

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

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра «Теория и практика перевода»

(наименование кафедры)

45.03.02 Лингвистика

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Перевод и переводоведение

(направленность (профиль)/специализация)

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему Способы достижения адекватности при переводе жанров «статья» и «рекомендация» в дискурсе моды с английского на русский язык

Студент

А. Э. Попова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

С. М. Вопяшина

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Допустить к защите

Заведующий кафедрой к.филол.н., доцент С. М. Вопяшина

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

(личная подпись)

« _____ » _____ 20 _____ г.

Тольятти 2018

Аннотация

Актуальность выбранной темы определяется тем, что в настоящий момент существует мало исследований, касающихся переводов статей и рекомендаций в медиадискурсе о моде.

Объектом исследования являются тексты статей и рекомендаций, относящиеся к медиадискурсу моды, взятые из различных интернет-СМИ; **предметом** – способы достижения адекватности при переводе текстов статей и рекомендаций с английского на русский язык.

Цель работы – выявить способы достижения адекватности при переводе жанров «статья» и «рекомендация» в дискурсе моды с английского на русский язык.

В соответствии с целью исследования ставятся следующие **задачи**: 1) изучить понятие «адекватность»; 2) рассмотреть понятие «прагматическая адаптация»; 3) дать общую характеристику жанров «статья» и «рекомендация»; 4) перевести статьи и рекомендации с английского на русский язык; 5) выявить средства достижения адекватного перевода.

Материалом исследования послужили тексты статей и рекомендаций, относящиеся к медиадискурсу моды, взятые из интернет-СМИ: Cosmopolitan, NY Daily News, CNN, Vogue, The New York Times, Harper's Bazaar, The Week и Business insider общим объемом около 50 тысяч знаков на английском языке и их переводы, выполненный автором бакалаврской работы и опубликованный на сайте медиахолдинга ТГУ «ЕстьTalk!» (talk-on.ru), общим объемом 70 тысяч знаков на русском языке.

Для решения поставленных задач были использованы следующие **методы** исследования: метод анализа и синтеза, метод предпереводческого анализа, метод сплошной выборки и сравнительно-сопоставительный метод, метод контекстуального анализа.

Практическая значимость работы состоит в том, что материал и результаты исследования могут быть использованы в учебных курсах «Практический курс первого иностранного языка», «Перевод в СМИ».

Структура. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемой литературы.

Список используемой литературы включает 30 источников.

Общий объем работы составляет 40 страниц.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	7
1.1. Адекватность, как базовая категория перевода	7
1.2. Прагматическая адаптация, как способ достижения адекватности	10
1.3. Общая характеристика жанров «статья» и «рекомендация» в дискурсе моды	14
Выводы по первой главе.....	18
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ПЕРЕВОДОВ СТАТЕЙ И РЕКОМЕНДАЦИЙ С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ В ДИСКУРСЕ МОДЫ.....	19
2.1. Средства языковой репрезентации коммуникативно-прагматических установок статей и рекомендаций в дискурсе моды	19
2.2. Приёмы адекватного перевода жанров статья и рекомендация с английского на русский язык	23
2.3. Прагматическая адаптация при переводе статей и рекомендаций.....	34
Выводы по второй главе.....	37
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	39
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	41

ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе в журналистике наблюдается динамичное развитие системы жанров, обусловленное, среди других причин, возникновением нового информационного пространства – сети Интернет. Таким образом, медиадискурс о моде оказывает огромное влияние на современного читателя. Исследование способов адекватного перевода и прагматической адаптации жанров «статья» и «рекомендация» на материале публикаций о моде является важным вопросом.

В настоящий момент большое количество работ посвящено исследованию публицистических статей, в общем, и их переводу, жанрам «статья» и «рекомендация» в интернет-СМИ в данной сфере уделяется гораздо меньшее внимание. Этим обусловлена **актуальность** нашей работы. Более того, анализ публикаций медиадискурса о моде позволяет расширить знания о способах речевого воздействия на массы людей.

Объектом исследования являются тексты интернет-СМИ о моде на английском языке и их перевод на русский язык. В качестве **предмета** исследования выступают способы достижения адекватности и прагматической адаптации при переводе текстов интернет-СМИ о моде с английского на русский язык.

Цель работы – выявить способы достижения адекватности при переводе жанров «статья» и «рекомендация» в дискурсе моды с английского на русский язык.

Цель исследования обусловила необходимость постановки следующих **задач**:

1. Изучить понятие «адекватность»;
2. Рассмотреть понятие «прагматическая адаптация»;
3. Дать общую характеристику жанров «статья» и «рекомендация»;
4. Перевести статьи и рекомендации с английского на русский язык;
5. Выявить средства достижения адекватного перевода.

Материалом исследования послужили тексты статей и рекомендаций на английском языке общим объемом около 50 тысяч знаков и их переводы на русский язык, выполненный автором бакалаврской работы и опубликованный на сайте медиахолдинга ТГУ «ЕстьTalk!» (talk-on.ru), общим объёмом 70 тысяч знаков.

В данной работе были использованы следующие **методы исследования**: методы анализа и синтеза, метод предпереводческого анализа, метод сплошной выборки и сравнительно-сопоставительный метод, метод контекстуального анализа.

Теоретической базой исследования послужили работы Н.К. Гарбовского, В.Н. Комиссарова, Ю.С. Болотовой, А.А. Тертычного и других.

Практическая значимость работы состоит в том, что материал и результаты исследования могут быть использованы в учебных курсах «Практический курс первого иностранного языка», «Перевод в СМИ».

Работа прошла **апробацию** в сборнике статей «Актуальные вопросы переводоведения и практики перевода» от бюро переводов «Альба» (г. Нижний Новгород, 2018).

Структура бакалаврской работы. Данная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка используемой литературы с указанием источников иллюстративного материала.

Во введении обосновывается выбор темы и ее актуальность, указываются объект и предмет исследования, характеризуются цели, задачи, методы, практическая значимость работы.

В первой главе дается определение понятий «адекватность», «прагматическая адаптация» и приводится общая характеристика жанров «статья» и «рекомендация».

Вторая глава посвящена анализу перевода текстов статей и рекомендаций с английского языка на русский язык, изучаются коммуникативно-прагматические установки текстов, выявляются приёмы достижения адекватного перевода.

Заключение содержит выводы, полученные в процессе выявления способов достижения адекватности при переводе текстов статей и рекомендаций.

Список используемой литературы насчитывает 33 работы, 4 из которых на английском языке, а также 9 источников иллюстративного материала.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1. Адекватность, как базовая категория перевода

Понятие адекватности перевода – одно из центральных в современной теории перевода. Под адекватностью перевода понимают соответствие переводного текста целям, задачам, сферам общения, т.е. всем аспектам коммуникативной ситуации [4, 22].

А.В. Федоров использует как равнозначное адекватности понятие полноценности перевода – полную передачу в тексте перевода смыслового содержания текста оригинала и полноценное функционально-стилистическое соответствие текстов оригинала и перевода, то есть:

- 1) соответствие подлиннику по функции (полноценность передачи);
- 2) оправданность выбора средств в переводе, которые могут не совпадать по своему формальному характеру с элементами оригинала, но выполняют аналогичную смысловую и художественную функцию в системе целого [24].

По мнению Н.К. Гарбовского, категория адекватности является характеристикой не степени соответствия текстов перевода и оригинала, а степени соответствия текста перевода ожиданиям участников коммуникации [6].

Несколько другой подход к трактовке категории адекватности предложил Ю.В. Ванников. Адекватность текста у него также определяется по его соответствию коммуникативной установке. При этом он, в частности, выделяет следующие типы адекватности:

- 1) семантико-стилистическая адекватность, которая может быть определена посредством оценки семантической и стилистической эквивалентности языковых единиц в текстах перевода и оригинала;

- 2) функциональная (она же прагматическая или функционально-прагматическая), которая определяется через оценку соотношения текста перевода с коммуникативной интенцией автора оригинала;
- 3) дезидеративная адекватность – соответствие текста перевода запросам получателя перевода;
- 4) волюнтативная адекватность, которую исследователь усматривает в переложениях и в которой проявляется собственная коммуникативная установка переводчика [5, с. 34-37].

В такой трактовке понятие адекватности вмещает в себя понятие эквивалентности. Следует отметить, что понятия адекватности и эквивалентности в переводоведении тесно взаимосвязаны друг с другом, а некоторыми исследователями рассматривается как равнозначные [28].

Н.В. Шамова определяет эквивалентный перевод как перевод, в котором переданы все типы эквивалентности, а адекватный – как такой, в котором переводчик, исходя из цели перевода и характера адресата, передает только денотативную эквивалентность, а остальными типами эквивалентности может пренебречь [26].

Л.С. Бархударов, к примеру, не разделял понятия адекватности и эквивалентности текста, используя их как взаимозаменяемые термины. Адекватный (эквивалентный) перевод, по его мнению, – это перевод, осуществляемый на уровне, необходимом и достаточном для передачи неизменного плана содержания при соблюдении норм принимающего языка [1].

А.Д. Швейцер указывал, что обе категории имеют оценочный и нормативный характер, но имеют ряд отличий. В первую очередь, отличие между ними, по мнению исследователя, заключается в том, что эквивалентность ориентирована на соответствие текста перевода определенным параметрам текста оригинала, на результаты перевода, в то время как адекватность относится к условиям протекания межъязыкового

коммуникативного акта (соответствие перевода как процесса данным условиям коммуникации).

Принципиальное различие между понятиями эквивалентности и адекватности заключается еще и в том, что полная эквивалентность подразумевает полную передачу «коммуникативно-функционального инварианта» текста оригинала. В то время как адекватность опирается на реальную практику перевода, которая часто не допускает полной передачи всего коммуникативно-функционального содержания оригинала – решение, принимаемое переводчиком, часто имеет компромиссный характер, а передача главного и существенного в тексте (его функциональных доминант) часто требует отказа от передачи тех или иных черт текста оригинала.

Таким образом, по мнению ученого, требование адекватности перевода означает, что он должен оптимально, а не максимально соответствовать определенным (не всегда полностью совместимым друг с другом) условиям и задачам коммуникации. То есть перевод может быть адекватным, даже если он эквивалентен оригиналу лишь на одном из семиотических уровней или в одном из функциональных измерений; и наоборот – полностью эквивалентный оригиналу перевод не всегда бывает адекватным [27].

Я.И. Рецкер также высказывал мнение, что главным критерием адекватности перевода является его функциональная точность, при этом часто не только допустим, но и необходим отказ от выбора формальных, словарных соответствий при переводе. Именно через функциональные соответствия оригинала возможно воссоздать единство формы и содержания на другой языковой основе [20].

По В.Н. Комиссарову, адекватный перевод – это такой перевод, который обеспечивает прагматические задачи переводческого акта на максимально возможном для достижения этой цели уровне эквивалентности, не допуская нарушения норм и узуса принимающего языка, соблюдая жанрово-стилистические требования к текстам данного типа и соответствия конвенциональной норме перевода.

