<p>он решил не сообщать об этом королевской семье, пока не будет известно более точной информации</p> <p>66-летняя актриса выглядит фантастически</p>	Добавление

Продолжение таблицы 3

Синтаксические особенности текста	Пример	Перевод	Вид трансформации
Выделение предложений скобками	<p>Hippies were jeans wearers, but so were Civil Rights activists. (They were also the official uniform of the Peace Corps)</p> <p>Model Sharon Rose Benson (@rose_xxvi)</p> <p>But I didn't know I could make money [modeling].</p> <p>she attended her first meeting with the Privy Council (or, the official advisors to The Crown)</p> <p>Davidson, after all, is a comedian who has a relaxed style with a point of view (and a stylist, Britt Theodora).</p>	<p>Хиппи были любителями носить джинсы, как и активисты движения за гражданские права (они также были официальной униформой Корпуса мира)</p> <p>Модель Шэрон Роуз Бенсон (@rose_xxvi)</p> <p>«Но я не знала, что могу зарабатывать деньги [работая моделью]»</p> <p>она отправилась на свою первую встречу с Тайным советом (или официальными советниками короны)</p> <p>Дэвидсон, в конце концов, комик, который придерживается непринужденного стиля и имеет свою точку зрения (и стилиста Бритт Теодору)</p>	Обособление скобками дополнительной информации соответствуют оригиналу
Императивные конструкции	<p>Look at his appearance</p> <p>Google the phrase</p> <p>just ask Julia Fox</p> <p>let's applaud them</p>	<p>Взгляните на его появление</p> <p>Загуглите фразу</p> <p>Просто спросите Джулию Фокс</p> <p>Давайте поаплодируем им</p>	Синтаксическое уподобление
Парцелляция	<p>characters have ever been on the subway. Ever</p>	<p>персонажи, которые когда-либо ездили в метро. Когда бы то ни было</p>	Синтаксическое уподобление

Согласно представленным в таблицах сведениям, у нас получились следующие данные по трансформациям и приемам, которые мы использовали при переводе текстов в гляцевых журналах о моде, указанные на рисунках 4, 5, 6.

