

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(Н И У « Б е л Г У »)**

**ИНСТИТУТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

Кафедра английской филологии и межкультурной коммуникации

**ЭПОНИМЫ В ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОМ ПОЛЕ «МОДА»
РОМАНА ЛОРЕН ВАЙСБЕРГЕР «ДЬЯВОЛ НОСИТ ПРАДА» И
ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕДАЧИ НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

Выпускная квалификационная работа

обучающегося по направлению подготовки 45.04.01 Филология
магистерская программа Теоретические и прикладные аспекты перевода
очной формы обучения,
группы 04001624
Кононовой Анны Игоревны

Научный руководитель:
кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры английской филологии и
межкультурной коммуникации
Дехнич О.В.

Рецензент:
кандидат филологических наук, доцент,
заведующий кафедрой иностранных
языков БГТУ им. В.Г. Шухова
Беседина Т.В.

БЕЛГОРОД 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	2
Глава 1. Теоретические основы лингвистического исследования эпонимии	6
1.1. Сущность и содержание понятия «эпоним». Факторы закрепления эпонимов в языке	6
1.2. Классификации эпонимов в английском и русском языках ..	14
1.3. Проблема мотивированности эпонимических терминов	19
1.4. Основные классификации переводческих трансформаций...	25
Выводы по Главе 1	30
Глава 2. Эпонимы в романе Лорен Вайсбергер «Дьявол носит Прада» и способы их передачи на русский язык	34
2.1. Место творчества Лорен Вайсбергер в современной американской литературе	34
2.2. Языковые особенности романа Лорен Вайсбергер «Дьявол носит Прада»	36
2.3. Особенности перевода эпонимов в романе Лорен Вайсбергер «Дьявол носит Прада»	45
Выводы по Главе 2	64
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	66
Список использованной литературы	70
Список использованных словарей	73
Список источников фактического материала	74
Приложение 1	75

ВВЕДЕНИЕ

Являясь самым подвижным пластом языка, лексика имеет свойство постоянно пополняться новыми терминами, для сознания которых привлекаются все существующие источники формирования терминологической системы и способы номинации. Но без вмешательства человека эти процессы были бы нереальными. В настоящее время особенностью культурологического и лингвокогнитивного направления в науке является перенос акцента на человеческую субъективность, направленность на человека как ключевого элемента науки, ее антропоцентричность. В связи с этим лингвистика давно перестала быть просто наукой о языке. Язык, как составляющая всех сфер человеческой деятельности и отражение его мировоззрения, не может быть понят и объяснен вне связи с человеком.

Мысль об антропоцентризме языка подтверждает такое явление как эпонимы. Эпонимы – термины, образованные с участием имен собственных. Данный феномен представляет собой пласт лексики, вызывающий большой интерес с точки зрения изучения когнитивных процессов антропоцентрического характера. Эпонимы демонстрируют непосредственное влияние человека на языковую систему. Когда эпонимы становятся настолько широкоупотребительными, что сливаются с языком, то они переходят в разряд имен нарицательных, а имя собственное, входящее в структуру эпонима, делает его хранителем истории и культуры народа. В зависимости от того, как человек прожил свою жизнь, его имя может либо уйти в небытие, либо остаться в память о своем владельце.

Имена собственные легко пересекают межъязыковые и межкультурные барьеры, при этом их целью является сохранение своей внешней «оболочки»

при использовании вне сферы родного языка. Одни заимствуются целиком, другие – с фонетическими и/или графическими изменениями, но вопрос способности сохранить свое социокультурное и эмоциональное содержание при переходе этой границы остается открытым. О важности онимов в жизни человека говорит факт создания итальянским ученым В. Тартамеллой новой научной дисциплины – психогномии, объектом исследования которой являются фамилии и их влияние на интеллектуальную, профессиональную, личную и общественную жизнь человека.

Актуальность работы заключается в исследовании англоязычных эпонимов и способов их передачи на русский язык в лексико-семантическом поле «мода». Вопрос об эпонимах в сфере моды является малоизученным по сравнению с эпонимами в медицинской, юридической, технической терминологии, но не менее актуальным в современном мире. В работе рассматриваются особенности структуры и семантики эпонимов в подязыке моды.

Цель: идентификация эпонимов в лексико-семантическом поле «мода», исследование их этимологии, а также анализ переводческих трансформаций, использованных для их передачи на русский язык.

Задачи:

1. изучить происхождение термина «эпоним»;
2. проанализировать историческую составляющую англоязычных слов-эпонимов, провести параллель между дефинициями и биографиями исторических прототипов;
3. провести лингвистический анализ эпонимов в лексико-семантическом поле «мода», оценить степень адаптированности в английском языке;
4. составить классификацию эпонимов в лексико-семантическом поле «мода»;

5. проанализировать способы передачи эпонимов на русский язык в произведении Лорен Вайсбергер «Дьявол носит Прада».

Объект исследования: англоязычные эпонимы лексико-семантического поля «мода».

