

УДК 37.013

DOI: 10.34670/AR.2023.51.50.082

## Формирование профессиональных навыков студентов-лингвистов посредством перевода терминов в сфере моды

**Яковец Татьяна Яковлевна**

Кандидат педагогических наук,  
доцент кафедры лингвистики и переводоведения,  
Сургутский государственный университет,  
628412, Российская Федерация, Сургут, пр. Ленина, 1;  
e-mail: jatja57@mail.ru

### Аннотация

Настоящая статья посвящена исследованию особенностей перевода отдельных терминов в сфере моды и дизайна на примере текстов ведущих журналов мод. В статье определяются основные способы работы с профессионально-ориентированными текстами, выделяется терминологическая лексика из текстов сферы моды и дизайна, и способы передачи их с английского языка на русский и основные переводческие приемы. Перевод неологизмов является сложнейшим аспектом при работе с текстами, относящимися к сфере моды и дизайна. В большинстве случаев, применяется прием описательного перевода, транслитерация и транскрипция являются неоправданными, так как семантика слова становится затруднительной для восприятия реципиента. Язык моды в рамках российских лингвистических исследований на данный момент находится в процессе развития, в связи с чем, формирование терминологического словаря моды остается достаточно проблематичным аспектом. Английский язык, является основным языком для исследования моды. Вследствие чего, перевод является важнейшей частью адаптации текстов о моде с английского языка на русский язык и требует максимально аккуратной работы переводчика и огромного багажа, как теоретических знаний, так и всестороннего развития переводчика.

### Для цитирования в научных исследованиях

Яковец Т.Я. Формирование профессиональных навыков студентов-лингвистов посредством перевода терминов в сфере моды // Педагогический журнал. 2023. Т. 13. № 9А. С. 614-624. DOI: 10.34670/AR.2023.51.50.082

### Ключевые слова

Перевод, термин, термин моды, профессионально-ориентированные тексты, основные переводческие приемы.

## Введение

В современном обществе все чаще происходят процессы интеграции и глобализации деловых отношений, вследствие чего развивается международное сотрудничество, что способствует увеличению объема коммуникации в различных профессиональных сферах деятельности. Одной из таких сфер является сфера моды и дизайна. Необходимо заметить, что исследование моды в первой трети XXI по-прежнему остается относительно новым явлением для отечественной лингвистики.

Интерес российских лингвистов к изучению сферы моды и дизайна вызван, прежде всего, появлением русскоязычных версий международных глянцевого изданий, которые появились значительно раньше, чем Интернет и мобильная связь. Как замечает С.М.Черменская: «Большинство международных журнальных брендов, эксплуатируемых на новых рынках, в том числе и на российском, – родом из Великобритании и США» [Черменская, 2006, 63]. По этой причине английский язык является основополагающим в исследовании моды, а перевод является неотъемлемой частью адаптации таких журналов на русский и многие другие языки мира.

Терминологическая система языка находится в процессе непрерывного изменения. Изменяется и словарный состав каждой сферы языка, среди которых находится и сфера дизайна и моды, которая наиболее четко подвержена данным явлениям, так как новые веяния в моде появляются достаточно часто.

## Основная часть

И.В. Попова в исследовании, посвященном лексико-семантическим и стилистическим особенностям языка индустрии моды, дает определение этому «миру слов». Как пишет И.В. Попова, «любая из специальных сфер деятельности человека, характерных для сложной структуры современного общества (наука, экономика, СМИ, оборона, реклама, мода и т.д.), обслуживается языком, и без общения людей, участвующих в совместных актах, не может существовать и нормально функционировать. Средством общения в каждой из отраслевых сфер является специальный «подъязык» [Попова, 2007, 5].

Ссылаясь на Л.Л. Нелюбина, определяющего «подъязык как набор языковых элементов и их отношений в текстах с однородной тематикой» [Нелюбин, 2016, 131], И.В. Попова формулирует определение языка моды: он представляет собой подсистему естественного (национального) языка, обслуживающую сферу общения в индустрии моды [Попова, 2007, 22].