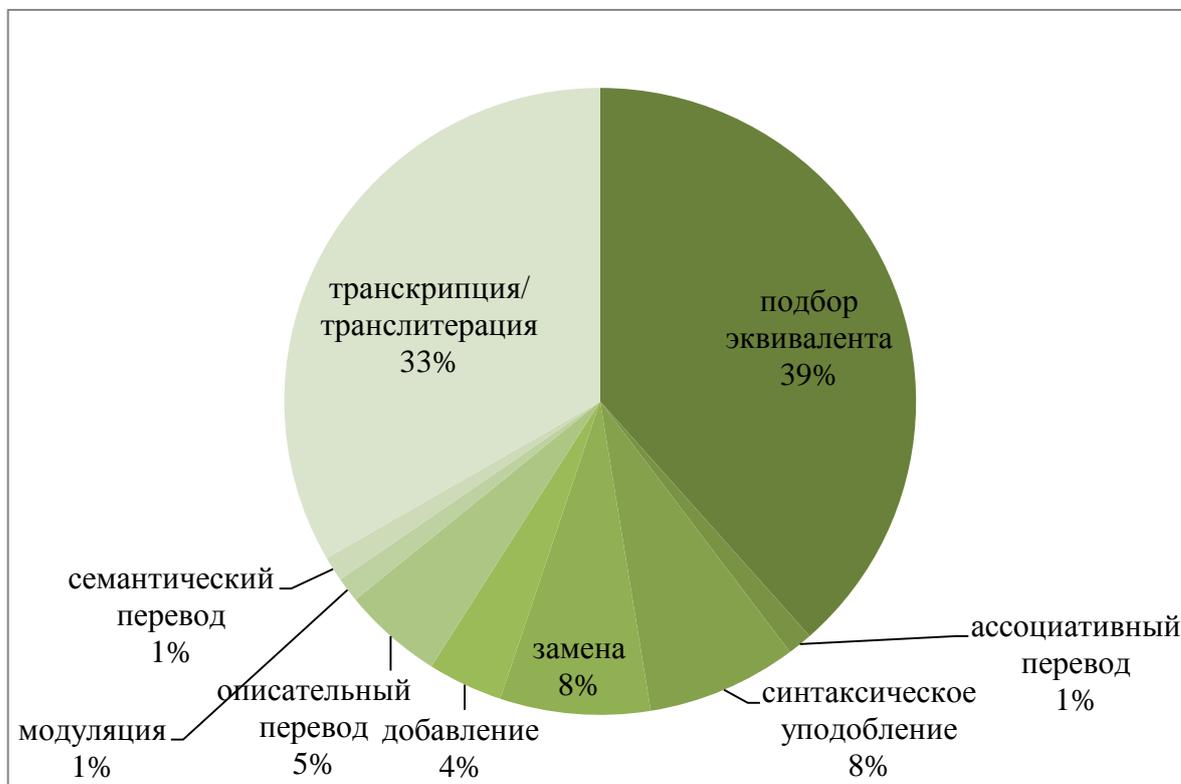


Рисунок 4 – Приемы переводы лексических особенностей текста

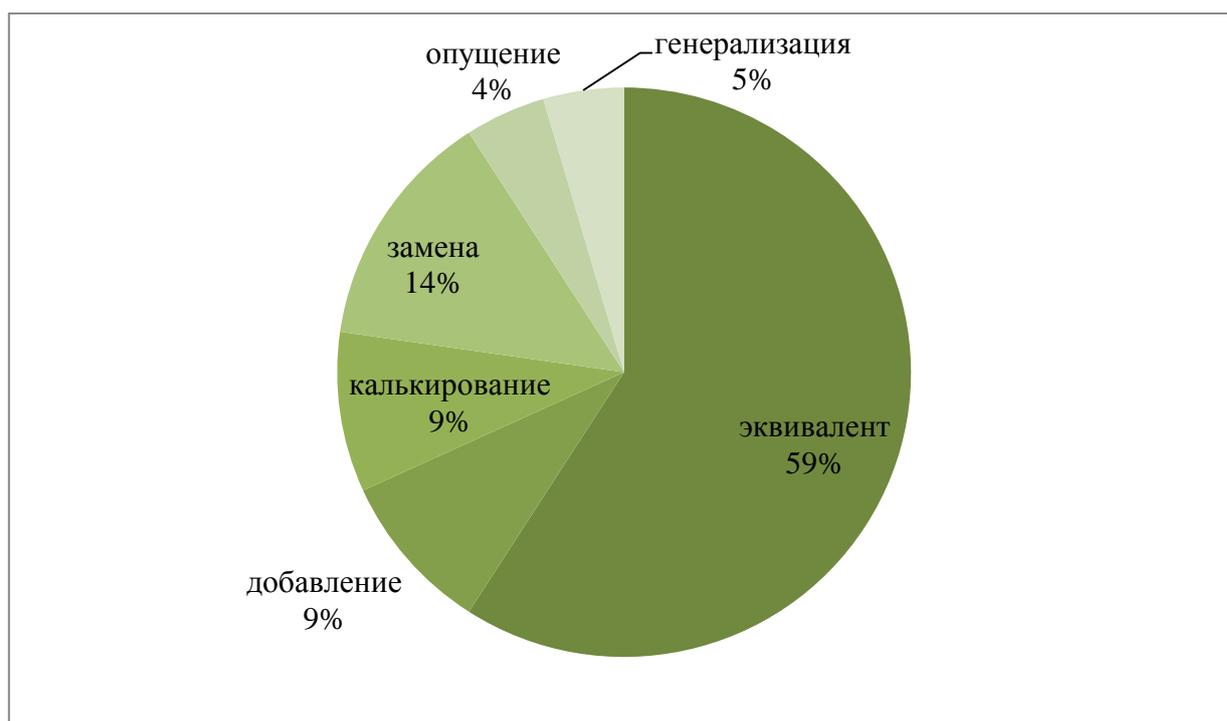


Рисунок 5 – Приемы перевода морфологических особенностей текста

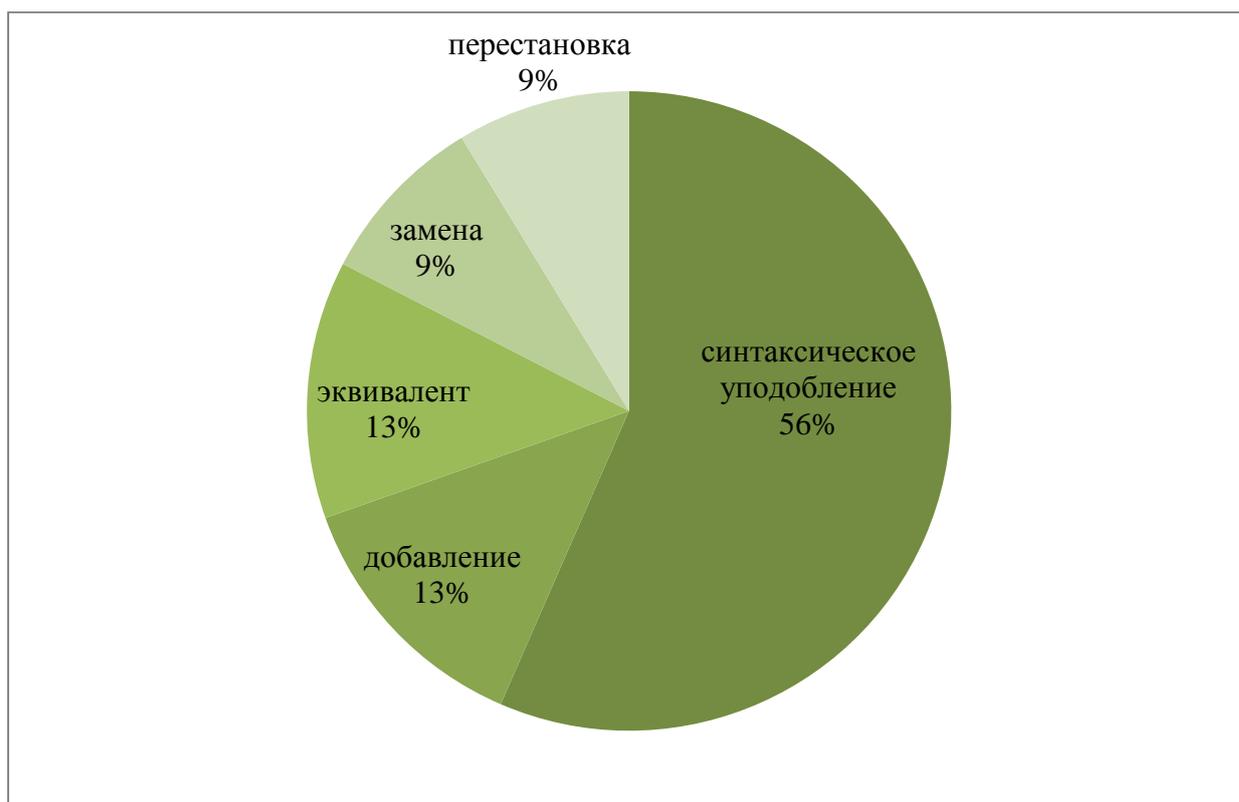


Рисунок 6 – Приемы перевода синтаксических особенностей текста

Мы можем с уверенностью сказать, опираясь на процентное соотношение, что перевод путем подбора эквивалента на русском языке и грамматического приема синтаксического уподобления (дословный перевод) превалирует над другими видами трансформаций. Поэтому при переводе текстов глянцевого журнала *Vogue* мы стремимся сохранить особенности и черты англоязычной версии данного издания, передавая и сохраняя реалии индустрии моды, ориентируясь на зарубежную версию журнала. Несмотря на то, что нами были использованы такие приемы, как транслитерация и транскрипция, при переводе прецизионной лексики, названия брендов, которые присутствовали в большом количестве в текстах глянцевого издания, были оставлены на латинице, так как не требуют перевода для читателей, которые интересуются модой. Также были использованы замены, модуляции и добавления членов предложения, для сохранения красивой и грамотной структуры русского предложения, но при этом не было

необходимости преобразовывать лексические особенности текста, чтобы адаптировать текст для реципиента, выросшего в русской культуре.