Предмет исследования: способы передачи эпонимов английского языка на русский язык в сфере моды.

В качестве **методов исследования** были выбраны следующие:

1. описательный метод;
2. сравнительно-сопоставительный метод;
3. метод дефиниционного анализа.

Материалом исследования стал англоязычный роман Лорен Вайсбергер «Дьявол носит Прада» и его перевод на русский язык, выполненный М. Малковым и Т. Шабасовой. Помимо этого, в качестве дополнительных источников использовались этимологические словари эпонимов английского и русского языка, словарь иностранных слов, а также лингвистический словарь.

Теоретической базой выступили труды отечественных и зарубежных исследований в области ономастики, в частности труды ученых, занимавшихся проблемами ономастики и эпонимии (работы М.Г. Блау, В.М. Лейчика, Н.Г. Брагиной, Е.М. Какзановой, С.Г. Казариной, Н.В. Новинской, О.Д. Вишняковой, С.И. Гарагули, И.В. Ляшенко). Были также проанализованы теоретические положения в области переводоведения (В.Н. Комиссаров, И.С. Алексеева, Л.С. Бархударов, А.М. Фитерман и Т.Р. Левицкая, Р.К. Миньяр-Белоручев), которые помогли выявить основные способы передачи эпонимов, используемые при переводе художественных текстов.

Практическое значение: эпонимы являются своего рода языковыми памятниками выдающимся людям, героям эпоса и литературы. Результаты работы вносят вклад в развитие литературоведения, лексикографии, современной теории терминоведения и ономастики, а также могут использоваться в работе над лингвистическим анализом художественных

произведений. Проведенная классификация и анализ эпонимов позволили выделить наиболее продуктивные модели словообразования и характерные черты их семантической структуры.

Апробация работы была осуществлена на международном конкурсе научных работ студентов, магистрантов, аспирантов конкурса «Русский язык и этнокультурная динамика» (2017 г., Старый Оскол), где исследование на тему «Анализ способов словообразования эпонимов в русском и английском языках» стало лауреатом конкурса научных работ. Также апробация проводилась на научных конференциях «Наука и образование: отечественный и зарубежный опыт: международная научно-практическая заочная конференция (2016 г., Белгород)», «Семиотическое пространство языка. Синхрония и диахрония (2017 г., Белгород)», «Образование без границ (2017 г., Белгород)», студенческой научной конференции в рамках Недели науки НИУ «БелГУ» (2018 г., Белгород).

Структура выпускной квалификационной работы была обусловлена поставленными целями и задачами. Данная работа состоит из введения, двух глав, заключения, приложения, а справочную часть составили список использованной литературы, список использованных словарей, а также список источников фактического материала.

Глава 1. Теоретические основы лингвистического исследования эпонимии

1.1. Сущность и содержание понятия «эпоним». Факторы закрепления эпонимов в языке

Имена собственные являются вечной лингвистической темой, имеющей fasciniрующую силу для исследователей данного вопроса, и принадлежат к одному из спорных объектов гуманитарной сферы. Их возникновение, историю, трансформации, ареалы распространения, употребительность, частотность изучают историки, психологи, этнологи, географы, но особое внимание к собственным именам проявляют разные сферы науки о языке: философия языка, лингвистика, психолингвистика, семантика, литературоведение, стилистика текста и др. Каждая дисциплина рассматривает имена собственные под своим углом зрения, но везде они противопоставляются именам нарицательным (апеллятивам). Н.В. Подольская приводит следующее определение имени собственного (онима): «слово, словосочетание или предложение, которое служит для выделения именуемого им объекта среди других объектов; его индивидуализации и идентификации; в том числе антропоним, топоним, зооним, фитоним, анемоним, хромоним, астроним, космоним, теоним, идеоним, хрематоним, которые составляют различные классы онимов» (Подольская, 1988: 91). Все перечисленные виды онимов являются объектом изучения специального раздела языкознания – ономастики, которую Н.В. Подольская трактует следующим образом: «древнегреческое слово, означавшее искусство давать имена, легло в основу термина...этот термин по существу включает в себя два понятия: искусство давать имена

(процесс номинации) и искусство изучать имена» (Подольская, 1988: 10).

Имена собственные подразделяются на следующие типы:

- Антропонимом называется любое собственное имя, относящееся к человеку (или группе людей), в том числе личное имя, отчество, фамилия, прозвище, псевдоним, кличка, патроним и др.
- Топоним определяется как собственное имя природного объекта на Земле, или объекта, созданного человеком на Земле и зафиксированного в каком-либо регионе (город, поселок, обработанный участок земли, территория государства и т.п.), в том числе гидроним, ороним, хороним, урбаноним, агрооним, некроним. Является самым распространенным в разряде онимов.
- Зооним есть собственное имя (кличка) домашнего, дикого, подопытного животного, в том числе содержащегося в зоологическом саду, зоопарке, цирке, охроне. Зоонимы, в свою очередь, подразделяются на кинонимы, бизонтронимы, гипонимы, орнитонимы, инсектонимы и т.д. Однако зоонимика, будучи еще недостаточно разработанной областью, не выделяет данные термины в качестве самостоятельных. Исключение составляют лишь термины киноним и гипоним.
- Этноним – это имя нарицательное для обозначения любого этноса (этнической группы, племени, народа, национальности и т.д.).
- Теоним определяется как собственное имя божества, представленного в любом пантеоне.
- Псевдоним – это имя собственное, используемое человеком в той или иной сфере публичной деятельности вместо настоящего (т.е. данного при рождении и зафиксированного в документах) (Подольская, 1988: 59).