Ключевая роль в формировании современного русского языка моды отведена переводу, адаптации и созданию аналогичных текстов по иноязычным образцам. Отсюда следует, что образцом для формирующегося в России языка глянца служит ставший международным языком современной индустрии моды английский язык.

Основными типами лексических трансформаций, используемых при переводе терминологических единиц в сфере моды с английского языка на русский, выступают следующие: подбор аналога, калькирование, транскрипция, транслитерация, эквивалентный перевод.

Главной единицей, представляющей основной интерес в нашей работе является термин, который является базовой единицей сферы моды и дизайна и представляет собой трудности для перевода. Мы проанализировали более 100 терминологических единиц, 56 из которых являются

простыми терминами; 44 единицы являются терминологическими сочетаниями. Исследование проводилось на основе единиц, отобранных методом сплошной выборки из лексикографических источников (двуязычные словари и разговорники) и рекламно-информационной продукции (электронные каталоги одежды, журналы мод, гиды по стилю), из аутентичных статей о моде с англоязычных сайтов журналов *Cosmopolitan*, *ELLE*, *Glamour*, *ALLURE*, *VOGUE*, *The New York Times Magazine*.

Приведем примеры анализа простых терминов.

Термин *beanie*, который мы встретили в статье о модном показе [Журнал *VOGUE UK*, [www](#)], обозначает *a small close-fitting hat worn on the back of the head* [Oxford Living Dictionaries, [www](#)]. В тексте перевода встречается в форме *шляпка* [Журнал *VOGUE Россия*, [www](#)]. Автор воспользовался приемом генерализации.

Проанализировав определение, мы можем сделать вывод, что использованная переводчиком трансформация не искажает значения слова. Кроме того, уменьшительно-ласкательная форма *шляпка*, подчеркивает небольшой размер изделия и его элегантность, тем самым так же сохраняя образность языка оригинала. Значит, генерализация в данном случае применена уместно и целесообразно.

Следующая терминологическая единица, которую мы можем выделить *daywear* [Журнал *VOGUE UK*, [www](#)]. Данный термин обозначает *articles of casual clothing suitable for informal or everyday occasions* [Oxford Living Dictionaries, [www](#)].

Перевод: *повседневная одежда*. Автор применил калькирование [Журнал *VOGUE Россия*, [www](#)]. Применение такой трансформации является полностью целесообразным, так как при переводе на русский язык семантика слова полностью сохраняется, словарное значение не искажается, а значит, не возникнет трудностей для реципиента понять этот термин.

Следующим термином, который может представлять собой трудность для переводчика, является термин *couture* [Журнал *VOGUE UK*, [www](#)]. Рассмотрим словарное значение термина: *couture is the designing and making of expensive fashionable clothes, or the clothes themselves* [Oxford Living Dictionaries, [www](#)].

Перевод: *мода* [Журнал *VOGUE Россия*, [www](#)]. Автор текста перевода воспользовался приемом генерализации. В случае такого применения, термин утрачивает свою семантику и может привести к искажению информации. Термин *couture*, обозначает одежду доступную не для каждого желающего, так как она очень дорогая, и как правило, производится именитыми модными домами. Поэтому, автору не следовало применять трансформацию генерализации, он исказил текст и образность исходной единицы была утрачена.

Следующая группа, которая является объектом нашего рассмотрения – это терминологическое словосочетание.

Среди терминологических сочетаний, относящихся к сфере моды и дизайна, мы можем выделить словосочетание *cropped top* [Журнал *VOGUE UK*, [www](#)]. В словаре, данный термин имеет значение *a woman's casual sleeveless or short-sleeved garment or undergarment for the upper body, cut short so that it reveals the stomach* [Oxford Living Dictionaries, [www](#)].

Анализируя текст перевода, мы встречаем вариант перевода *тон* [Журнал *VOGUE Россия*, [www](#)]. Переводчик воспользовался приемом опущения, избежал перевода прилагательного *cropped*, которое несет в себе смыслообразительную функцию. Так как в современном мире моды появилось множество видов топов, избежание перевода единиц, указывающих на конкретный вид одежды, может привести к недопониманию и искажению информации. Таким образом, данная переводческая трансформация является неоправданной.