Таким образом, мы придерживались стратегии форенизации, которая при переводе текстов о моде стирает культурные границы, при этом оставляя статьи понятной и доступной для русского читателя. Это связано с тем, что сфера моды за рубежом до сих пор остается более развитой индустрией, поэтому авторы глянцевого журналов стараются соответствовать англоязычным стандартам и знакомят с ними русскую аудиторию.

Выводы по второй главе

Проанализировав статьи англоязычного глянцевого журнала *Vogue*, мы можем сказать, что авторы стараются пользоваться всеми ресурсами своего языка, чтобы тексты о моде «звучали» выразительно и художественно, так как необходимо быстро захватить внимание аудитории и заставить читателя вновь вернуться к изданию.

Тексты наполнены различными средствами выразительности, с помощью которых автор выражает свое мнение и мнение экспертов в модной индустрии. Немалую часть составляет разбор образов героев статей, которые описаны с помощью многочисленных лексических, морфологических и синтаксических средств.

Со стороны стилистики нами отмечены оформление и структура статей журнала, которые богаты иллюстрациями, выступающими в виде дополнительного «визуального языка». Для переводчика это становится подсказкой для подбора точного варианта перевода, если оригинальное описание образа не до конца ясно.

В переводе с английского на русский язык текстов моды почти не возникало трудностей в подборе эквивалентов и в сохранении особенностей оригинала. Это связано с тем, что в русском языке существует значительная часть эквивалентов модной терминологии, а благодаря богатой лексике русского языка нетрудно подобрать эквиваленты эпитетам для передачи

характеристик предметов одежды и аксессуаров. Имена собственные также не нуждаются в переводе, так как для аудитории глянцевого журнала они знакомы в оригинальном виде. Иногда встречаются случаи, где необходим поиск аналога на русском языке, например, для передачи названий фильмов и сериалов.

Исходя из проделанной работы мы пришли к выводу, что при переводе текстов о моде издания *Vogue* можно следовать стратегии форенизации, так как облегченная версия подачи материала, которая выражается на грамматическом и лексическом уровнях, помогает сохранить оригинальные черты текста, а благодаря заимствований из английского языка значительная часть модной терминологии глубоко вошла в русский язык, и при их переводе достаточно подобрать эквивалент.

Заключение

Глянцевые журналы являются специфической платформой, работающей по собственным правилам и прививающей модные ценности и традиции. Такие издания являются одновременно общедоступными и открытыми, но при этом с преобладающими установками на роскошь, которая выражается в статьях о красивой и модной жизни. Эти журналы имеют редкую периодичность, выходят один раз в месяц, и они намного толще, чем еженедельные. Они напечатаны на достаточно плотной бумаге, а обязательным их атрибутом являются глянцевые обложки.

В процессе работы были сопоставлены англоязычные и русскоязычные тексты о моде и выявлены их сходства и различия. В русской версии журнала Vogue много подражаний западным образцам, что проявляется не только в большом количестве заимствованной лексики, но и тенденциях, которые мы можем проследить в статьях о стиле в одежде, макияже, в привычках гламурного образа жизни. Глянцевый журнал позиционирует определенные принципы – женственность, ухоженность, элегантность. Стоит также отметить, что в русскоязычных и зарубежных глянцевых журналах можно найти такие важные темы, как индивидуальность, феминизм, равенство и толерантность, часто в них поднимаются важные социальные вопросы.

Печатные и электронные версии журнала оформляются по общим правилам: яркая цветовая гамма, привлекательные образы, структура подачи материала (захватывающий внимание заголовок, иллюстративный материал, иногда разделение на подтемы в статьях). Структура в таких изданиях стремится к облегченному варианту, чтобы материал воспринимался и читался легко.