Данный список не является исчерпывающим, его можно дополнить еще многими терминами-онимами. Новые понятия возникают в результате

стремительного развития науки, а также при любом творческом процессе, в любой сфере познания человека. При более детальном изучении предмета, возникает необходимость терминологического заимствования более частных понятий. Так, зоонимы подразделяются на:

- антропозооним – зооним, образованный от любого антропонима. Например: кот Васька, корова Машка, свинья Борька.
- топозооним – зооним, образованный от любого топонима. Например: собака Байкал, кошка Зея, корова Волга, лошадь Альпа и т.д.

В настоящее время в лингвистике широкое распространение получил термин «эпоним». Н.В. Подольская в своей работе «Словарь русской ономастической терминологии» дает следующее определение **эпониму**: «лицо, чем-то знаменитое, имя которого послужило для образования любого другого онима» (Подольская, 1988: 150).

Рассматривая систему эпонимических наименований, Н.В. Новинская различает два типа наименований в зависимости от их энциклопедического значения:

1. термины, в состав которых входят имена, фамилии лиц, сделавших крупное или принципиально важное открытие, либо возглавивших новое научное направление, школу и т.д.;
2. термины, имеющие в составе имена, фамилии, присвоенные объектам в память или в честь лица» (Новинская, 2013).

В своей работе Л.С. Рудинская говорит, что «нередко имя собственное включается в состав термина..., в результате происходит переоценка собственных имен, их абстрагирование от носителя и обретение дополнительных коннотаций. Новый термин, возникающий на базе имени собственного, имеет усиленную связь с понятием, соотносится с классом объектов и уже не имеет непосредственной связи с единичным конкретным объектом» (Рудинская, 1997).

Соответственно, можно утверждать, что антропоним/топоним/зооним/мифоним и т.д. может входить в состав эпонимического словосочетания, или однословного эпонима, образованного безаффиксным или суффиксальным способом. Их можно встретить и на лексематическом уровне (состоящие из одного слова), и на деноматическом уровне (словосочетания из двух и более слов).

Согласно этимологическому словарю, первое лексическое значение слова «эпоним» относится к ранней истории, и в буквальном переводе с древнегреческого означает «давший имя» (Баш, 2001: 769). Уже в древнем Египте, Греции и Риме города, территории, племена номинировались по имени бога, царя, героя. Например, город Афины назван в честь древнегреческой богини Афины, Эгейское море – в память об Эгее, герое эпоса. Месяцы август и июль получили свои названия от императоров Августа и Юлия Цезаря (Лейчик).

Первое лексическое значение слова «эпоним» сохраняется до XIX-XX вв. В современной лингвистике более распространено слово «эпоним» в иной коннотации: обозначающее тот объект, на который перешло личное имя. Это может быть имя божества, героя или реального человека, название болезни, синдрома, органа, название структуры, метода, технического изобретения, географического объекта.

Отсюда следует термин «эпонимия», который трактуется В.Д. Стариченком как «образование новых слов на основе имен собственных» (Стариченок, 2008: 716).

В.М. Лейчик относит наименования понятий, выделяемых по имени первооткрывателя, к номенклатурной терминосистеме (Лейчик). Е.М. Какзанова не согласна с данным мнением, утверждая, что чаще всего слово «номенклатура», употребляется в другом, «более узкоспециализированном значении, называя специальные языковые понятия внутри определенной науки» (Какзанова, 2010).

По нашему мнению наиболее подходящим из вышеперечисленных термином для обозначения данного феномена представляется эпоним, так как он наиболее точно и полно характеризует трансформационный механизм, которому подвергается имя собственное. Такие термины содержат не просто имя собственное (антропоним или топоним), относящееся к одному из классов онимов, а терминологическую единицу, образованную от имени известной личности, внесшей вклад в развитие той или иной сферы деятельности человека. В свою очередь, эпонимные термины образованы от эпонимов или с их участием.

Процесс трансформации имени собственного в имя нарицательное получил различные трактовки в трудах современных лингвистов, исследовавших данную проблему: ономастика, «фамильные термины», «персонимы» и др.