В качестве примера терминологического словосочетания мы выделяем словосочетание *high fashion* [Журнал VOGUE UK, www]. В словаре данный термин определяется как, *expensive, fashionable clothes produced by leading fashion houses* [Oxford Living Dictionaries, www]. Переводчик, воспользовавшись приемом генерализации, передал данный термин как *мода* [Журнал VOGUE Россия, www]. При переводе, термин полностью утратил важную характеристику, которая обозначает, что одежда, относящаяся к *high fashion* производится только именитыми модными домами. Такое опущение вызывает искажение понятия, так как реципиент, который не знает подробной информации о модных домах и их продукции, может подумать, что такая одежда доступна абсолютно каждому человеку. В данном контексте, такая переводческая трансформация абсолютно не оправдана.

Таким образом, среди наиболее часто применяемых способов перевода терминов, мы можем выделить генерализацию, конкретизацию, описательный перевод и подбор эквивалента. Все эти средства помогают максимально близко выразить терминологическую единицу исходного языка в тексте перевода.

Определенные сложности при переводе текстов вызывает передача лексики, которая содержит в себе эмотивную информацию. При переводе текстов из сферы моды необходимо учитывать использование лексических изобразительных средств, так как они служат для описания предметов и явлений, а также являются источником создания образности в тексте, что является отличительной чертой языка моды.

С этой целью используются различные переводческие приемы и трансформации главная цель которых заключается в сохранении и передаче прагматического эффекта.

Главная задача при переводе таких средств – это сохранение образа и эмоциональной окраски, однако это не всегда возможно, так как образ может быть непонятным и может ввести в заблуждение читателя, который не всегда обладает определенным набором знаний в данной сфере.

В статьях цикла «Сьюзи Менкес на показах *Haute Couture*» часто встречаются термины, окрашенные посредством метафоры. Для анализа перевода воспользуемся русскоязычным переводом данных статей, опубликованных на официальном сайте VOGUE Россия.

Например: “...one of what Karl called the “*cloud*” hats: wide saucers of mesh, with, I swear, sticks of straw nestled inside” [Журнал VOGUE UK, www].

Перевод: как их назвал Карл, «*шляпами-облаками*» – плоскими, словно блюдца, украшенными сеткой и – честное слово! – соломой [Журнал VOGUE Россия, www].

Термин в данной ситуации образован при помощи метафоры и в тексте перевода воспроизведен при помощи калькирования. В оригинале автор хотел подчеркнуть легкость и невесомость шляпки, именно с этой целью он применил метафору. Образность, которая была в исходном тексте, сохраняется в тексте перевода, поэтому выбор такой трансформации можно считать вполне оправданным.

Прием генерализации можно наблюдать в следующем предложении: “...They looked good, too, as part of an extended circle, *the skirt cut in pleated hoops in vivid shades of grass green, orange, yellow, red and a line of navy*” (Suzy Menkes, 8).

Перевод: Выглядели прелестно и юбки в складку с вертикальными полосами, состоявшие из кругов зеленого, оранжевого, желтого, красного и темно-синего цветов [там же].

Словосочетание *the skirt in vivid shades of grass green* является клишированным, так как такой формой фразы принято представлять модель. Данный клишированный термин украшен метафорой и на русский язык передан при помощи генерализации, также в этом предложении

наблюдается прием опущения.

Словосочетание *vivid shades of grass green* дает очень яркую окраску предложению и описывает те оттенки ярко зеленого цвета, которым обычно окрашена трава. В переводе же этот цвет передан просто как *зеленый*, при помощи генерализации. Прием опущения наблюдается в отсутствии перевода существительного *shades*. Образность и окраска, которая наблюдалась в оригинале текста, утрачивается. Тем самым, данная переводческая стратегия может быть охарактеризована как нецелесообразная, так как главной задачей перевода, особенно в сфере моды, является сохранение эмоциональной окрашенности текста.