Эквивалентность перевода он определяет как общность содержания (смысловую близость) оригинала и перевода, а эквивалентный перевод – как перевод, воспроизводящий содержание оригинала на одном из уровней эквивалентности. В зависимости от того, какая часть содержания передается в переводе, Комиссаров различает 5 уровней (типов) эквивалентности:

- эквивалентность на уровне языковых знаков (слов);
- эквивалентность на уровне предложения/высказывания;
- эквивалентность на уровне сообщения или текста;
- эквивалентность на уровне ситуации;
- эквивалентность на уровне цели коммуникации [12].

И.Г. Мальцева указывает, что данные категории находятся в отношениях иерархии – эквивалентность подчинена адекватности и второстепенна по своей значимости [16].

Таким образом, понятие адекватности, наряду с понятием эквивалентности, используется в переводоведении для оценки качества перевода. Адекватности означает воспроизведение в переводе коммуникативных функций текста оригинала, а эквивалентность – максимальную возможную в данном конкретном случае лингвистическую близость текстов оригинала и перевода.

1.2. Прагматическая адаптация, как способ достижения адекватности

Всякий текст характеризуется способностью оказывать на адресата определенное прагматическое воздействие, или коммуникативный эффект. Воспринимая информацию, содержащуюся в тексте, адресат тем самым вступает в определенные личностные отношения с текстом, которые называют прагматическими отношениями. Способность текста осуществлять прагматическое воздействие на получателя информации, называется прагматическим потенциалом текста [11].

Основные задачи перевода – обеспечить понимание оригинального текста для тех, кто не владеет языком оригинала, и произвести прагматический эффект, соответствующий эффекту оригинального текста [30].

При переводе передача прагматического потенциала текста усложняется тем, что, как правило, получатель текста оригинала и текста перевода принадлежат к разным языковым коллективам, культурам, и, соответственно, имеют различные фоновые знания. В таких случаях приходится прибегать к прагматической адаптации перевода.

Как указывал А.Д. Швейцер, «перевод – это не простая смена языкового кода, но и адаптация текста для его восприятия сквозь призму другой культуры» [27, с. 14]. В современном переводоведении адаптация понимается двояко – 1) как самостоятельный вид языкового посредничества (адаптивное транскодирование) и 2) как неотъемлемая часть процесса перевода.

Таким образом, прагматическая адаптация при переводе – это часть процесса перевода, которая представляет собой систему переводческих приемов, обусловленную особенностями получателя перевода и имеющая своей целью обеспечить такой коммуникативный эффект текста перевода, который был бы аналогичен коммуникативному эффекту текста оригинала [14].

В.Н. Комиссаров определяет прагматическую адаптацию перевода как изменения, вносимые переводчиком в текст перевода с целью получения необходимой реакции со стороны конкретного получателя (рецептора) перевода [11]. Сложность этой задачи обусловлена необходимостью ориентироваться при переводе на индивидуальные особенности конкретного получателя перевода, его характер и психическое состояние, чтобы предугадать его эмоциональную или поведенческую реакцию на сообщение [25].

Это задача находится за рамками перевода как процесса создания текста, коммуникативно равноценного оригиналу. Так, например, при передаче текста рекламы, который должен обеспечить продажу той или иной продукции, часто приходится создавать на принимающем языке новый параллельный текст, учитывающий специфику целевой аудитории. При осуществлении устного перевода переводчик может давать дополнительные разъяснения получателю перевода о том, каких действий ожидает от него отправитель (источник) перевода [18].

В.Н. Комиссаров выделяет четыре основных вида прагматических адаптаций:

1. Прагматическая адаптация, нацеленная на адекватное понимание сообщения рецепторами перевода.

При осуществлении такого вида прагматической адаптации переводчик ориентируется не на конкретного, а на обобщенного («усредненного») получателя, отсутствие у которого требуемых фоновых знаний может сделать текст перевода непонятным. Адаптация такого вида нередко подразумевает введение в текст перевода дополнительной информации, пояснений. Часто такие пояснения необходимы при переводе географических и культурно-бытовых реалий .

2. Прагматическая адаптация, нацеленная на достижение правильного восприятия содержания текста оригинала, донесение до получателя перевода эмоциональной составляющей текста оригинала.

Данный вид адаптации также подразумевает ориентацию на «усредненного» получателя. Как указывает В.Н. Комиссаров, такой вид адаптации часто бывает обусловлен такими факторами:

1) в каждом языке существуют названия некоторых объектов и ситуаций, с которыми у представителей данного языкового коллектива связаны особые ассоциации (как, например, «береза» у русских, mistletoe «омела» у англичан);

2) разный коммуникативный эффект при употреблении языковых средств, несвойственных текстам определенного типа (например, неуместное употребление автором возвышенной лексики; использование разговорной лексики, двойственное английским научно-техническим текстам).

3. Прагматическая адаптация, направленная на обеспечение желаемого воздействия.

Данный тип прагматической адаптации подразумевает ориентирование не на обобщенного, а на конкретного получателя перевода и на конкретную коммуникативную ситуацию, и часто связана со значительным отклонением от текста оригинала или даже полным отказом от использования средств оригинала, если, по мнению переводчика, они не смогут оказать желаемое воздействие на получателя перевода. Такой тип адаптации часто используется при передаче названий литературных произведений, фильмов, телепередач.

4. Прагматическая адаптация, направленная на решение «экстрапереводческой сверхзадачи».

Такой вид адаптации используется переводчиком при необходимости решить какую-то свою задачу, непосредственно не связанную с адекватным воспроизведением оригинала. Он подразумевает изменение и искажение оригинала и носит исключительный характер. В данном случае перевод не является переводом в обычном смысле этого слова.

В данном виде прагматической адаптации В.Н. Комиссаров выделяет четыре подвида:

1) филологический перевод – воспроизведение в переводе формальных особенностей языка оригинала, например, в учебных целях, для изучения структуры языка оригинала; при составлении подстрочников.

2) упрощенный (приблизительный) перевод. Такой перевод часто выполняется по требованию заказчика и заключается в выборочной или упрощенной передаче содержания текста оригинала.

3) модернизация оригинала. Данный подвид предусматривает создание нового текста на основе («по мотивам») текста оригинала.

4) сознательный отказ от адекватного перевода, адаптация с целью выполнения той или иной «экстрапереводческой» задачи, обусловленной политическими, экономическими, личными и другими причинами, не имеющими никакого отношения к переводимому тексту [11].

Таким образом, осуществляя процесс перевода, переводчик может следовать двум стратегиям – 1) сохранение прагматического потенциала текста оригинала, или 2) придания тексту перевода прагматического потенциала, более или менее независимого от прагматики текста оригинала. В первом случае переводчик выступает в качестве посредника, а в другом – активно вмешивается в коммуникативный процесс. Выбор той или иной стратегии, прагматического подхода зависит от конкретной ситуации.

1.3. Общая характеристика жанров «статья» и «рекомендация» в дискурсе моды

По определению Ю.С. Болотовой, «дискурс моды – это совокупность тематически связанных текстов, посвященных моде, в их взаимосвязи с неязыковой действительностью» [2, с. 132]. Жанры «статья» и «рекомендация» являются одними из наиболее распространенных в дискурсе моды и характеризуются в нем следующими общими для дискурса моды признаками:

1. Коммуникативное намерение текстов данного типа заключается в ознакомлении адресата с существующими направлениями, стилями, последними модными тенденциями и новинками, а также их распространении.

2. Участниками коммуникации в них выступают законодатели моды (адресант), к которым причисляют дома мод, дизайнеров, известных деятелей в сфере моды и т.п., и потенциальные покупатели (адресат). Рекламные агентства, модные журналы, магазины выступают в качестве

промежуточного звена между адресантом и адресатом текстов в дискурсе моды.

3. Условия коммуникации отличаются новизной, быстротечностью, значимость для потребителя, определенность, ориентированность как на все слои общества.

4. Сфера коммуникации включает современную индустрию моды, рекламу и маркетинг.

5. Организация коммуникации направлена на удовлетворение потребностей индивидуума в социальной и личностной идентификации, поддержание процесса социализации личности, обеспечение возможности его саморазвития. Кроме того, она отражает моральные и культурные ценности того или иного исторического периода, стимулирует рынок, оказывает влияние на общество в целом.

6. В текстах данного типа для достижения коммуникативного эффекта используют все уровни психологического воздействия на адресата: когнитивный (передача информации), аффективный (эмоциональное воздействие), суггестивный (внушение) и конативный (влияние на поведение) [21].

Функции жанров «статья» и «рекомендация» в дискурсе моды соотносятся с функциями дискурса моды в целом и заключаются в следующем:

1. Коммуникативная функция предполагает ознакомление читателей глянцевого журнала с последними тенденциями, авангардными решениями мира высокой моды.

2. Информационная функция заключается в ознакомлении (информировании) читателя с актуальной информацией о модных тенденциях.

3. Инструктирующая, которая заключается в даче пояснений о способе изготовления и/или использования того или иного продукта (технологии).

4. Имидж-определяющая – информация в данных текстах помогает адресату ориентироваться в модных тенденциях, стилях и направлениях, а также сформировать свой собственный образ.

5. Маркетинг-ориентированная и рекламная – ознакомление читателей с каким-либо продуктами и их продвижение.

6. Инновационная, которая заключается в стимулировании новинок в сфере моды, а также их продвижении.

7. Регулятивная, которая состоит в том, что тексты данного типа помогают индивиду приспособиться к динамично меняющемуся миру моды, влияет на его поведение в обществе.

8. Социальная функция, которая заключается, главным образом, в поддержании процесса социализации личности.

9. Эстетическая функция (служит для развлечения читателя) [2, с. 134].

Отметим, что к жанру «статья» относят публикации, содержащие анализ ситуаций, процессов, явлений, лежащих в их основе закономерных связей, направленный на определение их политической, экономической или иной значимости, а также выяснение того, какие следует отнести, как поступить, чтобы поддержать или устранить такую ситуацию, процесс или явление [23].

Содержательными особенностями статьи являются: описание и оценка проблемной ситуации, выяснение причин возникновения проблемы (барьеры, препятствия, задачи), установление и поиск путей устранения, решения проблемы или возможных действий и т.п. [3].

Среди других особенностей статей отметим частое проведение аналогий с прошлым, отсылки к мнению авторитетных людей, достоверных источников. Как следствие в тексте статьи могут использоваться различные топонимы, цитаты, иноязычные слова, аллюзии. Кроме того, заголовки статей часто наделены образной оценочностью, которая, соответственно, требует использования слов и словосочетаний оценочного и экспрессивного характера [10].

Лингвостилистические особенности жанра «статья» обусловлены их принадлежностью к публицистическому стилю и заключаются в употреблении газетных клише, штампов, устойчивых выражений и стертых метафор; а также в наличии таких специфических особенностей статей как образный и обобщенный характер заглавия; широкое использование цитат, прямой речи в качестве аргументов, для выражения оценки тех или иных явлений, событий; употребление эмоционально окрашенной и оценочной лексики.