Терминология многих отраслей знаний насыщена эпонимическими названиями. Так, немецкий изобретатель Рудольф Кристиан Карл Дизель запатентовал термин *дизель/diesel*; шкала Цельсия/*Celsius scale of temperature* была названа по имени шведского астронома Андерса Цельсия (Блау). Джон Далтон, английский врач, исследовал такой дефект зрения, как цветовая слепота. В честь него это явление названо *дальтонизмом/daltonism*. Всем известные термины *садизм/sadism* и *мазохизм/masochism* получили название благодаря Маркизу де Саду и Леопольду Захер-Мазоху (Епонимы). Сенатор Джозеф Маккарти, который во времена Холодной войны выискивал среди американских общественных деятелей коммунистов, создал благоприятную почву для появления термина *маккартизм/McCarthyism*, который обозначает преследование людей по политическим мотивам без наличия достаточных причин и доказательств (Блау).

Таким образом, эпонимы, обозначая понятие, на которое перенесено личное имя в результате метафоризации или метонимизации, являются довольно продуктивным способом обогащения лексического состава словаря.

Переходя в разряд имен нарицательных, они зачастую теряют первоначальную связь с производным именем, но в то же время выполняют мемориальную функцию, увековечивая в памяти языка имена выдающихся людей.

Расширяя круг референциальных употреблений, имя собственное часто превращается в стереотип дискурса и входит в языковой узус. Модель стереотипизации онама является продуктивной для многих языков, что доказывает насыщенность лексики эпонимическими терминами. Источниками эпонимов являются, прежде всего, имена знаменитых личностей – актеров, актрис, политических деятелей, топ-моделей, звезд шоу-бизнеса и т.д. Например, говоря об атлетически сложенном человеке, употребляется словосочетание *фигура Шварцнеггера*; о человеке, виртуозно владеющем боевыми искусствами – *Джеки Чан*; о том, кто одновременно умеет заниматься несколькими делами – *Юлий Цезарь*; о «политике-популисте» – *югославский Жириновский*; о том, кто раздувает скандал без причины, делает «из мухи слона»: «*Mickey Mouse – much effort and many complications for a little result*» (Брагина 2007: 369).

О закреплении названных лексических единиц в языке свидетельствует наличие у эпонимов деривационных, синтагматических, парадигматических связей.

Деривационные связи. Как для русского, так и для английского языка характерно наличие модификатора, образованного от эпонима. При этом различают синтаксическую и лексическую деривацию. Так, синтаксическими дериватами будут являться следующие словосочетания: *русск. Наполеон – наполеоновские войны, наполеоновская империя, наполеоновские планы; англ. Napoleonic war, Napoleonic Code.* К лексическим дериватам можно отнести: *русск. Байрон – байронический герой, Онегин – онегинская строфа; англ. Dickenson – the Dickensian novel, Shakespeare – the Shakespeare question.* Проведя сопоставительный анализ образовательной модели модификатора русского и английского языка, можно сделать вывод, что данная модель является наиболее

продуктивной в английском языке. Увеличение количества словообразовательных моделей способствует более широкой деривации эпонима и закреплению его в лексике (Брагина 2007: 370). Например, *русск. оруэллизм, донкихотствовать, маккартизм, ленинизм, донжуанство, садизм.*

Синтагматические связи. Закрепление эпонима в лексике в зависимости от его сочетательных возможностей с другими членами предложения. Эпонимы имеют тенденцию к образованию фразеологизмов и устойчивых словосочетаний, формируя внушительный корпус крылатых выражений. Например: *русск. гамлетовский вопрос, соломоново решение, поцелуй Иуды, менторский тон, геркулесов подвиг; англ. Augustan Age, Pandora's box.* Особым типом фразеологизации является его употребление в заглавиях книг, фильмов и т.д., например: *русск. Леди Макбет Мценского уезд; англ. Casanova in Love, the jolly Roger* и др.

Парадигматические связи. Некоторые эпонимы способны вступать в парадигматические отношения, и в связи с этим выделяют следующие категории:

- эпонимы-синонимы: *русск. Дон Жуан, Казанова, англ. Don Juan, Casanova;*
- квазисинонимы: *русск. Наполеон, Александр Македонский, англ. Napoleon, Alexander the Great;*
- эпонимы-конверсивы: *русск. Цезарь – Брут, Иисус – Иуда, Моцарт – Сальери, англ. Caesar – Brutus, Jesus – Judas, Mozart – Salieri* (Брагина 2007: 370).

Эпонимы также могут вступать в антонимические и квазиантонимические отношения: *русск. Моцарт – Сальери (в значении гений - завистник гения), англ. Augustus – Neurone (в значении просветитель – тиран).*

Грамматический фактор. Характерной чертой эпонимов, вошедших в языковой узус, является широкое употребление во множественном числе, и, как следствие, деиндивидуализация имени собственного. Например: «...*может*

собственных Платонов и быстрых разумом Невтонов российская земля рождать» (Лермонтов); *англ. «The idea behind the show is to create ordinary Americans into beleaguered Robinson Crusoes»* (Брагина 2007: 371).