В статье С. Менкес "*Circus of Fashion*", опубликованную в The New York Times Style Magazine, мы можем наблюдать большое количество описаний людей, которые стараются выделяться и обращать на себя внимание при помощи экстравагантной одежды. В предложении "*...balanced on club-sandwich platform shoes, or in thigh-high boots under sculptured coats blooming with flat flowers*" [Журнал The New York Times Style Magazine, www].

Особую трудность составил для переводчика терминологические словосочетания *club-sandwich platform shoes* и *thigh-high boots*, которые так же был эмоционально окрашен при помощи метафоры.

Перевод: балансируют в туфлях на платформах, до отказа напичканных всякой всячиной или обтянуты ботфортами на высоченном *каблуке* под скульптурным пальто, украшенным искусственными цветами [Журнал VOGUE Россия, www].

Здесь автор воспользовался приемом смыслового развития. *Club-sandwich* представляет собой бутерброд, который состоит из множества ингредиентов, проще говоря «всякой всячины». Данное средство использовано для ироничного описания современных веяний в моде, которые кажутся вычурными. В переводе данного предложения образность текста оригинала сохраняется, таким образом, применение смыслового развития является оправданным. *Sandwich* в английском языке часто используется как полу-аффикс для различных терминологических единиц со значением смешивать что-либо.

В статье "*The man who made Russian fashion cool*" автор также использует метафору для того, чтобы подчеркнуть особенности внешнего вида дизайнера:

"*...His latest move is a unisex perfume, and, at the launch in Dover Street Market in London, his fans are exactly as he describes: teenage boys, "Gosha heads", who look and dress like the designer*" [Журнал The New York Times Style Magazine, www].

Перевод: Недавно Рубчинский выпустил духи унисекс, и на их презентацию в Довер Стрит Маркет в Лондоне пришли его фанаты, выглядящие ровно так, как он их описывает: юноши-подростки, одержимые Гошей, которые выглядят и одеваются, как сам дизайнер [Журнал VOGUE Россия, www].

При переводе текстов о моде может быть использована генерализация, как, например, в статье С. Менкес "*Suzy Menkes at Couture: Day One*":

"*...And lest we forget that the Academy Awards are coming up, Kate Hudson and her mother Goldie Hawn were front row, reminding the audience that made-for-Hollywood dresses win fashion Oscars*" [Журнал VOGUE UK, www].

Перевод: И, чтобы мы не забыли о приближении церемонии вручения премии «Оскар», в первом ряду сидели Кейт Хадсон и ее мама Голди Хоун, напоминая, что именно сшитые для Голливуда платья получают премии в модном мире [Журнал VOGUE Россия, www].

Таким образом, мы можем сказать, что при переводе эмоционально окрашенных единиц чаще всего встречаются методы смыслового развития, генерализации, описательного перевода

и калькирования. Для полного сохранения образности наиболее часто переводят при помощи кальки и описательного перевода, при переводе с помощью модуляции нередко происходит сдвиг образной основы.

Безэквивалентная лексика является одной из основных проблем перевода дискурса моды, так как в англоязычных текстах данной сферы данная группа лексических единиц встречается очень часто, и вызывает большие трудности при работе. Как известно, к безэквивалентной лексике относят три больших разряда лексических единиц: имена собственные, географические названия, названия компаний и другие; реалии; случайные лакуны.

Рассмотрим некоторые примеры, относящиеся к первой группе слов.

В сфере моды это так же названия модных домов, компаний и коллекций.

Например, в статье С. Менкес “*Suzy Menkes at Couture: Day Three*” упоминается название модного бренда:

“...*As ever with Chanel, the clothes are wearable, fashionable and fit for purpose — meaning that it is simple for clients to find day and evening outfits to be the wardrobe focus in their privileged world*” [Журнал VOGUE UK, www].

Автор перевода дает следующий вариант данного отрывка: Как и всегда в случае Chanel, вещи в коллекции модны, практичны и применимы к жизни: клиентам будет просто подобрать для своих привилегированных гардеробов дневные и вечерние наряды, уместные для разных поводов [Журнал VOGUE Россия, www].