Рекомендации, в свою очередь, представляют собой журналистские тексты, в которых содержатся советы относительно решения тех или иных задач; они представляют собой ответ на соответствующие информационные ожидания аудитории.

Для такого типа публикаций характерен предписательный (программный) характер информации. Кроме самих предписаний, содержащихся в публикации, рекомендации содержат их обоснование, аргументацию, установление причинно-следственных связей, оценочные и прогностические суждения [23].

К лингвостилистическим особенностям жанра «рекомендация», кроме черт, свойственных публицистическим жанрам в целом, относятся такие черты, как параллельная композиция построения текста; наличие подзаголовков, вводящих структурные единицы, освещающие различные аспекты исследуемого вопроса; отсутствие заключительной части; однообразие построения подзаголовков; наличие доказательных рассуждений и указаний на причинно-следственные связи, ссылок на авторитетные источники; частое употребление повелительного наклонения глагола и риторических вопросов [15].

Выводы по первой главе

Адекватность перевода заключается в соответствии текста перевода всем аспектам коммуникативной ситуации. Данное понятие используется в переводоведении наряду с понятием эквивалентности для оценки качества перевода. Адекватность означает воспроизведение в переводе коммуникативных функций текста оригинала, а эквивалентность – максимальную возможную в данном конкретном случае лингвистическую близость текстов оригинала и перевода.

Прагматическая адаптация перевода заключается в изменениях, вносимых переводчиком в текст перевода с целью получения необходимой реакции со стороны получателя перевода. В.Н. Комиссаров выделяет четыре основных вида прагматических адаптаций: 1) прагматическая адаптация, нацеленная на адекватное понимание сообщения рецепторами перевода; 2) прагматическая адаптация, нацеленная на достижение правильного восприятия содержания текста оригинала, донесение до получателя перевода эмоциональной составляющей текста оригинала; 3) прагматическая адаптация, направленная на обеспечение желаемого воздействия; 4) прагматическая адаптация, направленная на решение «экстрапереводческой сверхзадачи».

Жанры «статья» и «рекомендация» являются одними из наиболее распространенных в дискурсе моды и выполняют в нем такие функции как коммуникативная, информирующая, инструктирующая, имидж-определяющая, маркетинг-ориентированная и рекламная, инновационная, регулятивная, социальная функция и эстетическая. Жанровые особенности данных задач обусловлены их принадлежностью к публицистическому стилю и выполняемыми в дискурсе моды специфическими функциями.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ПЕРЕВОДОВ СТАТЕЙ И РЕКОМЕНДАЦИЙ С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ В ДИСКУРСЕ МОДЫ

2.1. Средства языковой репрезентации коммуникативно-прагматических установок статей и рекомендаций в дискурсе моды

За основу практической части данной работы были взяты тексты статей и рекомендаций в дискурсе моды по теме «дресс-код». Проведя предпереводческий анализ текстов статей и рекомендаций, нам удалось выявить, что целевая аудитория данных публикаций – люди со средними знаниями в области моды, люди, которые хотят поверхностно ознакомиться с модными тенденциями и почерпнуть советы относительно дресс-кода. Отметим, что в настоящее время аудитория, для которой предназначены данные публикации непрерывно увеличивается, ввиду массовой заинтересованности в моде.

Так, тексты статей обладают коммуникативной, информирующей и эстетической функциями и созданы для того, чтобы читатель мог ознакомиться с какой-либо актуальной проблемой, модными тенденциями и узнать авторитетные мнения, в то время как тексты рекомендаций, обладая инструктирующей и имидж-определяющей функциями созданы для того, чтобы помогать читателям в выборе одежды, модели поведения и так далее.

Функционал данных публикаций помогает выделить коммуникативно-прагматические установки статей и рекомендаций: они выражаются через «диалогичность, информирование, императивность, эмотивность» [19].

Мы провели подсчет частотности использования различных стилистических приёмов для передачи коммуникативно-прагматических установок в текстах статей и рекомендаций. Количество выявленных случаев представлено в Таблице 1:

Таблица 1.

	Средства выражения коммуникативно-прагматических	Статьи	Рекомендации

	установок		
Диалогичность	риторические вопросы	15	19
	использование имен собственных и названий частей одежды	149	73
Информирование	цитаты	47	25
Императивность	глаголы в повелительном наклонении	15	37
Эмотивность	восклицания	2	17
	междометия	0	4

1. **Диалогичность** реализуется через употребление риторических вопросов, которые способствуют вовлечению читателя в рассуждения, а также усилению впечатления от сказанного и привлечению внимания к тому или иному аспекту исследуемой проблемы, часто встречается в текстах рекомендаций, например:

Still trying to decide if you should cover up a tattoo? [36].

How Low Can You Go? [39].

“You can wear a V-neck shirt, but make sure you keep your legs covered. People end up discrediting themselves by looking too provocative.” Pachter agrees: “What do you want to be remembered for? What you wore or what you said?” [35].

What to wear if you work in... [37].

Также данное явление можно наблюдать в текстах статей, например:

Are they expected to wear lipstick and heels? I think we all know the answer. [...] does it affect her job or the image of the company if she looks presentable and smart but doesn't wear either of these things..? No.

Because, really, why should men care what women wear to do their job? [42].

WHAT SHOULD WOMEN REALLY WEAR TO WORK? [38].

Julia Roberts at the premiere of “Money Monster” at Cannes this year in bare feet: red carpet pioneer or a step too far? [40].

Следует отметить, что автор нередко прибегает к риторическим вопросам для того, что создать атмосферу дружеской беседы, как бы заставляя читателя приобщиться к миру моды. Нередко можно видеть, что подобное стремление автора проявляется в использовании названий частей одежды, названий брендов и использовании имён модельеров. Например:

...like Geoffrey Beene's 1967 sequined football jersey gown and Rei Kawakubo's 1998 military vest and pleated skirt for Comme des Garçons [40].

При исследовании мы выявили, что на один текст в среднем приходится по 3-4 риторических вопроса, что, как мы видим, является продуктивным способом достижения целей публикаций. Кроме этого, исследование показало, что имена собственные и названия частей одежды встречаются наиболее часто: около 15 единиц на страницу текста.

2. Информирование является неотъемлемой частью текстов статей и рекомендаций, поскольку большинство читателей обращаются к модной периодике в поисках какой-либо информации относительно модных тенденций. В первую очередь, информирование достигается с помощью цитат прямой речи, поскольку именно высказывания авторитетных источников влияют на читателя, формируя его мнение. Так, статистика показала, что на один текст приходится в среднем 11 цитат. Например:

"More people want to show creativity, whether they are a creative person or not, and one way to do that is through your attire," explains Brandi Britton, District President for OfficeTeam [38].

"There's a strain of thought that says an employee represents a company, and thus dress is not about personal expression, but company expression," Professor Scafidi said [40].

"Pay attention to your colour choices," Pachter says [35].

"Make sure your shoes are polished and in good condition." [35].

Заметим, что в последнем примере присутствует императивная форма глагола и данное высказывание приобретает не только информирующий эффект, но и убеждает читателя совершить конкретное действие. Из этого

следует, что еще одной коммуникативно-прагматической установкой данных текстов является императивность.

3. **Императивность**, прежде всего, служит для того, чтобы убедить читателя поступить в соответствии с поставленными советами и выражается в частотном употреблении повелительной формы глагола (наиболее часто встречается в текстах рекомендаций: около 10 императивных форм глагола на 1 текст). Например:

Don't wear strong perfume or cologne [35].

Do leave your legs bare, if you have on a skirt or shorts [39].

Do unbutton one or two of your top buttons and consider a layering T-shirt, which helps wick away perspiration. Don't display a lot of chest hair [39].

Not sure what is appropriate for casual Friday or a client meeting? Look around [36].

4. **Эмотивность** текстов статей и рекомендаций оказывает на читателя огромное влияние, заставляя его не только сопереживать героям статей и рекомендаций, но и обратить внимание на данную публикацию. Эмотивность выражается в первую очередь с помощью обильного употребления восклицательных предложений (на один текст рекомендации приходится около 4 восклицательных предложений). Например:

Shock horror, without heels on, even! [42].

Read on to see what style rules apply to your future field!

As long as you're not sloppy and look cool, you're good to go! [37].

Довольно редкий, но действенный способ выражения эмотивности – междометия (всего 4 случая). Междометия помогают автору передать свои чувства и отношение к ситуации, что делает его ближе к читателю.

Hmm. Ignoring the fact that seriously no-one is influenced by what Piers Morgan thinks is acceptable attire... [42].

It was kind of a celebration, like, wow, it is happening, oh my God [37].

Oh Look! [38].

Таким образом, мы понимаем, что коммуникативно-прагматические установки статей и рекомендаций, прежде всего, направлены на взаимодействие с читателем и оказание влияния на его мнение и чувства. Наиболее продуктивным способом взаимодействия с читателем является употребление имен собственных и названий частей одежды.

2.2. Приёмы адекватного перевода жанров статья и рекомендация с английского на русский язык

Достигнуть адекватного перевода публицистических текстов в дискурсе моды можно с помощью использования всевозможных переводческих преобразований – трансформаций, которые помогают воспроизвести коммуникативные функции на уровне целого текста [8, 9, 13]. В настоящее время существует множество классификаций переводческих трансформаций.

Изучив материалы по переводческим трансформациям, приходим к выводу, что каждый языковед классифицирует трансформации по-своему. Рассмотрим несколько классификаций:

Р.К. Миньяр-Белоручев разделял трансформации на 3 вида:

- лексические (конкретизация, генерализация);
- грамматические (пассивизация, замена членов предложения и частей речи, членение или объединение предложений);
- семантические (антонимический перевод, прием компенсации, логическое развитие понятий, метонимические, метафорические и синонимические замены) [17, с. 87-110].

С.Г. Бархударов дифференцирует все переводческие трансформации на:

- перестановки (изменение порядка слов и словосочетаний в структуре предложения);

- замены (замена частей речи, форм слова, членов предложения, конкретизация, генерализация, антонимический перевод, компенсация);
- добавления;
- опущения [1].

Самой влиятельной классификацией среди языковедов считается классификация, предложенная В.Н. Комиссаровым, подразделявшим все трансформации на лексические, грамматические и смешанные (лексико-грамматические). Данная классификация приёмов будет взята за основу для рассмотрения приёмов адекватного перевода.

Лексические трансформации включают в себя следующие переводческие приёмы:

- транскрибирование и транслитерация;
- калькирование и лексико-семантические замены (конкретизация, генерализация, модуляция).

Грамматические подразделяются на:

- дословный перевод;
- членение и объединение предложений;
- опущение;
- добавление.

Лексико-грамматические трансформации, применяемые при переводе:

- антонимический перевод;
- описательный перевод;
- компенсация [12, с. 173].