Кросскультурные соответствия. Зачастую эпоним функционирует как социокультурный стереотип, в связи с этим можно выделить следующие стереотипизированные группы:

1. выполняемая социальная роль: «великий правитель», «великий поэт», «великий оратор»; например, *русск. Данте, англ. Dante, русск. Цицерон, англ. Cicero;*
2. присущие свойства личности, черты характера: *русск. Иуда, англ. Judas;*
3. личностные свойства, черты характера совместно с выполняемыми социальными ролями: «гений-композитор» – *русск. Моцарт, англ. Mozart, «гений-ученый» – русск. Эйнштейн, англ. Einstein;*
4. особенная внешность, мимика, черты лица: *русск. Венера, англ. Mozart, русск. Клеопатра, англ. Cleopatra.*

В лингвистике были зафиксированы случаи проникновения терминов-эпонимов, имеющих функцию социокультурного стереотипа, в бытовую сферу. Например, название продуктов/вещей/предметов обихода в каталогах – *англ. Cleopatra print; русск. сигареты Петр I;* имена людей, используемые в качестве кличек животных – *русск. Гораций Иванович, собака Бетховен.*

Выделяют следующие разновидности эпонимов: монокультурные (monocultural eponyms) и поликультурные (multicultural eponyms).

Поликультурные эпонимы обладают следующими чертами:

1. совпадающие коннотации в разных языках (совпадений больше, чем различий): *русск. Байрон – англ. Byron;*
2. различающиеся коннотации (при этом различий отмечается больше, чем совпадений): *русск. Икар – англ. Icarus.*

Монокультурным эпонимам свойственны следующие характеристики:

1. употребляются преимущественно в одном языке и культуре, но переведены на другие языки как феномен другой культуры: *русск. потемкинские деревни – англ. Potemkin village*;

2. употребляются преимущественно в одном языке и культуре как факт своей культуры: *русск. тургеневские девушки; англ. gibson girls*.

Таким образом, сопоставление лингвистических факторов, способствующих закреплению эпонимов в русском и английском языке, определение кросскультурных соответствий дает представление об истории, культуре, о совпадающих и отличающихся формах коллективной памяти, помогают носителям разных языков понять друг друга.

1.2. Классификации эпонимов в английском и русском языках

Имена собственные, они же онимы, в английском языке пишутся с заглавной буквы, тот же принцип переносится на эпонимичную часть термина. Однако во многих современных словарях, эпонимичные прилагательные, имеющие статус общих, и значение которых уже не определяется онимом, пишутся строчными буквами. Например, *Herculean* пишется с заглавной буквы, когда речь идет о самом Геркулесе, и *herculean* – в метафорическом значении «очень трудный», опасный». Проблема графического представления эпонима заключается в выборе заглавной или строчной буквы, а также наличие или отсутствие кавычек. С.Г. Казарина считает что термины, употребляющиеся без заглавной буквы, что является формальным показателем имя собственного, не могут являться эпонимами, скорее деперсонифицированными именами, перешедшими в разряд имен нарицательных» (Казарина, 1998: 33).

По способу образования эпонимы можно разделить на следующие группы:

1. непроизводные – это эпонимы, возникшие в результате перехода имени собственного в имя нарицательное без каких-либо трансформаций путем метонимического переноса;

2. производные – это эпонимы, претерпевшие изменения состава слова в результате перехода в имя нарицательное (Свешникова).

3. сложные – это эпонимы, образованные при помощи сложения основ;

4. аббревиатуры – это эпонимы, образованные путем сокращения, и составленные из начальных букв имени (Новинская, 2004: 284).

Что касается русского языка, различают следующие способы формирования эпонимов (Лейчик):

1. самым распространенным способом является создание словосочетания, содержащего в своем составе имя собственное (антропоним или топоним), а также имя нарицательное в обозначении научного понятия: *хонфова группа*;

2. суффиксальный способ:

- суффикс -ов: *евклидова геометрия; Архимедова спираль*;
- суффикс -овск: *брегговская дифракция, мартеновская печь*;
- суффикс -ев: *абелева группа, булевы функции*;
- суффикс -ск: *черенковское излучение*;
- суффикс -евск: *рэлеевское расстояние*;
- суффикс -ан: *якобиан*;
- суффикс -иан: *гамильтониан*;
- суффикс -ирован: *бринеллирование*;
- суффикс -ит: *доломит* (Лопатина, 2011: 206).

3. сочетание существительное + существительное-эпоним. Чаще всего встречается эта форма используется в родительном падеже: *телескоп Галилея, реакция Криги, уравнение Гаусса, формула Лапласа, закон Бругмана*.

Вариантом этой структуры является двойное имя: *закон Ломоносова-Лавуазье, химическая реакция Каро-Канн*;

4. безаффиксальный способ: образование лексической единицы от имени собственного (антропонима или топонима) путем метонимического переноса: *ампер, кюри*;

5. сложение корневых основ: *ампер-витки, вольтметр, фурье-преобразующая линза*;

6. словосочетание с предлогом «по»: *шкала твердости по Моосу, разгонка по Гемпелю*;

7. словосочетание с предлогом «на» (используется крайне редко): *проба Альмена на цианид* (Свешникова).