Различия заключаются в том, что отечественный глянец принято считать частью досуга и развлечения, в то время как зарубежные тексты о моде, помимо рекламно-информационной функции, играют социальную роль – становятся проводником элитарного образа жизни.

Стилистика гляцевых журналов является важным аспектом изучения текстов о моде, так как выявляет ее характерные особенности и специфику. Так как тексты модных изданий относятся к публицистическому стилю, то в них наблюдается эмоциональность, документальность, субъективность, а также социально-оценочный подход к описываемым событиям или явлениям. К функциям любых «модных» изданий можно отнести информационность (сообщение о каком-либо явлении) и воздействие на читателя. Гляцевые журналы всегда придерживаются коммуникативной цели, а переводчик стремится придерживаться стратегии, чтобы грамотно и верно их передать.

Понимание культуры родного и переводящего языка для переводчика играет огромную роль для верного и точного перевода. Язык и культура – это два понятия, которые неразделимы друг с другом. Принимая решение в пользу определенных стратегий, переводчик должен придавать равное значение как языковым, так и культурным различиям между ПЯ и ИЯ. Каждая языковая группа имеет свои культурно-специфические особенности, которые не имеют эквивалентов в других языках, тем самым создавая трудности для переводчика. Один из способов решения этой проблемы является использование стратегий. Стратегия указывает переводчику, каких трансформаций стоит придерживаться, в зависимости от того, нужно ли сохранять специфику исходного текста, в котором будет присутствовать иностранная терминология, выражения, не знакомые другой культуре, комментарии, которые будут сопровождать и объяснять межкультурные различия, или же текст будет адаптирован под аудиторию переводящего языка, в знакомых формах выражений и культурных коннотациях, но с потерей особенностей иностранного оригинала.

В переводе зарубежных текстов чаще всего придерживаются двух стратегий – форенизации и доместикации. Согласно Л. Вентути, первое означает переход от иностранного текста оригинала к переводу, согласно своим культурным нормам и традициям, а второе определение обозначает фиксацию лингвистических и культурных различий иностранного текста,

благодаря которым читатель видит отличительные особенности культуры текста оригинала.

В работе выполнен предпереводческий анализ текстов из глянцевого журнала, опираясь на работу И. С. Алексеевой. Среди лексических особенностей текстов были найдены: сравнения, метафоры, антонимы, аллегория, эпитеты, олицетворения, термины, прецизионная лексика, разговорная лексика, лексика из других языков, фразеологизмы, ирония, лексический повтор, цитирование. Самыми частотными из них являются эпитеты и прецизионная лексика. Среди морфологических особенностей необходимо отметить следующие: сокращения, фразовые глаголы, сложносоставные прилагательные, возвратные местоимения, наречия, слова, которые переходили от одной части речи в другую, модальные глаголы, притяжательные существительные, пассивные конструкции, причастные и деепричастные обороты. Самые частотные оказались фразовые глаголы, сложносоставные прилагательные, притяжательные существительные. Наконец, к синтаксическим особенностям текстов глянцевого журнала относятся вопросительные и восклицательные конструкции, однородные члены предложения, сравнительная степень прилагательных, выделение предложений скобками, антитеза, вводные слова, эллипсис, императивные конструкции, парцелляция. Самые частотные – выделение предложений скобками, вводные слова, однородные члены предложения.

Завершающим этапом стало обоснование выбранной стратегии перевода, которой стала стратегия форенизации. При этом мы основывались на самых частотных преобразованиях при переводе, которыми оказались эквивалентный и дословный перевод (семантическое уподобление). Такие трансформации уместны при переводе текстов о моде глянцевого журнала, так как тексты доступны для понимания кругу постоянных читателей глянцевого журнала, которые находятся в контексте индустрии моды и понимают возможные отсылки к известным модным фактам, именам и названиям. В нашем случае мы пришли к выводу, что необходимо учитывать,

что перед нами целевая аудитория крупного глянцевого журнала Vogue, которая обладает достаточными знаниями в этой сфере и не нуждается в дополнительной адаптации явлений и понятий модной культуры, так как российские модные издания зачастую пользуются терминами, связанными с индустрией моды, многие из которых являются заимствованиями, но при этом некоторые из них русифицированы до такой степени, что прочно вошли в тексты о моде на русском языке. Благодаря стратегии форенизации мы смогли не только сохранить стилистические особенности данного издания (о чем и в каком стиле авторы пишут статьи), но и произвели гармоничное объединение двух культур, которое строится не только на общих ценностях, правилах, видении издания, но и на уровне текста, которая особенно заметна на лексическом уровне (модная лексика, терминология, прецизионная лексика).