Автор перевода воспользовался приемом заимствования в иноязычной форме при передаче названия бренда *Chanel*. Необходимо уточнить, что бренд «Chanel» широко известен во всем мире благодаря своей основательнице Коко Шанель. В мире моды особое внимание уделяется формированию бренда и его выход на международный рынок, поэтому вкладываются огромные средства в разработку логотипа и его узнаваемость. Поэтому в данном случае допустимо заимствование в иноязычной форме. Данный прием при переводе призван показать разделение в тексте между фамилией дизайнера и самим названием бренда, поскольку часто название марки содержит в себе и имя, и фамилию ее основателя либо только фамилию.

При передаче названия и сохранения его оригинала в тексте перевода самым удачным способом является дать неподготовленному читателю более точно понять, что же в данном случае имел в виду автор – применить прием добавления и перед названием «Chanel» добавить слово «компания» или «модный Дом».

Рассмотрев переводы имен собственных, мы выделяем их как достаточно трудную для перевода группу единиц, которая в большинстве случаев передается транскрипцией в зависимости от контекста.

Следующая группа безэквивалентных единиц, которые представляют собой трудности при переводе, это реалии.

Реалии – слова, обозначающие предметы, понятия и ситуации, не существующие в практическом опыте людей, говорящих на другом языке, то есть предметы материальной и духовной культуры [Бархударов, 1975, 94-98].

В текстах из сферы моды будут рассматриваться преимущественно бытовые и культурологические реалии, такие как названия видов одежды, имеющих яркий национальный или исторический окрас.

В статье С. Менкес “*Suzy Menkes at Couture: Day Three*” можно увидеть следующие реалии:

“...*the famous tweeds recreated with embroidered hand stitching, and the familiar suits rejuvenated by slicing the jackets and the skirt tops to leave a patch of bare skin*” [Журнал VOGUE

UK, www].

Перевод: знаменитые наряды из твида, сшитые вручную, знакомые костюмы, обставляющие обнаженную часть туловища между жакетом и юбкой [Журнал VOGUE Россия, www].

В данном примере мы можем выделить культурологическую реалию *tweed*, которая, согласно словарю, имеет следующее значение: *a rough-surfaced woollen cloth, typically of mixed flecked colours, originally produced in Scotland* [Oxford Living Dictionaries, www]. Для русскоязычной публики более известными являются изделия из твида, производимые брендом Chanel. Поэтому в данном случае используется прием лексического добавления, чтобы более точно донести эту информацию до читателя, также происходит транскрибирование слова *tweeds*. В тексте перевода, был сохранен национальный колорит данного термина и не произошло искажения информации, а значит, мы можем считать применение такой трансформации целесообразным.

Рассмотрим следующий пример:

*“...As the models walked down the scaffolding ramp set, you could tell that each stripe, each decoration — even the double rings that tied the ponytails — were works of art”* [Журнал VOGUE UK, www].

Перевод: Разглядывая моделей, идущих по покатым подмосткам, я понимала, что каждая полоска, каждая деталь, в том числе двойные кольца, вплетенные в прически моделей, — произведение искусства [Журнал VOGUE Россия, www].

В данном примере мы выделяем бытовую реалию *ponytail*, автор перевода передал ее при помощи генерализации и перевел как *прически моделей*. В словаре термин имеет значение *a hairstyle in which the hair is drawn back and tied at the back of the head so as to hang down* [Oxford Living Dictionaries, www]. В этом примере переводчик передает общую картину внешнего вида моделей, не уточняя разновидность прически. В современном русскоязычном дискурсе моды имеется аналог данной единице – «конский хвост», что более наглядно отражает то, каким способом уложены волосы и сохраняет некую образность оригинальной реалии. Таким образом, можно считать применение такой переводческой трансформации нецелесообразным.

Следующая группа, создающая трудности в переводе – это «случайные лакуны».