8. аббревиатуры: *Ту-104* – пассажирский самолет конструкции А.Н. Туполева, *ЗИЛ-110*, *стиральная машина ЗВИ*, *Як-50* (Лейчик).

В английском языке существуют уже перечисленные при анализе русского материала структуры эпонимов, подразделяясь на семь структурных типов:

- простые эпонимы;
- эпонимы в составе атрибутивных конструкций;
- эпонимы, образованные суффиксальным образом;
- эпонимы, образованные с помощью притяжательного падежа;
- эпонимы, образованные путем сокращения слов;
- эпонимы, образованные с помощью слияния основ;
- аббревиатуры (Иконникова, 2008: 111).

Далее более подробно рассмотрены вышеперечисленные способы образования (Лейчик).

1. простые эпонимы – имена собственные, переведенные в категорию имен нарицательных; зачастую могут образовывать множественное число: *boycott*. Подобные нарицательные существительные могут быть частью

устойчивых словосочетаний – *to impose a boycott, to lift a boycott*; они также могут выступать в роли переходного глагола: *to boycott*;

2. в составном существительном эпоним неизменяемого типа исполняет роль определения нарицательного существительного: *Turing machine, Lorenz force, Meissner-Ochsenfeld effect*;

3. притяжательный падеж или конструкция с предлогом *of*: *Archimedes's principle, Avogadro's number, Bernoulli's principle, the circle of Willis*.

В научных кругах на протяжении долгого времени обсуждался вопрос притяжательного падежа, относящегося к компоненту-эпониму. В некоторых областях, например, в медицине, сегодня все чаще используется непритяжательная форма эпонима. Это обосновывается тем, что хотя эпонимы представляют собой притяжательные существительные, образованные от имен собственных, структурно они употребляются в качестве прилагательных, и поэтому не имеют притяжательного значения. Например, в современной медицинской литературе используются: *Apgar score* вместо *Apgar's score*, *Gram stain* вместо *Gram's stain*.

4. суффиксальный способ:

– суффикс *-ian*: *Brownian (motion)* – беспорядочное движение микроскопических видимых, взвешенных в жидкости или газе частиц твердого вещества, названо по имени шотландского ботаника Роберта Броуна; *Maxwellian (distribution)* – распределение вероятности, встречающееся в физике и химии, названо в честь шотландского физика Джеймса Максвелла;

– суффикс *-ism*: *daltonism* – дальтонизм, цветовая слепота, названа в честь Джона Дальтона; *Darwinism* – по имени английского натуралиста Чарльза Дарвина – направление эволюционной мысли, приверженцы которого согласны с основными идеями Дарвина в вопросе эволюции;

– суффикс *-ium*: типичен для словообразования химических элементов: *Nobelium* – искусственно полученный химический элемент (No), был открыт группой шведских ученых и назван в честь Альфреда Нобеля;

– суффикс *-ite*: типичен для словообразования минералов: *Adamite* – назван по имени французского минеролога Гилберта Адама;

5. сокращение – такой способ словообразования используется в английском языке крайне редко: название компьютерной программы антивирусной защиты *Casper* от фамилии автора программы Е. Касперского;

6. словослияние – такой способ словообразования используется в английском языке крайне редко: *marconigram* – радиограмма, образована от фамилии итальянского ученого *Marconi* + *gram* (аналог как в *radiogram*);

7. аббревиатуры – характерной чертой научно-технической и медицинской лексики является наличие большого количества аббревиатур-англицизмов: *LZW* – алгоритм Лемпеля-Зива-Велша – широко используемый в области вычислительной техники алгоритм сжатия данных, названный в честь А. Лемпеля, Я. Зива и Т. Велша (Иконникова, 2008: 112).

На основании проведенного анализа способов словообразования эпонимических терминов в русском и английском языках можно утверждать, что в обоих языках используется большое многообразие моделей словообразования, некоторые из них являются общими для обоих языков, а некоторые остаются уникальными для определенного языка. Кроме того, можно сделать вывод, что данное языковое явление может быть выделено как на лексематическом уровне (эпонимы, состоящие из одной лексической единицы), так и деноматическом уровне (эпонимы, состоящие из словосочетаний).

1.3. Проблема мотивированности эпонимических терминов

Причиной появления эпонимов является необходимость обозначить вновь появившиеся феномены. Рост эпонимов объясняется не только желанием увековечить имена ученых, впервые открывших или описавших какое-либо явление, хотя нередко факт приоритета остается спорным и вызывает множество дискуссий. Формирование эпонимов происходит осознанно, учитывает правила именования, влечет за собой социальную ответственность для упрощения процесса коммуникации и передачи знаний.

Являясь частью когнитивного подхода к анализу языковых явлений, мотив, или мотивация, предполагает объяснение существования лексической единицы в языке, причину ее появления, а также обосновывает выбор того или иного языкового знака для номинации предмета. В связи с этим необходимо учитывать как экстралингвистические факторы (культурные, социальные, психологические и др.), так и внутрilingвистические факторы (семантические переносы, семантические изменения и пр.) (Арнольд, 1991: 53). Прецедентные имена обусловлены экстралингвистическими факторами, ведь без владения культурным контекстом и знания совокупности качеств, присущих или приписываемых носителю имени, невозможно понять суть явления.