Отметим, что переводческие трансформации помогают переводчику создать коммуникативный эффект, необходимый для воздействия на читателя. Таким образом, при анализе переводческих приёмов для достижения адекватности перевода, мы исходили из того, что основной установкой автора текстов статей и рекомендаций является приобщение читателя к модным тенденциям.

Используя классификацию, предложенную В.Н. Комиссаровым, рассмотрим все виды встречающихся переводческих приёмов при переводе статей и рекомендаций, способствующих достижению адекватного перевода.

В выполненном нами переводе, было обнаружено 270 случаев применения переводческих трансформаций (см. приложение 1).

1. Модуляция: 70 (26%).
2. Транскрипция и транслитерация: 44 (16,5%).
3. Добавление: 42 (15,5%).
4. Опущение: 12 (4,5%).
5. Описательный перевод: 5 (1,5%).
7. Калькирование: 16 (6%).
8. Целостное преобразование: 12 (4,4%).
9. Конкретизация: 28 (10%).
10. Генерализация: 12 (4,5%)
11. Антонимический перевод: 11 (3,5%)
12. Членение предложений: 6 (2,5%)
13. Объединение предложений: 5 (1,5%)
14. Синтаксическое уподобление: 6 (2,5%)
15. Лексическая замена: 2 (1%)

Рассмотрим некоторые из переводческих трансформаций, выявленных нами:

Лексические трансформации:

1. Транскрибирование и транслитерация:

Следует отметить, что транскрипция и транслитерация используются для передачи понятий, не имеющих соответствий в русском языке.

Например:

ambassador – *амбассадор* (лицо бренда);

normcore – *нормкор* (стиль в одежде, от англ. *normal* (нормальный, обычный) и *core* (основа, ядро));

collaboration – *коллаборация* (сотрудничество, совместная работа);

total look – *тотал лук* (комплект одежды, полностью или практически полностью выполненный в одном цвете);

must have – *маст хэв* (трендовая вещь, главный хит и «писк моды»);

oversize – *оверсайз* (досл. «слишком большой»; вещи свободного кроя) [38].

Данные слова требуется переводить именно с помощью транслитерации, поскольку звучащие по-иностранному для русского читателя слова приобщают его к миру моды.

2. Такой приём, как калькирование является довольно продуктивным (в среднем на 1 текст приходится по 4 кальки). Обратим внимание на первый пример, где понятие "*encloded cognition*" не было еще переведено на русский язык и является аллюзией к другому психологическому термину, было переведено нами с помощью приёма калькирования:

Last year, the phrase "encloded cognition" – an offshoot of "embodied cognition," the idea that aspects of your thoughts are shaped by your body — entered the b-school vocabulary. – В 2012 году понятие «одетое сознание», являющееся аллюзией на термин «воплощённое сознание» и обозначающее то, что внешний вид определяет наше сознание и ход мыслей, впервые появилось в лексиконе преподавателей бизнес-школ [41].

Так, понятие "Casual Friday" тоже не имеет словарного соответствия в русском языке и было передано нами с помощью приёма калькирования:

"Casual Fridays are a recipe for fashion disasters"... – «Свободная пятница – это идеальный ингредиент фэшн катастрофы... [36].

Приём калькирования так же применяется для передачи названий должностей:

When Annette Spillane, a former Senior Manager at Ernst and Young, first started working in finance 12 years ago... – Когда Аннет Спилэйн, бывший старший менеджер в компании Ernst and Young, начала работать в сфере финансов 12 лет назад [38].

А так же для передачи двусоставных названий частей одежды:

*This includes slim **cigarette trousers**, a cashmere jumper and heels – all black!* – Он бы включал: зауженные **брюки-сигареты**, кашемировый джемпер и туфли на каблучке – все черное! [37].

Следует заметить, что калькирование возможно лишь тогда, когда слово имеет довольно прозрачную словообразовательную структуру, таким образом, пословный перевод не искажает значение выражения. Для полного понимания данных калек требуется понимание терминов сферы моды.

3. Лексико-семантические замены.

Конкретизация. Во многих случаях словарные соответствия не охватывают широкую семантику слова, и нам зачастую, при переводе статей и рекомендаций, приходилось прибегать к такому виду трансформации, как конкретизация. Проанализировав наш перевод, приходим к выводу, что зачастую приёмом конкретизации мы переводили такие глаголы, как: *to say*, *to be*, поскольку для усиления прагматического потенциала текста необходимо выделять оттенки значений слова:

"Clothes invade the body and brain, putting the wearer into a different psychological state," said the New York Times about Galinky's findings. – «Одежда влияет на тело и разум таким образом, что человек невольно переходит в другое психологическое состояние», – **написали** в газете *New York Times* об исследованиях Галински [41].

According to data from staffing service OfficeTeam, 18 percent of senior managers say employees are "much less formally dressed" than they were five years ago... – Согласно данным кадровой службы, 18% руководителей высшего звена **утверждают**, что их подчиненные «одеваются менее формально», чем 5 лет назад... [38].

"In tech, what are you doing? You're sitting at your desk, so you want to be comfortable," says Erica Lockheimer... – «Чем же вы занимаетесь, работая в технической отрасли? Вы сидите за рабочим столом дни напролёт, поэтому так важно **чувствовать** себя комфортно», – говорит Эрика Локхаймер... [38].

“Both men and women have to be cautious with bright colours,” Patcher says. Clothes that are too flashy can be distracting and the visual equivalent of shouting. – «Нужно с осторожностью относиться к ярким цветам, поскольку они могут отвлекать других от работы», - утверждает Пачтер [35].

Еще одним видом лексической замены, который мы использовали при переводе статей и рекомендаций является генерализация. Данная трансформация помогает переводчику обойти сложные понятия на иностранном языке, избегая смысловых потерь при переводе. Например:

*A few days later, **sweatergate** broke out in the United States when a weather forecaster on KTLA-TV in Los Angeles... – Через несколько дней в США вспыхнул **скандал** из-за наряда ведущей погоды телестанции KTLA в Лос-Анджелесе [40].*

Выражение **sweatergate** является аллюзией к Уотергейтскому скандалу (англ. Watergate scandal). Это политический скандал в США 1972-1974 годов, закончившийся отставкой президента страны Ричарда Никсона [32]. Замена корня “water” на “sweater” связана с тем, что героиня статьи была вынуждена надеть кофту во время прямом эфира, из-за своего слишком откровенного наряда. При переводе данное выражение было заменено словом «скандал», при этом смысл не был потерян.

*She often shops at **Bloomingdale’s, Saks and Banana Republic** for pieces that can seamlessly take her from home to the office and out to dinner with a bit of flare. – Обычно она покупает одежду в **мультибрендовых магазинах**, где представлен широкий выбор одежды на все случаи жизни [38].*

*Spillane finds herself drawn to clothes from **Moda Operandi, Matches Fashion and Avenue 32**... – Спилэйн покупает брендовую одежду в **ню-йоркских бутиках**... [38].*

Bloomingdale’s, Saks и Banana Republic – знаменитые универмаги США, которые продают брендовую одежду и обувь. Усредненному реципиенту едва ли будет понятна специфика данных магазинов, поэтому нами было

принято решение заменить их названия на «*мультибрендовые магазины*», что никак не повлияло на смысл предложения и даже сделало его более понятным.

Публицистические тексты, обладая эстетической функцией, изобилуют скрытыми метафорами и другими литературными приёмами. Чтобы тексты не звучали сухо, нам приходилось применять такой переводческий приём, как модуляция, который по итогам нашего исследования, является самым продуктивным (на один текст приходится около 9 модуляций).

*... pajamas are legitimate uniforms for the **growing ranks** of telecommuters and freelancers who work from the **privacy of their bedrooms**. – Что уж говорить о **растущей армии** удалённых работников и фрилансеров, работающих **не вылезая из уютной кровати** и облачённых в пижамную униформу [41].*

And she's not alone. – И не только Аннет так считает [38].

*The End of the Office Dress Code. **Unbuttoned**. – Офисный дресс-код приказал долго жить. **Ослабить галстуки** [40].*

Иногда при переводе невозможно было использовать калькирование для передачи двусоставного слова, так как выражение теряло весь смысл, например словосочетание “*cleavage-revealing*” не может быть переведено дословно, поэтому приходилось прибегать также к модуляции:

*Get noticed for your great work, not your tight pants, overdone makeup, short skirt or **cleavage-revealing shirt**. - Вы должны запоминаться своим трудолюбием, а не обтягивающими штанами, ярким макияжем, мини-юбкой или **глубоким декольте** [36].*

Грамматические трансформации:

1. Членение предложений. При переводе текстов статей и рекомендаций нам приходилось разделять предложения на два или более новых предложений, поскольку предложения на английском языке часто осложнены грамматическими структурами, что осложняет адекватный перевод в одно предложение. Так, приведённое ниже предложение,

содержащее 3 грамматические основы, деепричастный оборот, 2 уточняющие части, при переводе на русский язык мы разделили на 3 отдельных предложения, что заметно упрощает понимание предложений:

Over the weekend an exhibition opened at the Museum at the Fashion Institute of Technology in New York; entitled "Uniformity," it displays 71 pieces from the museum's collection of (surprise) uniforms, divided into four categories — military, work, school, sports — as well as a select group of the fashion looks they influenced, like Geoffrey Beene's 1967 sequined football jersey gown and Rei Kawakubo's 1998 military vest and pleated skirt for Comme des Garçons. – В минувшие выходные в Музее Технологического института моды в Нью-Йорке открылась выставка под названием «Единообразие». В ней представлен 71 экспонат из коллекции униформ музея. Экспонаты разделены на четыре категории: военная, рабочая, школьная, спортивная униформы, а также там присутствуют модели одежды от знаменитых дизайнеров, на которые эта униформа оказала влияние: ушитое пайетками платье-футболка от Джеффри Бина (1967), жилет в стиле милитари от Рей Кавакубо (1998) и плиссированная юбка от Comme des Garçons [40].

2. Опускание. Такой приём, как опускание, был использован нами, чтобы избежать непонятного для многих читателей слова, при этом смысл высказывания нисколько не исказился:

Instead of coming off as a lemming, find comparable styles, colors and accessories that work for you. – Вместо этого создавайте свой стиль, используя цвета и аксессуары, которые вам подходят [36].

Lemming переводится на русский язык, как лемминг. Это маленький зверек отряда грызунов с длинной пятнистой шерстью, обитающий на севере [31].