В статье *“Back in the U.S.S.R.: Russia’s Fashion Resurgence”* упоминается лакуна, которая связана с миром моды:

*“...Россия” – a word he, for the first time, printed under his namesake label, in the way old couture houses use the subtitle “Paris” as a totem of their fashion credentials”* [Журнал The New York Times Style Magazine, www].

Перевод: Для него речь идет просто о «России». Именно это слово – кириллицей – он впервые напечатал под своим лейблом, как делают старые модные дома, использующие слово «Париж» как своего рода верительную грамоту (ИноСМИ.Ру).

Время основания самых первых модных Домов восходит еще к концу XIX века, тогда же было заложено правило приписывать к их названию, в виде подзаголовка, название модной столицы, где они были основаны, и где находились из главные ателье, а позже – бутики. Так, например, в логотипе дома Dior по сей день фигурирует подпись «Paris», а итальянская марка Hermes обозначает свои корни и принадлежность к итальянской культуре подзаголовком «Milano». В данном примере проводится параллель между старинными модными Домами и новым брендом от молодого русского дизайнера Г. Рубчинского, как яркое заявление перед всей индустрией о перерождении русской моды. Он позаимствовал данный обычай у старинных модных Домов.

В данном примере лакуна *subtitle Paris* переведена на русский язык как *слово Париж* при помощи генерализации. В таком случае, переводчик теряет то самое явление, которое заложено в тексте оригинала, а значит, применение такой переводческой трансформации является нецелесообразным.

В статье С. Менкес “*The Circus of Fashion*” при переводе лакун используется заимствование иноязычной форме, а также комментарий от переводчика:

“...*There is a genuine difference between the stylish and the showoffs — and that is the current dilemma*” [Журнал VOGUE UK, www].

Перевод: Существует большая разница между стильными и show-off (прим. пер. люди которые хвастаются дорогими нарядами, надевают все сразу – 5 сумок на одно плечо, 10 колье, 3 шляпы) – и это является дилеммой сегодняшнего дня [Журнал VOGUE Россия, www].

*To show off* означает *a person who acts pretentiously or who publicly parades themselves, their possessions, or their accomplishments* [Oxford Living Dictionaries, www]. В данном примере при помощи лакуны *show-off* автор создает у читателя образ группы людей, которые стараются привлечь к себе внимание посредством своего внешнего вида любой ценой. Переводчик использует прямой перенос лакуны в готовый текст, но вместе с этим, помещает комментарий – описание, чтобы пояснить реципиенту значение данного иноязычного выражения.

Таким образом, безэквивалентная лексика в дискурсе моды переводится с помощью транскрипции, транслитерации, калькирования, генерализации и описательного перевода, а также имеется больше количество заимствований в иноязычной форме при переводе, наряду с этим применяется переводческий комментарий. Наиболее продуктивными трансформациями можно отметить транскрибирование, калькирование и описательный перевод. В случаях, когда используется заимствование в иноязычной форме, необходимо применять метод лексического добавления для удобства восприятия готового текста реципиентом.

Дадим краткий анализ переводческих стратегий при работе с неологической лексикой. Изучением языкового заимствования занимаются уже с давних времен и зарубежные, и отечественные лингвисты, так как не существует языка, который бы не пополнил свой словарный состав при помощи слов из другого языка. Так на начальном этапе происходит взаимное влияние наречий языка, а затем на более обширном уровне – смешение различных языковых систем.

Неологизмы в мире моды и дизайна так же напрямую связаны с историей и культурой общества. Хотя, как утверждают модельеры, мода циклична и повторяется через каждое десятилетие, она не стоит на месте. Появляются не только новые фасоны одежды, но и ткани, новые прически, стили и даже целые направления, до сих пор не существовавшие. Источниками, которые отражают последние изменения в модной сфере являются гляцевые журналы.

Неологическая единица, которую мы выделили из статьи в журнале, существительное *normcore*.

Например: “...*most women do not want to look “normal”. They want to look hip or chic—ideally both. And for most people, normcore isn't going to help them achieve those two descriptors*” [Журнал Cosmopolitan UK, www].