Как уже отмечалось, различаются два типа эпонимических наименований в зависимости от их энциклопедического значения:

- термины, в состав которых входят фамилии, имена лиц, сделавших крупное или исторически важное открытие, возглавивших новое течение, научное направление, школу;
- термины, включающие фамилии, имена, присвоенные объекту в память или честь неких лиц (Новинская, 2013: 107).

Эпонимы, относящиеся к первому типу, семантически мотивированы и логически оправданы, в то время как для терминов второго типа

мотивированность носит символический характер, а иногда практически равна нулю. Социальная функция является определяющей для эпонимов такого типа, поэтому основная информация заключена в аппелятивном элементе.

Существуют различные точки зрения относительно использования подобных терминов. Рассмотрим аргументы «против» использования эпонимов.

«Под мотивированностью понимается соотнесенность термина с другими терминами той же системы или со словами общего языка» (Арнольд, 1991: 88). К эпонимическим терминам часто прибегают, когда не удастся подыскать удовлетворительного термина, чтобы адекватно отобразить суть феномена и лаконично обозначить его. Тем не менее, некоторые лингвисты (С.В. Иванов, Д.С. Лотте, М.Н. Чернявский) призывают к ограничению широкого употребления ономастических терминов, обосновывая это тем, что такие термины являются семантически неудовлетворительными, поскольку не раскрывают свойств, качеств, содержания понятия описываемого явления. По их мнению, злоупотребление такими терминами вредит понятийности лексической системы языка. Они маркируют понятие, но не отражают конкретных признаков объектов номинации, не отражают суть описываемого явления, и, как следствие, являются малоинформативными. Зачастую, эпонимы могут создавать дополнительные синонимические ряды, что может создать путаницу понятий.

Будучи связанными с известными именами, термин-эпонимы имеют недолгий срок жизни и довольно быстро выходят из употребления, становясь неактуальными.

При заимствовании термина из иностранного языка Д.С. Лотте рекомендует учитывать следующее:

- 1) соответствие звуко сочетания общепринятым сочетаниям русского языка;

2) гармонирование морфологической структуры иностранного слова со строем принимающего его языка;

3) наличие у рассматриваемого слова производных, которые также могут быть заимствованы принимающим языком;

4) взаимодействие заимствованного слова со всей системой принимающего языка, т.е. наличие синонимов, антонимов, однокоренных слов (Арнольд, 1991: 89).

С.Г. Казарина утверждает, что «...эпонимические единицы как тип нейтральных, немотивированных или частично мотивированных единиц, имеющих в своем составе антропонимические компоненты, есть основания признать недостаточно удобными для выполнения учебной, научной и практической профессиональной деятельности» (Казарина, 1999: 338). Она также отмечает сложность адекватного транскрибирования и произношения, а также необходимость сопровождения библиографическими справками в текстах. В связи с особенностями транслитерации имен собственных допускается наличие более одного варианта написания. С.Г. Казарина отмечает, что носитель языка, не имеющей непосредственного отношения к той или иной сфере человеческой деятельности и не владеющий необходимыми специальными знаниями, не сможет получить представление о референтах (Казарина, 1999: 338).

Нередко в эпонимическом термине, особенно в области медицины, представлено несколько фамилий ученых, совместно занимающихся исследованием какой-либо проблемы. Это объясняется желанием увековечить в термине фамилии всех ученых. Такого рода термины малопригодны для коммуникации, так как противоречат лаконичности и удобному произношению.

Учитывая тот факт, что в медицинской терминологии эпонимы являются большим пластом научной лексики, решения о необходимости приостановления использования эпонимов в современном медицинском дискурсе предпринимались несколько раз. Так, Всемирная организация

здравоохранения отдает предпочтение использованию медицинским названиям болезней вместо эпонимических терминов.

Противоположной точки зрения, в поддержку использования именных терминов, придерживаются многие другие исследователи, которые высказывают мнение о неисчерпаемости данного источника обогащения лексического состава языка. И.Ф. Протченко, чья позиция кажется наиболее убедительной и обоснованной, утверждает о том, что термины, образованные от имён собственных, обладают следующими характеристиками: они «...кратки, выразительны, вызывают яркие ассоциации, их применение оказывается предпочтительным в сравнении с некоторыми громоздкими наименованиями» (Протченко 1985: 178).

Извекова Т.Ф., Грищенко Е.В., Пуртов А.С. убеждены, что «... именные названия являются лаконичными, помогают кратко описать явление, что делает их использование эффективным, и облегчают запоминание» (Извекова). Лингвисты-исследователи также утверждают, что они также способны «отражать историю..., этапы её развития, приоритет того или иного учёного, страны в открытии новых фактов..., привносят яркие цвета, помогают сохранить традиции..., являются частью культуры» (Извекова).