3. В отличие от опускания, такой приём, как добавление, более продуктивен и используется для уточнения непонятной и необходимой для понимания текста информации. Например:

*"They're not going to tell you you can't wear your **Manolos**," he says. Don't bring your Birkenstocks anywhere near work. "On the food chain of shoes, they're at the absolute bottom," he says [39]. – «Это не значит, что вам следует отказаться от элегантных **туфель фирмы Manolo**», – подчеркивает известный стилист. Однако если вы наденете **удобно-растоптанные кожаные сандалии марки Birkenstocks**, то ваши ноги «окажутся на самом дне обувной табели о рангах» [34].*

*Kanye West wearing ripped jeans and a jeweled Balmain jacket at the **Met Gala**: cool or rude? – Канье Уэст, появившийся на **бале института костюма Met Gala** в рваных джинсах и в усыпанной стразами куртке от Balmain: круто или не очень? [40].*

Добавления так же используются для уточнения имён собственных:

*If once upon a time Melanie Griffith's character in "**Working Girl**" could manipulate viewers' assumptions about her job and background simply by swapping leather jackets and minidresses for greige suits, today it would be impossible. – Когда-то в фильме «**Деловая женщина**» героиня Мелани Гриффит вводила в заблуждение зрителей своими нарядами [40].*

*At **The New York Times**, Michael Golden, the vice chairman, told me... – Вице председатель издательства **The New York Times**, Майкл Голден, рассказал...[40]*

Vogue's Nicole Mowbray weighs in. – Журналист Vogue, Николь Моубрей, попыталась выяснить в чем дело [42].

При переводе текстов статей и рекомендаций, мы использовали следующие лексико-грамматические трансформации:

1. Антонимический перевод встречается нечасто в текстах статей. В рекомендациях этот приём используется намного чаще, как правило, английское предложение с отрицательными частями речи переводится на русский язык с позитивным значением, поскольку рекомендации дают установки на какие-либо положительные действия.

*As long as you're **not sloppy** and look cool, you're good to go! – Если вы **опрятны** и выглядите круто, у вас все получится!* [37]

***Unless** you're happy with where you are, which is just fine. – Если вы уже довольны работой, которая у вас есть, это замечательно*[36].

*Women: **Don't think** about showing off your toned abs with a crop top, nor should you risk anyone making a crack about your – well, you know – if you prefer low-rider jeans [39]. – Демонстрируя накаченный пресс под коротким топом, вы должны быть готовы к скабрёзным взглядам и пошлым шуточкам...* [34].

2. Описательный перевод был использован нами в переводе статей и рекомендаций, когда было необходимо передать безэквивалентную лексику:

*A few days later, sweatergate broke out in the United States when a weather forecaster on KTLA-TV in Los Angeles was handed a gray sweater to cover up a **tank dress** she was wearing on the air. – Через несколько дней в США вспыхнул скандал из-за наряда ведущей погоды телестанции KTLA в Лос-Анджелесе. Она вышла в эфир в откровенном **платье с тонкими бретельками**, и из-за камеры ей протянули серый кардиган, чтобы она прикрылась* [40].

Заметим, что приём опущения невозможен в этом случае, поскольку читателю для понимания важен перевод этого словосочетания.

Помимо различных случаев, которые требовали использования переводческих трансформаций, нам встречались случаи, когда был необходим эквивалентный перевод, который предполагает формальное сходство, то есть сохранение максимально возможной близости текста оригинала и перевода [7]. Например, для передачи названий стран, городов, интернациональной лексики, имеющей словарные соответствия, а также названия фильмов, выпущенных в российский прокат.

Поскольку публицистические тексты изобилуют подобной лексикой, данный тип трансформации довольно прогрессивен, статистика показала, что в наших текстах встречается около 40 случаев перевода соответствием. Например:

*When it comes to work clothes, we are in a new era — the era of **Mark Zuckerberg's** hoody, and **Mary Barra's** "jeans allowed" policy. – Когда речь заходит о современном офисном дресс-коде, мы представляем себе новую эру – эру **Марка Цукерберга** в удобной толстовке и гендиректора **General Motors Мэри Барра** с её политикой, позволяющей офисным служащим ходить в джинсах [41].*

*A few days later, sweatergate broke out in the **United States** when a weather forecaster on **KTLA-TV in Los Angeles** was handed a gray sweater to cover up a tank dress she was wearing on the air. – Через несколько дней в **США** вспыхнул скандал из-за наряда ведущей погоды телестанции **KTLA в Лос-Анджелесе**. Она вышла в эфир в откровенном платье с тонкими бретельками, и из-за камеры ей протянули серый кардиган, чтобы она прикрылась [40].*

***Julia Roberts** at the premiere of "**Money Monster**" at **Cannes** this year in bare feet: red carpet pioneer or a step too far? – **Джулия Робертс**, пришедшая на премьеру «**Денежного монстра**» в **Каннах** в этом году босиком: лучшая на красной дорожке или же зашла слишком далеко? [40].*

Поскольку выбранные нами тексты статей и рекомендаций изначально предназначены для англоязычной публики, в текстах присутствуют названия книг и телепередач, не переведённых на русский язык. При переводе мы посчитали нужным не опускать названия, поскольку в текстах приводятся примеры, связанные с данными непереверёнными названиями и решили осуществить эквивалентный пословный перевод:

*But **Clinton Kelly**, co-host of **TLC's "What Not to Wear"** reality series, says, "Resist the temptation." [39] – Но **Клинтон Келли**, соведущий телевизионного шоу «**Что не следует носить**» (**What Not to Wear**) на американском телеканале **TLC**, призывает не поддаваться искушению [34].*

*"Casual Fridays are a recipe for fashion disasters," says **Lizandra Vega**, author of "**The Image of Success: Make a Great Impression and Land the Job You Want.**" – «Свободная пятница – это идеальный ингредиент фэшн-катастрофы»...– предупреждает **Лизандра Вега**, автор книги «**Как***

выглядит успех: произвести впечатление и получить работу мечты»
(*The Image of Success: Make a Great Impression and Land the Job You Want*)
[36].

Перевод публицистических текстов не может быть полностью эквивалентным, потому в текстах присутствует множество метафор, лакун, фразеологизмов и культурных отсылок. Сохранение стилистики публицистических текстов при переводе требует использования всевозможных переводческих трансформаций. Согласно уровням эквивалентности по В. Н. Комиссарову в выбранных нами текстах перевод осуществлялся на 3 уровне.

Проанализировав трансформации при переводе текстов статей и рекомендаций в дискурсе моды, можно сделать несколько выводов. Во-первых, при переводе наиболее часто нам приходилось прибегать к такому приёму, как модуляция ввиду метафоричности и образности текстов. Во-вторых, в текстах статей и рекомендаций присутствует множество слов, прямое значение которых не охватывает широкую семантику слова, поэтому при переводе нередко приходилось прибегать к конкретизации. В-третьих, на грамматическом уровне приходилось часто прибегать к членению предложений, из-за осложненных конструкций в ИЯ. Так же, ввиду изобилия в тексте названий стран, городов и частей одежды используются словарные соответствия. В заключение, для достижения адекватного перевода статей и рекомендаций нам было необходимо сохранять особенности данных текстов и интенцию автора, используя различные переводческие трансформации.

2.3. Прагматическая адаптация при переводе статей и рекомендаций

Основные задачи перевода – обеспечить понимание оригинального текста для тех, кто не владеет языком оригинала, и произвести прагматический эффект, соответствующий эффекту оригинального текста. Для того чтобы определить, соответствует ли прагматика текста оригинала прагматике переводного текста, необходимо определить, какую цель перед

собой ставят авторы текстов статей и рекомендаций перед читателями. Для статей – ознакомление читателя с новой информацией и анализ актуальных проблем, в то время как рекомендации содержат советы относительно решения тех или иных задач, их цель предписание каких-либо действий [23]. Напомним, что и статья, и рекомендация предназначены для усреднённого реципиента.

При исследовании прагматических адаптаций мы опирались на классификацию, предложенную В. Н. Комиссаровым, выделявшим 4 типа адаптаций. В нашем исследовании мы использовали прагматическую адаптацию первого и второго типов, поскольку только они предполагают адаптацию для усредненного реципиента.

1. Прагматическая адаптация, нацеленная на адекватное понимание сообщения рецепторами перевода.

Адаптация такого рода требует от переводчика введения дополнительной, поясняющей информации. В нашем исследовании довольно часто уточняются географические названия, названия частей одежды с помощью такого переводческого приёма, как добавление. Например:

*A few days later, sweatergate broke out in the United States when a weather forecaster on **KTLA-TV** in Los Angeles... – Через несколько дней в США вспыхнул скандал из-за наряда ведущей погоды **телестанции KTLA** в Лос-Анджелесе [40].*

*...I sometimes even wear jeans and my **Converse shoes** to the office – ...иногда даже надеваю джинсы и **кеды марки Converse!** [37].*

*Lizandra Vega, **author** of "The Image of Success: Make a Great Impression and Land the Job You Want". – Лизандра Вега, **автор** книги «Как выглядит успех: произвести впечатление и получить работу мечты» [36].*

Прием описательного перевода, также помогает переводчику разъяснить то или иное понятие читателю:

Mary Barra's "jeans allowed" policy. – Мэри Барра с её политикой, позволяющей офисным служащим ходить в джинсах [40].

tank dress – платье с тонкими бретельками [40].

2. Прагматическая адаптация, нацеленная на достижение правильного восприятия содержания текста оригинала, донесение до получателя перевода эмоциональной составляющей текста.

Тексты статей и рекомендаций наполнены различными языковыми средствами, которые выражаются в разных языках по-разному. Самый яркий пример в нашем исследовании – это текст статьи Vogue, который высмеивает сексистские размышления одного журналиста, относительно офисного дресс-кода. Журналист Vogue осуждает его, можно даже сказать, что отзывается о нём с откровенной издёвкой, подвергает его слова сомнению, используя различные речевые обороты, которые звучат крайне эмоционально, и, чтобы не потерять прагматический потенциал текста, мы прибегали к такому переводческому приёму, как лексическая замена. Например:

So, professional troll Piers Morgan has weighed in on the debate about workplace dress codes by stating that he "expects" receptionists to wear lipstick and heels on Good Morning Britain. - Журналист Пирс Морган **несет несурязицу** на тему рабочего дресс-кода, утверждая, что секретари в приёмной телепрограммы *Good Morning Britain* обязаны красить губы и носить каблуки [42].

Модуляция, как мы можем видеть, также является продуктивным способом достижения прагматической адаптации:

Hmm. – Серьезно?

Shock horror – Шокирующий факт

I think we all know the answer – Думаю, ответ очевиден.

"She was a receptionist for an accountancy firm," he said of guest Nicola Thorp, who made headlines last year for being sent home from work for not wearing heels. – «Она была секретарём в финансовой фирме», – говорит он о

Николь Торп, которая подняла общественность на уши из-за того, что начальство отправило её домой за отказ носить каблук [42].

Отметим также текст рекомендации 10 commandments of dressing for work. Данный текст построен по аналогии с десятью библейскими заповедями. Такой прием аллюзии делает текст более ярким, образным и, в то же время, подчеркивает важность перечисляемых правил дресс-кода для построения успешной карьеры, при переводе мы использовали приём синтаксического уподобления:

Keep holy the casual Friday. – Помни свободную пятницу

Thou shalt wear the right shoes. – Носи подобающую обувь

Thou shalt not steal thy boss's tie. – Не укради галстук босса

Honor thy leaders . – Чти окружение своё [36].