Список используемой литературы и используемых источников

1. Алексеева И. С. Введение в переводоведение : учеб. пособие для филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. СПб. : Филологический факультет СПбГУ; М. : Академия, 2004. 352 с.
2. Анненкова И. В. Язык современных СМИ в контексте русской культуры : попытка риторического осмысления // Русская речь. 2006. № 1. С. 69–78.
3. Ашинова И. В. Нарратив гламурного дискурса // Вестник Северо-Осетинского государственного университета им. К. Л. Хетагурова. 2014. № 2. С. 189–192.
4. Байджанова Ю. Ш. Язык глянцевого журналов как особенность современной массовой культуры // Вестник Башкирского университета. 2012. Т. 17. № 3(1). С. 1641–1642.
5. Болотнова Н. С. Филологический анализ текста : учебное пособие. М. : Флинта, 2016. 520 с.
6. Виноградов В. В. Лексикология и лексикография. М. : Наука, 1977. 312 с.
7. Волкова Т. А. Стратегия перевода как параметр изучения языковой личности переводчика [Электронный ресурс] // Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета. 2012. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-perevoda-kak-parametr-izucheniya-yazykovoy-lichnosti-perevodchika> (дата обращения: 09.06.2022).
8. Гальперин И. Р. Стилистика английского языка (на английском языке). 3-е изд. М. : Высшая школа, 2015. 293 с.
9. Гарбовский Н. К. Теория перевода. М. : Издательство Московского университета, 2007. 545 с.

10. Гудова М. Ю., Ракипова И. Д. Женские глянцевого издания : хронотоп воображаемой повседневности : монография. Екатеринбург : Изд-во Уральск. ун-та, 2010. 243 с.
11. Джексон Т., Шоу Д. Индустрия моды. : Баланс Бизнес Букс, 2021. 400 с.
12. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. Назрань : ООО «Пилигрим», 2010. 488 с.
13. Зверева В. Позывные гламура. Гламур : культурная экспансия или новая идеология? [Электронный ресурс] // Искусство кино. 2006. № 11, ноябрь. URL: <http://old.kinoart.ru/archive/2006/11/n11-article3> (дата обращения: 01.06.2022).
14. Зиновьева Е. С. Дискурс русскоязычных глянцевого журналов как объект изучения медиалингвистика // Вестник Череповецкого государственного университета. 2016. № 4. С. 88–92.
15. Клушина Н. И. Стилистика в эпоху медиа // Верхневолжский филологический вестник. 2016. № 4. С. 144–147.
16. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) : учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. М. : Высшая школа, 1990. 253 с.
17. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. М. : ЭТС, 2002. 424 с.
18. Королькова С. А. Текстологическая модель обучения письменному переводу студентов языковых вузов : на материале французского языка : дис. ...канд. пед. наук. Волгоград, 2006. 12 с.
19. Мкртычева Ю. А. Глянцевые издания в медиасистеме России // Медиа альманах. 2021. № 2. С. 80–85.
20. Моисеева А. В. Исследование психолингвистических особенностей восприятия и понимания текста глянцевого журнала : автореф. ... дисс. ... кандидата филол. наук. Уфа, 2017. 26 с.
21. Морозова Е. С., Шарова К. Stylistic peculiarities of English and Russian advertisements in glossy magazines // Материалы VII Международной научно-методической конференции. 2015. С. 216–227.