Данная лексическая единица состоит из корня *normal*, который обозначает *conforming to a standard; usual, typical, or expected* и суффикса *-core*, со значением *suffix denoting a fashion or lifestyle*. Общее значение термина представлено в словаре, как *a style of dressing that involves the deliberate choice of unremarkable or unfashionable casual clothes* [Oxford Living Dictionaries, www].



Термин *normcore* предполагает стиль, свободный от моды, располагая людей к разумному потреблению и экономии. Поэтому, мы воспользуемся приемом описательного перевода, и передадим этот термин как *повседневный стиль одежды*.

Следующий пример, мы выделили из этого же журнала “*The 4 Worst Things About Teggings*” [Журнал Cosmopolitan UK, www].

Неологизм *treggings*, представляет собой серьезную трудность для переводчика, так он образован от слияния двух слов. *Trousers*, со значением *an outer garment covering the body from the waist to the ankles, with a separate part for each leg* и второго слова *leggings*, определяемого в словаре как *tight-fitting stretch trousers, typically worn by women or girls*. Общее значение данного термина *women's leggings that are designed to resemble a pair of trousers* [Oxford Living Dictionaries, www].

Для передачи такой единицы, необходимо сохранить смысл каждой из его частей и выразить тот смысл, который заложен в оригинале. Для достижения максимально эквивалентного перевода мы, так же, воспользуемся приемом описательного перевода и выразим этот термин как *облегающие брюки*.

## Заключение

Перевод неологизмов является сложнейшим аспектом при работе с текстами, относящимися к сфере моды и дизайна. В большинстве случаев, применяется прием описательного перевода, транслитерация и транскрипция являются неоправданными, так как семантика слова становится затруднительной для восприятия реципиента.

Язык моды в рамках российских лингвистических исследований на данный момент находится в процессе развития, в связи с чем, формирование терминологического словаря моды остается достаточно проблематичным аспектом. Английский язык, является основным языком для исследования моды. Вследствие чего, перевод является важнейшей частью адаптации текстов о моде с английского языка на русский язык и требует максимально аккуратной работы переводчика и огромного багажа, как теоретических знаний, так и всестороннего развития переводчика.

## Библиография

1. Алексеева И.С. Введение в переводоведение. СПб.: Академия, 2004. 352 с.
2. Бархударов Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). М., 1975. 240 с.
3. Гарбовский Н.К. Теория перевода. М.: МГУ, 2004. 544 с.
4. Журнал Cosmopolitan UK. URL: <http://www.cosmopolitan.com>
5. Журнал ELLE UK. URL: <http://www.elle.com>
6. Журнал Glamour UK. URL: <http://www.glamourmagazine.co.uk>
7. Журнал The New York Times Style Magazine. URL: <https://www.nytimes.com/section/t-magazine>
8. Журнал VOGUE UK. URL: <https://www.vogue.co.uk/>
9. Журнал VOGUE Россия. URL: <https://www.vogue.ru/>
10. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. М.: Высшая школа, 2002. 264 с.
11. Нелюбин Л.Л. Введение в технику перевода. М.: Флинта, 2016. 216 с.
12. Никитина О. Язык моды XVIII-XIX вв. в русском культурном быту: трудности перевода // Теория моды: одежда, тело, культура. 2007. № 5. 310 с.
13. Попова И.В. Лексико-семантические и стилистические особенности языка индустрии моды: на материале журналов о моде: дис. ... канд. филол. наук. М., 2007. 156 с.
14. Черменская С.М. Зарубежные гляцевые журналы в информационном пространстве России. М., 2006. 130 с.
15. Oxford Living Dictionaries. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/>

---

## Formation of professional skills of linguistic students through the translation of fashion terms

**Tat'yana Ya. Yakovets**

PhD in Pedagogy,  
Associate Professor of the Department of Linguistics and Translation Studies,  
Surgut State University,  
628412, 1, Lenina ave., Surgut, Russian Federation;  
e-mail: jatja57@mail.ru