Таким образом, можно сделать вывод, что прагматика текстов статей соответствует прагматике переводов данных статей за счет прагматической адаптации первого и второго типа. Для ее достижения наиболее продуктивными переводческими приёмами считаются модуляция, добавление, описательный перевод и лексическая замена.

Выводы по второй главе

Целевой аудиторией статей и рекомендаций являются люди со средними знаниями в области моды, которые хотят поверхностно ознакомиться с модными тенденциями и почерпнуть советы относительно дресс-кода. Тексты статей обладают коммуникативной, информирующей и эстетической функциями и созданы для того, чтобы читатель мог ознакомиться с какой-либо актуальной проблемой, модными тенденциями и узнать авторитетные мнения, в то время как тексты рекомендаций, обладая инструктирующей и имидж-определяющей функциями созданы для того, чтобы помогать читателям в выборе одежды, модели поведения и так далее. Функционал данных публикаций помогает выделить коммуникативно-прагматические установки статей и рекомендаций: они выражаются через

диалогичность, информирование, императивность, эмотивность, которые выражаются через употребление риторических вопросов, имен собственных и названий частей одежды, глаголов в повелительном наклонении и междометий.

Проанализировав трансформации при переводе текстов статей и рекомендаций в дискурсе моды, можно сделать несколько выводов. Во-первых, при переводе наиболее часто нам приходилось прибегать к такому приёму, как модуляция ввиду метафоричности и образности текстов. Во-вторых, в текстах статей и рекомендаций присутствует множество слов, прямое значение которых не охватывает широкую семантику слова, поэтому при переводе нередко приходилось прибегать к конкретизации. В-третьих, на грамматическом уровне приходилось часто прибегать к членению предложений, из-за осложненных конструкций в ИЯ. Так же, ввиду изобилия в тексте названий стран, городов и частей одежды используются словарные соответствия. В заключение, для достижения адекватного перевода статей и рекомендаций нам было необходимо сохранять особенности данных текстов и интенцию автора, используя различные переводческие трансформации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Адекватность перевода заключается в соответствии текста перевода всем аспектам коммуникативной ситуации. Данное понятие используется в переводоведении наряду с понятием эквивалентности, для оценки качества перевода. Адекватность означает воспроизведение в переводе коммуникативных функций текста оригинала, а эквивалентность – максимальную возможную в данном конкретном случае лингвистическую близость текстов оригинала и перевода.

Прагматическая адаптация перевода заключается в изменениях, вносимых переводчиком в текст перевода с целью получения необходимой реакции со стороны конкретного получателя перевода. В.Н. Комиссаров выделяет четыре основных вида прагматических адаптаций: 1) прагматическая адаптация, нацеленная на адекватное понимание сообщения рецепторами перевода; 2) прагматическая адаптация, нацеленная на достижение правильного восприятия содержания текста оригинала, донесение до получателя перевода эмоциональной составляющей текста оригинала; 3) прагматическая адаптация, направленная на обеспечение желаемого воздействия; 4) прагматическая адаптация, направленная на решение «экстрапереводческой сверхзадачи».

Жанры статьи и рекомендации являются одними из наиболее распространенных в дискурсе моды и выполняют в нем такие функции как коммуникативная, информирующая, инструктирующая, имидж-определяющая, маркетинг-ориентированная и рекламная, инновационная, регулятивная, социальная функция и эстетическая. Их жанровые особенности обусловлены их принадлежностью к публицистическому стилю и выполняемыми в дискурсе моды специфическими функциями.

Целевой аудиторией статей и рекомендаций являются люди со средними знаниями в области моды, которые хотят поверхностно ознакомиться с модными тенденциями и почерпнуть советы относительно

дресс-кода. Тексты статей обладают коммуникативной, информирующей и эстетической функциями и созданы для того, чтобы читатель мог ознакомиться с какой-либо актуальной проблемой, модными тенденциями и узнать авторитетные мнения, в то время как тексты рекомендаций, обладая инструктирующей и имидж-определяющей функциями созданы для того, чтобы помогать читателям в выборе одежды, модели поведения и так далее. Функционал данных публикаций помогает выделить коммуникативно-прагматические установки статей и рекомендаций: они выражаются через диалогичность, информирование, императивность, эмотивность, которые выражаются через употребление риторических вопросов, имен собственных и названий частей одежды, глаголов в повелительном наклонении и междометий.

При переводе текстов статей и рекомендаций наиболее часто нам приходилось прибегать к такому приёму, как модуляция ввиду метафоричности и образности текстов. Более того, в текстах статей и рекомендаций присутствует множество слов, прямое значение которых не охватывает широкую семантику слова, поэтому при переводе нам нередко приходилось прибегать к такому приёму, как конкретизации. На грамматическом уровне приходилось часто прибегать к членению предложений, из-за осложненных конструкций в ИЯ. Так же, в тексте присутствует множество названий стран, городов и частей одежды, для их перевода используются словарные соответствия. Таким образом, для достижения адекватного перевода статей и рекомендаций нам было необходимо сохранять особенности данных текстов и интенцию автора, используя различные переводческие трансформации.

В заключении, нам удалось достигнуть цели бакалаврской работы: выявить способы достижения адекватности при переводе текстов статей и рекомендаций в дискурсе моды.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). М. : «Международные отношения», 1975. 240 с.
2. Болотова Ю. С. Об особенностях дискурса моды // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2011. №.610. С. 131-140.
3. Борисова С. С. Персуазивные стратегии в аналитических жанрах медиатекста (на материале немецкого языка) : дисс. канд. филол. наук, специальность 10.02.04 Германские языки ; Орёл, 2016. 250 с.
4. Валеева Н. Г. К понятиям адекватности и эквивалентности в научном переводе // Вестник Российского университета дружбы народов. 2006. №1(3). С. 17-20. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/k-ponyatiyam-adekvatnosti-i-ekvivalentnosti-v-nauchnom-perevode> (дата обращения: 13.04.2018).
5. Ванников Ю. В. Проблемы адекватности перевода: Типы адекватности, виды перевода и переводческой деятельности // Текст и перевод. М. : 1988. С. 34-37.
6. Гарбовский Н. К. Теория перевода : учебное пособие. М. : Изд-во МГУ, 2007. 544 с.
7. Горбачевский А. А. Перевод: адекватный, эквивалентный, реалистический // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. №24(239). С. 66-69. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perevod-adekvatnyu-ekvivalentnyu-realisticheskiy> (дата обращения: 7.04.2018).
8. Денина О. О. Использование переводческих трансформаций для достижения адекватности перевода // Вестник Оренбургского государственного университета. 2015. №11(186). URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/ispolzovanie-perevodcheskih-transformatsiy-dlya-dostizheniya-adekvatnosti-perevoda> (дата обращения: 7.04.2018).
9. Ермишина В. Е. Адекватность перевода в коммуникативном аспекте // Журнал Огарёв-Online. 2017. С. 1-5. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/v/adekvatnost-perevoda-v-kommunikativnom-aspekte> (дата обращения: 14.04.2018).

10. Иванова С. В. Динамика жанра «статья» в «глянцевом» журнале (на материале анализа глянцевого журнала Harper`s Bazaar) // Вестник Челябинского государственного университета. 2016. №9(391).
11. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. М. : Валент, 2011. 410 с.
12. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М. : Высшая школа, 1990. 252 с.
13. Кулемина К. В. Основные виды переводческих трансформаций // Вестник Астраханского государственного технического университета. 2007. №5(40). С. 143-146. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/osnovnye-vidy-perevodcheskih-transformatsiy> (дата обращения: 11.03.2018).
14. Куличков А. А. К вопросу о прагматической адаптации в процессе перевода // Иностранные языки в высшей школе. 2005. №2. С. 65-70.
15. Лободенко Л. К. Взаимодействие журналистики, рекламы и PR в СМИ. Челябинск : Цицеро, 2015. С. 126-130.
16. Мальцева И. Г. Обучение художественному переводу: методика установления адекватности // Педагогическое образование в России. Екатеринбург : Изд-во УрГПУ, 2012. №1. С. 188-191.
17. Миньяр-Белоручев Р. К. Теория и методы перевода. М. : Московский Лицей, 1996. С. 87-110.
18. Морозова Т. А., Будник Е. А. Прагматическая адаптация при переводе // Молодежный научный форум: Гуманитарные науки: электр. сб. ст. 2015 № 6(24). С. 76-81. URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/6\(24\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/6(24).pdf) (дата обращения: 15.04.2018).
19. Панфилова С. С. Прагматика эмотивного компонента в англоязычном гипертексте // Альманах современной науки и образования. 2013. №8(75). С. 118-121. URL: http://scjournal.ru/articles/issn_1993-5552_2013_8_41.pdf (дата обращения: 21.05.2018).

20. Рецкер Я. И. Пособие по переводу с английского языка на русский язык. М. : Просвещение, 1982. 159 с.
21. Ромат Е. В. Реклама: учебник для вузов. СПб. : Питер, 2001. 496 с.
22. Серебрякова А. Ю. Параметры нормативной оценки адекватного перевода // Вестник Южно-Уральского государственного университета. 2014. №1. С. 45-47. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/parametry-normativnoy-otsenki-adekvatnogo-perevoda> (дата обращения: 13.04.2018).
23. Тertyчный А. А. Жанры периодической печати. М. : Аспект Пресс, 2006. 320 с.
24. Федоров А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы). М. : Высшая школа, 1983. 303 с.
25. Шамилов Р. М., Сдобников В. В. Прагматическая адаптация как одна из тактик специального перевода // Многоязычие в образовательном пространстве. Нижний Новгород : 2015. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/pragmaticheskaya-adaptatsiya-kak-odna-iz-taktik-spetsialnogo-perevoda> (дата обращения: 15.05.2018).
26. Шамова Н. В. Разграничение понятий "эквивалентность" и "адекватность" в переводе // Вестник Московского университета: Сер.19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2005. №2. С.171-180.
27. Швейцер А. Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты. М. : Наука, 1988. 215 с.
28. Munday J. Translation Studies. Theories and applications. London : Routledge. 2001. P. 35-37. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/be3d/4d99860b6a5837542e98a1a034dbdaf667c4.pdf> (дата обращения: 20.04.2018).
29. Рум А. Translation and Text Transfer. Berlin : Tarragona. 2010. 215p. URL: http://usuaris.tinet.cat/arum/publications/ТТТ_2010.pdf (дата обращения: 13.04.2018).
30. Yule G. Pragmatics. Oxford : Oxford University Press. 2006. 140p.

Словари и энциклопедии

31. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка (2010) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.efremova.info> (дата обращения: 1.05.2018).
32. Wikipedia [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 5.04.2018).
33. Urban Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.urbandictionary.com> (дата обращения: 5.04.2018).