22. Нелюбин Л. Л. Лингвостилистика современного английского языка : учеб. пособие. М. : ФЛИНТА, 2013. 128 с.
23. Плисецкая А. Д. Глобализация в языке и стиле глянцевого СМИ (на материале журнала *Jalouse*, французская и русская версии) // Сборники конференций НИЦ «Социосфера». 2010. № 8. С. 190–199.
24. Сердали Б. К. Специфичность публицистического стиля // Первый независимый научный вестник. 2016. № 6. С. 89–92.
25. Скулкин О. В. Глянцевый журнальный дискурс в России XXI века : лингвориторические параметры функционирования гендер-идеала : автореф. ... дисс. кандидата филол. наук. Майкоп, 2014. 26 с.
26. Спиридовский О. В., Яковлева И. Н. Переводческие трансформации и стратегии перевода в сфере политической коммуникации (на материале англоязычных СМИ) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. Том 13. Выпуск 10. С. 205–210.
27. Тулупов В. В. Российская пресса : дизайн, реклама, типология. Воронеж, 1996. 270 с.
28. Тюленев С. В. Теория перевода. М. : Гардарики, 2004. 336 с.
29. Харина Е. С. Стратегии перевода лингвокреативных средств в заголовках СМИ [Электронный ресурс]. URL: <https://upload.pgu.ru/iblock/8cb/9.pdf> (дата обращения: 01.06.2022).
30. Ярцева В. Н. Контрастивная грамматика. М. : Наука, 1981. 112 с.
31. Besser R. From Mini to Micro, Skirts Are Getting Short-Short [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vogue.com/slideshow/mini-skirts> (дата обращения: 16.02.2022).
32. Borelli-Persson L. Riveted, a New Documentary, Rewrites the History of Jeans [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vogue.com/article/riveted-the-history-of-jeans-documentary> (дата обращения: 06.02.2022).
33. Conde Nast/ Brands. Audience Highlights [Электронный ресурс]. URL: <https://www.condenast.com/brands/vogue> (дата обращения: 01.06.2022).

34. König A. Glossy Words : An Analysis of Fashion Writing in British Vogue // Fashion Theory. 2006. № 10:1-2. P. 205–224.
35. Levintova E. Glamorous politics or political glamour? Content analysis of political coverage in Russian glossy magazines // Communist and Post-Communist Studies. 2013. № 46(4). P. 503–511.
36. Macmillan Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.macmillandictionary.com> (дата обращения: 01.06.2022).
37. Okwodu J. Inside Julia Fox’s Sensational and Surreal Trip to Schiaparelli Couture [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vogue.com/slideshow/julia-fox-schiaparelli-couture-spring-2022-diary> (дата обращения: 10.02.2022).
38. Ruiz M. 14 Things I Learned from And Just Like That ... The Documentary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vogue.com/article/and-just-like-that-documentary> (дата обращения: 12.02.2022).
39. Satenstain L. Kim Kardashian Has Entered Her Experimental Fashion Phase With Pete Davidson [Электронный ресурс]. URL: https://www.vogue.com/article/kim-kardashian-pete-davidson-style-transformation#intcid=recommendations_vogue-verso-hp-trending_8982a170-a730-44c4-a471-6e661cb09d04_popular4-1 (дата обращения: 12.02.2022).
40. Satenstein L. The Palestinian Model Making Waves in Her Fashion Community [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vogue.com/article/palestinian-model-sharon-rose-benson-is-making-waves-in-her-fashion-community> (дата обращения: 18.02.2022).
41. Satenstein L. There’s French Girl Style and Then There’s French Woman Style [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vogue.com/article/french-style-isabelle-huppert-philippine-leroy-beaulieu> (дата обращения: 11.02.2022).

42. Taylor E. Looking Back at the Day Elizabeth Became Queen [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vogue.com/article/queen-elizabeth-retracing-her-ascension> (дата обращения: 12.02.2022).
43. Yang W. Brief Study on Domestication and Foreignization in Translation // Journal of Language Teaching and Research. 2010. Vol. 1. No. 1. P. 77–80.
44. Yotka S. Fashion's Next Mega Brand Is ... A Farm? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vogue.com/article/sky-high-farm-workwear> (дата обращения: 08.02.2022).