### Abstract

The following article is devoted to the research of the peculiarities of translation of fashion terms based upon the real examples of the fashion texts. The article defines the main ways of working with professionally oriented texts, terminological vocabulary is highlighted from fashion and design texts, ways of their translation from English into Russian and basic translation techniques. Translation of neologisms is the most difficult aspect when working with texts related to the field of fashion and design. In most cases, the technique of descriptive translation is used; transliteration and transcription are unjustified, since the semantics of the word becomes difficult for the recipient to perceive. It is noted that the language of fashion within the framework of Russian linguistic research is currently in the process of development, and therefore the formation of a terminological dictionary of fashion remains a rather problematic aspect. English is the main language for fashion research. As a result, the author of this paper concludes that translation is the most important part of adapting texts about fashion from English into Russian and requires the most careful work of the translator and a huge amount of baggage, both theoretical knowledge and the comprehensive development of the translator.

### For citation

Yakovets T.Ya. (2023) Formirovanie professional'nykh navykov studentov-lingvistov posredstvom perevoda terminov v sfere mody [Formation of professional skills of linguistic students through the translation of fashion terms]. *Pedagogicheskii zhurnal* [Pedagogical Journal], 13 (9A), pp. 614-624. DOI: 10.34670/AR.2023.51.50.082

### Keywords

Translation, fashion terms, professionally oriented texts, basic translation techniques.

### References

1. Alekseeva I.S. (2004) *Vvedenie v perevodovedenie* [Introduction to Translation Studies]. St. Petersburg: Akademiya Publ.
2. Barkhudarov L.S. (1975) *Yazyk i perevod (Voprosy obshchei i chastnoi teorii perevoda)* [Language and translation (Issues of general and particular theory of translation)]. Moscow.
3. Chermenskaya S.M. (2006) *Zarubezhnye glyantsevye zhurnaly v informatsionnom prostranstve Rossii* [Foreign glossy magazines in the Russian information space]. Moscow.
4. Garbovskii N.K. (2004) *Teoriya perevoda* [Translation theory]. Moscow: MSU.
5. Komissarov V.N. (2002) *Sovremennoe perevodovedenie* [Modern translation studies]. Moscow: Vysshaya shkola Publ.
6. Nelyubin L.L. (2016) *Vvedenie v tekhniku perevoda* [Introduction to translation techniques]. Moscow: Flinta Publ.
7. Nikitina O. (2007) *Yazyk mody XVIII-XIX vv. v russkom kul'turnom bytu: trudnosti perevoda* [The language of fashion

- 
- in the 18th-19th centuries. in Russian cultural life: difficulties of translation]. *Teoriya mody: odezhd, telo, kul'tura* [Theory of fashion: clothing, body, culture], 5, p. 310.
8. *Oxford Living Dictionaries*. Available at: <https://en.oxforddictionaries.com/> [Accessed 10/10/2023]
  9. Popova I.V. (2007) *Leksiko-semanticheskie i stilisticheskie osobennosti yazyka industrii mody: na materiale zhurnalov o mode. Doct. Dis.* [Lexico-semantic and stylistic features of the language of the fashion industry: based on the material of fashion magazines. Doct. Dis.]. Moscow.
  10. *Zhurnal Cosmopolitan UK* [Cosmopolitan UK]. Available at: <http://www.cosmopolitan.com> [Accessed 10/10/2023]
  11. *Zhurnal ELLE UK* [ELLE UK]. Available at: <http://www.elle.com> [Accessed 10/10/2023]
  12. *Zhurnal Glamour UK* [Glamour UK]. Available at: <http://www.glamourmagazine.co.uk> [Accessed 10/10/2023]
  13. *Zhurnal The New York Times Style Magazine* [The New York Times Style Magazine]. Available at: <https://www.nytimes.com/section/t-magazine> [Accessed 10/10/2023]
  14. *Zhurnal VOGUE Rossiya* [VOGUE Russia]. Available at: <https://www.vogue.ru/> [Accessed 10/10/2023]
  15. *Zhurnal VOGUE UK* [VOGUE UK]. Available at: <https://www.vogue.co.uk/> [Accessed 10/10/2023]