Иллюстративный материал

34. Есть Talk! [Электронный ресурс]. URL: https://talk-on.ru/materials/talkovosti/Lyubitnelyubit_nadetnenadet_Delovoy_dresskod_na_vesnu_i_letu/ (дата обращения: 1.05.2018).
35. Business Insider [Электронный ресурс]. URL: <http://www.executivestyle.com.au/20-tips-to-dress-appropriately-for-work-2xvcy> (дата обращения: 20.03.2018).
36. CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/2011/09/16/living/workplace-professional-dress-cb/index.html> (дата обращения: 20.03.2018).
37. Cosmopolitan [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cosmopolitan.com/uk/fashion/style/advice/g910/what-to-wear-to-work-first-day/> (дата обращения: 20.03.2018).
38. Harper`s Vazaar [Электронный ресурс]. URL: <Http://www.harpersbazaar.com/culture/features/a17578/how-should-women-dress-at-work/> (дата обращения: 21.03.2018).
39. NY Daily News [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nydailynews.com/jobs/work-attire-not-article-1.1094810> (дата обращения: 20.03.2018).
40. The New York Times [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nytimes.com/2016/05/26/fashion/office-fashion-uniforms.html> (дата обращения: 21.03.2018).

41. The Week [Электронный ресурс]. URL: <http://theweek.com/articles/454397/scientific-argument-dressing-little-nicer-work> (дата обращения: 21.03.2018).
42. Vogue [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vogue.co.uk/article/workplace-dress-code-vogue-weighs-in> (дата обращения: 20.03.2018).

Трансформации, используемые при переводе текстов статей и рекомендаций с английского на русский язык

	Оригинал	Перевод	Трансформация
1.	A scientific argument	Ответ знают ученые	модуляция
2.	work clothes	офисный дресс-код	модуляция
3.	Mark Zuckerberg	Марк Цукерберг	транскрипция
4.	Mary Barra	Мэри Барра	транскрипция
5.	"jeans allowed" policy	политикой, позволяющей офисным служащим ходить в джинсах	описательный перевод
6.	dark power suits	солидные костюмы	модуляция
7.	henleys	футболки хэнли с длинными рукавами	добавление + перевод соответствием
8.	corporate environments	корпоративная среда	калькирование
9.	casual	кэжуал	транскрипция
10.	growing ranks	растущая армия	модуляция
11.	telecommuters	удалённые работники	перевод соответствием
12.	freelancers	фрилансеры	перевод соответствием
13.	privacy of their bedrooms	уютная кровать	модуляция
14.	Suits are gross.	Кому нужны костюмы?	целостное преобразование
15.	three-piece suit	костюм-тройка	калькирование
16.	a tight half-Windsor	туго завязанный на полувиндзорский узел галстук	добавление
17.	"encloded cognition"	«одетое сознание»	калькирование
18.	"embodied cognition"	«воплощёное сознание»	перевод соответствием
19.	b-school	бизнес-школа	добавление
20.	Adam D. Galinsky	Адам Галински	транскрипция
21.	Northwestern's Kellogg School of Management	Школы менеджмента Kellogg Северо-Западного университета (США)	добавление + калькирование
22.	under grads	студенты	модуляция
23.	doctor's lab coat	медицинский халат	опущение
24.	street clothes	повседневная одежда	модуляция
25.	incongruent trials	неконгруэнтные условия	конкретизация

26.	trials that tested their focus and mental acuity	задания, требующие внимания и концентрации	модуляция
27.	three sartorial options	три костюма	генерализация
28.	significantly better	значительно быстрее	конкретизация
29.	"Clothes invade the body and brain, putting the wearer into a different psychological state," said the New York Times about Galinky's findings.	«Одежда влияет на тело и разум таким образом, что человек невольно переходит в другое психологическое состояние», - написали в газете New York Times об исследованиях Галински.	конкретизация + добавление
30.	Tracy Morris	Трейси Моррис	транскрипция
31.	West Virginia University	Университета Западной Вирджинии	перевод соответствием
32.	business casual	повседневный бизнес-стиль	добавление
33.	slacks	зауженные джинсы	перевод соответствием
34.	Controlling for content	Учитывая содержание высказываний	конкретизация + добавление
35.	non-verbal	невербалика	калькирование
36.	sociability	степень общительности	добавление
37.	casual wear	в джинсах	конкретизация
38.	It also impacts how you see yourself on the job	Восприятие собственных деловых качеств зависит от одежды	конкретизация + добавление
39.	oxfords office	офис, где приняты оксфордские полуботинки	описательный перевод + добавление
40.	Yoon-Hee Kwon	Юн-Хи Квон	транскрипция
41.	North Illinois University	Университет Северного Иллинойса	перевод соответствием
42.	dressed for a gala	появляться на работе при полном параде	модуляция
43.	schlub	белая ворона	модуляция
44.	WHAT SHOULD WOMEN REALLY WEAR TO WORK?	Женский повседневный бизнес-стиль как инструмент самовыражения	целостное преобразование

45.	Annette Spillane	Аннет Спилэйн	транскрипция
46.	dressing in their own style	самовыражаться	модуляция
47.	There was nothing, minus the clicking of heels, to set them apart.	И только по стуку каблуков можно было отличить женщину от мужчины.	модуляция + добавление
48.	things are a little different	многое изменилось	антонимический перевод
49.	Dress codes	дресс-код	транслитерация
50.	statement item	яркая вещь	модуляция
51.	it used to be shoes,	раньше я отдавала предпочтение обуви,	добавление + конкретизация
52.	but now it's jewelry	а сейчас считаю, что это должны быть украшения	добавление + конкретизация
53.	And she's not alone	И не только Аннет так считает	модуляция
54.	staffing service	кадровая служба	калькирование
55.	senior managers	руководители высшего звена	модуляция
56.	Brandi Britton	Брэнди Бриттон	транскрипция
57.	creativity	индивидуальность	конкретизация
58.	OfficeTeam	кадровая служба	генерализация
59.	tech industry	технологическая отрасль	модуляция
60.	Steve Jobs	Стив Джобс	транскрипция
61.	jeans	джинсы	перевод соответствием
62.	office-appropriate	часть офисного дресс-кода	модуляция
63.	you want to be comfortable	поэтому так важно чувствовать себя комфортно	конкретизация
64.	and code, code, code	заниматься работой	генерализация
65.	On the flip side	С другой стороны	перевод соответствием
66.	dress like a dude	одеваться «как свой парень»	добавление
67.	says Lockheimer	вспоминает Локхаймер	конкретизация + транскрипция
68.	I came to LinkedIn	Я пришла работать в LinkedIn	добавление
69.	polo shirts	поло	перевод соответствием + опущение
70.	sweater	свитер	перевод соответствием
71.	dress sandals	открытые туфли	модуляция

72.	finance	финансовая отрасль	добавление
73.	Bloomingdale's, Saks and Banana Republic	мультибрендовые магазины	генерализация
74.	workwear	рабочая одежда	калькирование
75.	Moda Operandi, Matches Fashion and Avenue 32	ню-йоркские бутики	генерализация
76.	For me that's just more comfortable in a professional environment and you can play around with them by wearing different colors and really making them pop.	В профессиональной сфере я чувствую себя комфортно, когда надеваю каблуки. Кроме того, можно с легкостью обыграть свой образ за счет разноцветных туфель.	членение предложения
77.	had a hand	приложили руку	конкретизация
78.	Larry Page	Ларри Пэйдж	транскрипция
79.	Shane Smith	Шэйн Смит	транскрипция
80.	"I might be the boss, but I'm someone you should feel comfortable around."	«Да, я босс! Но я хочу, чтобы вы чувствовали себя расслабленно рядом со мной».	модуляция + членение предложений
81.	The End of the Office Dress Code	Офисный дресс-код приказал долго жить	модуляция
82.	Unbuttoned	Ослабить галстуки	модуляция
83.	sequined football jersey gown	ушитое пайетками платье-футболка	модуляция
84.	military vest	жилет в стиле милитари	добавление
85.	Emma McClendon	Эмма МакКлендон	транскрипция
86.	live in a moment	живем в такое время	добавление + генерализация
87.	"Working Girl"	фильм «Деловая женщина»	добавление
88.	We are in a very murky period	Тёмные времена	модуляция
89.	Brexit	Брексит	транскрипция
90.	for refusing to wear heels	за несоблюдение дресс-кода	генерализация
91.	Portico announced	компания Portico объявила	добавление
92.	had changed its policy	пересмотрела политику в отношении дресс-кода	конкретизация
93.	flats	обувь на плоском ходу	модуляция
94.	sweatergate	скандал	генерализация
95.	tank dress	платье с тонкими	описательный

		бретельками	перевод
96.	gray sweater	серый кардиган	конкретизация
97.	United States	США	перевод соответствием
98.	Los Angeles	Лос-Анджелес	перевод соответствием
99.	the UBS scandal	скандал в банке UBS	добавление
100.	slippery slope	толчок	модуляция
101.	Casual Friday	свободная пятница	калькирование
102.	I.P.O.	начальство	генерализация
103.	hot-button	насущенный	модуляция
104.	Commission on Human	Комиссия по правам человека	перевод соответствием
105.	based on sex	основанные на половом признаке	добавление
106.	trickle-down effect	стимулирующий эффект	модуляция
107.	Professor Scafidi said	заявляет профессор Скафиди	конкретизация + транскрипция
108.	counterargument	контраргумент	калькирование
109.	at the Met Gala	на бале института костюма Met Gala	добавление
110.	At The New York Times	издательство The New York Times	добавление
111.	customer-facing jobs	рабочие места, ориентированные на общение с клиентом	описательный перевод
112.	broad interpretations	трактоваться по- разному	модуляция
113.	newsroom	редакция	модуляция
114.	Birkenstocks	растоптанных шлёпанцев от Birkenstocks	добавление
115.	my equivalent of armor, arms and insignia, respectively	все это – моя защита	модуляция + опущение
116.	these issues	проблема дресс-кода	конкретизация
117.	Vogue's Nicole Mowbray	Журналист Vogue, Николь Моубрей	добавление + транскрипция
118.	professional troll Piers Morgan	Журналист Пирс Морган	лексическая замена + транскрипция
119.	who made headlines	которая подняла общественность на уши	модуляция
120.	Hmm	Серьёзно?	модуляция
121.	without lipstick on	без помады на губах	добавление
122.	Shock horror	Шокирующий факт	модуляция
123.	I think we all know the answer	Думаю, ответ очевиден.	модуляция
124.	And this gets to the crux of the issue of	Проблема строгого	объединение

	this type of draconian workplace dress code. What men are saying when they proclaim something as "acceptable" is normally what they find "desirable".	дресс-кода заключается в том, что мужчины зачастую считают обязательным то, что для них привлекательно.	предложений
125.	I think we're all in agreement that if you work for a company with a dress code, you should adhere to it, but smart office dress should not have to mean heels, skirts or lipstick – basically what men conventionally decree as sexy.	Я думаю, мы все согласны с тем, что если на работе принят дресс-код, то его нужно придерживаться. Однако продуманный дресс-код не должен делать из женщины объект вожделения.	членение предложений
126.	but smart office dress should not have to mean heels, skirts or lipstick – basically what men conventionally decree as sexy.	Однако продуманный дресс-код не должен делать из женщины объект вожделения.	опущение
127.	Story highlights	Главное	модуляция
128.	national poll	национальный опрос	калькирование
129.	Universal dress rules	универсальная формула офисного дресс-кода	модуляция
130.	cleavage-revealing shirt	глубокое декольте	модуляция
131.	Nothing undermines how you	Ничто так не портит впечатление о вас	антонимический перевод
132.	Keep holy the casual Friday	Помни свободную пятницу	синтаксическое уподобление
133.	workweek	рабочая неделя	калькирование
134.	fashion disaster	фэшн катастрофа	транскрипция
135.	Don't jump the gun	Не забегайте вперед	перевод соответствием
136.	college sweatshirt	безразмерный свитшот	модуляция + транскрипция
137.	The Image of Success: Make a Great Impression and Land the Job You Want	Как выглядит успех: произвести впечатление и получить работу мечты	лексическая замена
138.	Thou shalt wear the right shoes.	Носи подходящую обувь	синтаксическое уподобление
139.	High high heels	Супер высокие каблуки	замена
140.	Want to be a team player? Wear flats	Хотите быть частью коллектива – носите обувь на плоской	объединение предложений

		подошве	
141.	Honor thy leaders.	Чти окружение своё.	синтаксическое уподобление
142.	Thou shalt not steal thy boss's tie	Не укради галстук босса	синтаксическое уподобление
143.	Instead of coming off as a lemming, find comparable styles	Вместо этого создавайте свой стиль	опущение
144.	Control thy festiveness	Не начни праздник раньше времени	модуляция
145.	Moral of the story	Мораль	опущение
146.	Remember the good book	Помни руководство сотрудника	модуляция
147.	Thou shalt notice what year it is	Помни время своё	модуляция
148.	the Goodwill box	бабушкин сундук	модуляция
149.	Err on the side of caution	Поступи благоразумно	модуляция
150.	might not be received well by a new client	«отпугнёт» клиента	модуляция
151.	Dress for the job thou want.	Одевайся для работы мечты	синтаксическое уподобление
152.	A final tidbit	Последний совет от Хаури	добавление
153.	no matter what age or gender	Не важно, сколько вам лет, мужчина вы или женщина	добавление
154.	Unless you're happy with where you are, which is just fine	Если вы уже довольны работой, которая у вас есть, это замечательно	антонимический перевод
155.	Work Attire: What's Appropriate and What's Not	Любит-не-любит, надеть-не-надеть	целостное преобразование
156.	What Not to Wear	«Что не следует носить»	синтаксическое уподобление
157.	Clinton Kelly says	Клинтон Келли призывает	транскрипция + конкретизация
158.	dos and don'ts	варианты одежды, которую можно и нельзя носить	целостное преобразование
159.	Shoulder the Burden	Бремя рукавов	модуляция
160.	relaxed dress code	повседневно-деловая одежда	модуляция
161.	"hairy" issue	густая растительность	модуляция
162.	One Button or Two?	Пуговица или две?	опущение
163.	Don't display a lot of chest hair	Волосатая грудь не принесёт вам дивидендов.	модуляция
164.	boyfriend jeans	джинсы бойфренда	калькирование
165.	boyfriend jacket	пиджак бойфренда	калькирование

166.	The Long and Short of It	Брюки превращаются, брюки превращаются...	целостное преобразование
167.	shorts are acceptable	шорты – вполне приемлемая часть офисного гардероба	добавление
168.	How Low Can You Go?	Сексуальную революцию – в массы?	целостное преобразование
169.	Don't think about showing off your toned abs	Демонстрируя накаченный пресс	антонимический перевод
170.	It's just tacky to show your thong out of the back of your jeans	это просто безвкусно, когда из-под брюк виднеется нижнее белье	модуляция
171.	Nice (Leg) Work If You Can Get It	Укрощение строптивых колготок	целостное преобразование
172.	ambassador	амбассадор	транслитерация
173.	normcore	нормкор	транслитерация
174.	leave your legs bare	Носите юбку или шорты без колготок	модуляция
175.	Show of Feet	Босоногий оборванец	целостное преобразование
176.	Manolos	элегантные туфли фирмы Manolo	добавление
177.	he says	подчеркивает известный стилист	конкретизация
178.	Don't bring your Birkenstocks	Если вы наденете удобно-растоптанные кожаные сандалии марки Birkenstocks	антонимический перевод + добавление
179.	Don't make the mistake of wearing "mandals" to work. Neither you, nor your feet, will be taken seriously, Kelly says.	Не надевайте сандалии, иначе вы совершите непростительную ошибку: «ни вы, ни ваши ноги уже никогда не будут восприниматься всерьёз».	объединение предложений
180.	20 tips to dress appropriately for work	Как одеваться на работу. 20 советов	членение предложений
181.	the way you look plays a role in your success in the modern workplace	в современном мире действительно встречаются по одежке.	модуляция
182.	crop-top	кроп-топ	транслитерация
183.	collaboration	коллаборация	транслитерация

184.	When you don't fit in	Если вы не вписываетесь в офисный дресс-код	добавление
185.	to get a better idea.	чтобы расставить все точки над и	целостное преобразование
186.	In today's workplace, where casual wear is becoming increasingly popular, it can be tricky to understand the rules of appearance.	В современных офисах распространён повседневный бизнес стиль. Казалось бы, что может быть проще, но и тут есть свои подводные камни.	членение предложений
187.	in your industry	в вашем офисе	конкретизация
188.	etiquette coach	специалист по этикету	модуляция
189.	Make sure your clothes fit	Подбирайте одежду по размеру	модуляция
190.	Wear glasses that fit	Носите очки подходящей Вам формы	добавление
191.	Dry your hair	Не ходите с мокрыми волосами	антонимический перевод
192.	purse or briefcase	сумка	генерализация
193.	allows others to catch a glimpse inside from time to time	скрывать от любопытных глаз окружающих	антонимический перевод
194.	too collegiate	по-разгильдяйски	целостное преобразование
195.	strong perfume or cologne	духи или одеколон с резким запахом	добавление
196.	says Williams	утверждает Уильямс	конкретизация + транскрипция
197.	Wear well-kept, polished shoes	Ухаживайте за обувью	модуляция
198.	Pachter says	делится Пачтер	конкретизация + транскрипция
199.	rich colours	насыщенные и богатые оттенки	добавление
200.	the colour you're wearing	Ваша одежда	модуляция
201.	Both men and women have to be cautious with bright colours	Нужно с осторожностью относиться к ярким цветам	опущение
202.	Don't be too sexy	Откровенность ни к чему	целостное преобразование
203.	V-neck shirt	рубашка с V-образным вырезом	добавление
204.	Wearing nude pantyhose is hip	Телесные колготки - необходимость	модуляция

205.	open-toed shoes	обувь с открытым носом	модуляция
206.	Don't over-accessorise	Не переусердствуйте с аксессуарами	модуляция
207.	Pachter says	вспоминает Пачтер	конкретизация
208.	says Williams	считает Уильямс	конкретизация
209.	ankle socks	короткие носки	модуляция
210.	no skin should be showing	виднеется кожа ног	антонимический перевод
211.	American Moustache Institute	Американский институт усов	калькирование
212.	capsule	капсула	транслитерация
213.	photocall	фотоколл	транслитерация
214.	Grow facial hair on a weekend or vacation	Не брейтесь только по выходным или когда вы в отпуске	антонимический перевод
215.	spotty beards make men look like 18-year-olds	неаккуратная растительность делает из вас 18-летнего юнца	модуляция
216.	A goatee is rarely a good idea	Козлиная бородака – плохой выбор	антонимический перевод + модуляция
217.	In my field of work	На своей работе	конкретизация
218.	tote bag	тоут	транскрипция
219.	Converse shoes	кеды марки Converse	конкретизация + добавление
220.	office crush	парень мечты из офиса	описательный перевод
221.	bayer	байер	транскрипция
222.	e-tailer	онлайн-ателье	добавление
223.	all-black	полностью черный	калькирование
224.	cigarette trousers	брюки-сигареты	калькирование
225.	fashion company	фэшн-компания	транскрипция
226.	As long as you're not sloppy and look cool	Если вы опрятны и выглядите круто	антонимический перевод
227.	oversize	оверсайз	транскрипция
228.	if you work for	если вы работаете в сфере	добавление
229.	I'm 100% a dress girl	Платья - моя страсть	модуляция
230.	original artistic signatures	со свежим взглядом на моду	целостное преобразование
231.	In PR no two days are the same	На моей работе не бывает двух похожих дней	конкретизация
232.	pencil skirt	юбка-карандаш	модуляция
233.	must have	мастхэв	транскрипция
234.	look	лук	транскрипция

235.	blazer	блейзер	транскрипция
236.	PR Intern	интерн в PR фирме	добавление
237.	I always want to look fashionable yet feel comfortable, so I think a good pair of black trousers with a great tee is always a winning look.	Я всегда хочу не только выглядеть модно, но и чувствовать себя комфортно. Например, черные брюки в сочетании с футболкой создают отличный образ.	членение предложений
238.	Fashion production	мода	генерализация
239.	Black	черный цвет	добавление
240.	“Mary Poppins” type bag	мешковатая сумка	модуляция
241.	I aim for clothes that are practical and flattering, which is generally the same thing year on year. That often involves black and charcoal cashmere and wool in winter and white linen and cotton wide-legged trousers for summer.	Я всегда отдаю предпочтение практичной одежде, как правило, мой выбор останавливается на серо-черной кашемировой и шерстяной одежде зимой и льняной и хлопковой одежде светлых оттенков летом.	объединение предложений
242.	military style coats	стилизованные под милитари пальто	модуляция
243.	well-cut classics	костюмы классического кроя	модуляция
244.	skinny black trousers	черные скинни	транскрипция + опущение
245.	On colder days	В холодное время года	генерализация
246.	I stick to ballet pumps (they don't slow me down when I'm running around!). My favourites are from Tory Burch and Repetto.	Я выбираю туфли-лодочки на плоской подошве от Tory Burch или Repetto (благодаря им я всегда мобильна).	объединение предложений + модуляция
247.	Leggings and denim are huge no-nos.	Советую вам навсегда забыть о леггинсах и джинсах.	модуляция
248.	total look	тотал лук	транскрипция
249.	glitter	глиттер	транскрипция
250.	black denim	черные джинсы	конкретизация
251.	Buddha charm necklace	подвеской с Буддой	опущение + транскрипция

252.	The women here	В финансовой сфере женщины	конкретизация
253.	In the summer it's easier as brighter colours are generally acceptable	Летом яркие цвета выглядят наиболее уместно	опущение
254.	low cut tops	откровенные блузы	модуляция
255.	mood board	мудборд	транскрипция