В процессе номинации термина автор старается отразить в нем определенные концептуальные признаки, свойственные объекту номинации. Благодаря наличию мотивированности концептуальное содержание термина связывается с его внешней формой. Отсюда можно сделать вывод, что термины-эпонимы – это ассоциативные термины, которые не лишены мотивированности, а лишь косвенно мотивированы при помощи различных ассоциаций.

По мнению Н.В. Новинской, имя собственное (антропоним) само по себе не несет содержательной информации, однако отражает один из существенных признаков – признак принадлежности. По ее словам, «антропонимы занимают особое место в научном стиле, придавая написанному большую силу

убеждения» (Новинская, 2013: 110). Поэтому можно утверждать, что в термине-эпониме результат и автор слиты воедино, олицетворяя своего рода живую историю развития науки.

Мнение о том, что эпонимические единицы являются мотивированными и антропонимический компонент, а именно имя собственное, является смыслоопределяющим в терминах такого рода, кажется наиболее убедительным.

В доказательство данной точки зрения, приведена классификация уровней ономастической информации, представленная Е.М. Какзановой, которая может быть полезна при анализе термина-эпонима. Автор выделяет различные уровни ономастической информации:

- этимологический,
- временной,
- страноведческий,
- ассоциативный (Какзанова, 2012: 108).

Этимологический уровень важен для определения производящей основы, которая может дать информацию о языке-оригинале, установить первичную мотивацию слова, начальное значение. Например, английское слово *argyle*, что означает вязку с узором «ромбы» из разноцветной шерсти на гладком фоне, берет свое название от исторической области Аргайл (Argyllshire) на западе Шотландии. Клан Кэмпбеллов, к которому принадлежал герцог Аргайлский, славился производством разноцветной клетчатой ткани. Рисунок был крайне популярен и часто использовался для производства носков и свитеров (Morton S. Freeman). В данном случае в основе эпонима лежит топонимический термин.

Выше располагается **временной уровень**, позволяющий определять относительное (а в некоторых случаях точное) время создания термина на основании даты жизни человека, в честь которого дано название. Однако в некоторых случаях этот компонент может отсутствовать. Многофамильные

термины-эпонимы требуют особой внимательности, т.к. наличие нескольких имен собственных может означать не сотрудничество в работе над каким-либо изобретением или проблемой, а последующее развитие понятия либо открытие, сделанное независимо друг от друга. К примеру, *begonia* – название одноименного цветка произошло от имени французского интенданта колоний и флота Мишель Бегона (Michel Bégon) (1638-1710). Он охотно занимался ботаникой, развитием культур и распашкой новых земель на территории французских колоний. Возвращаясь с одной из многочисленных экспедиций, привез с собой ранее неизвестное растение, которое впоследствии было названо в честь него – бегония (Morton S. Freeman).

Следующим уровнем является **страноведческий**. На данном уровне возможно определить место появления эпонима в зависимости от его ономастического компонента. Страноведческий уровень в некоторых случаях является имплицитным и тесно связан с этимологическим уровнем. Примером может являться французское слово *baroque*, означающее величественный, контрастный, яркий стиль в искусстве. Хотя и основателем стиля считается Франческо Борромини (1599–1667), свое название он берет от имени художника Федерико Бароччи – Federigo Barocci (1528–1612). Согласно словарю “Comprehensive Etymological Dictionary of the English Language”, этимология слова *baroque* восходит от португальского *barroco*, что в переводе означает «жемчужина неправильной формы». Термин барокко также использовался для описания сложных музыкальных композиций. Это слово активно использовалось итальянскими философами эпохи Возрождения в отношении труднодостижимых и неправдоподобных силлогизмов. К XVIII веку *baroque* считалось уничижительным термином, имеющим негативную коннотацию и подчеркивающим отказ от норм природы и классической древности (Morton S. Freeman).

Высшей ступенью ономастической информации можно назвать **ассоциативный** уровень. Он помогает корректно трактовать значение термина-

эпонима, при этом именно ономастический компонент поможет сделать правильный выбор. Ведь любой поймет разницу между эпонимами *Big Ben* и *Big Bertha* (название немецкой пушки, которую солдаты уменьшительно-ласкательно называли *die dicke Bertha* – толстушка Берта) (Morton S. Freeman).

Эпонимы стали частью языка, поэтому отказаться от их употребления не так просто, несмотря на множество отрицательных характеристик (малоинформативность, громоздкость, трудность транскрибирования, транслитерации, наличие синонимичных рядов). Вопреки отмеченной в последнее время тенденции к ограничению употребления эпонимов, они по-прежнему являются активными участниками процесса номинации.

1.4. Основные классификации переводческих трансформаций

В середине XXI века перевод, как вид деятельности человека, приобретает новый статус и вместе с этим претерпевает значительные изменения, отразившиеся и на характере переводческой деятельности, и на требованиях, предъявляемых к переводу и переводчикам. Складывается лингвистическая теория перевода, или по-другому переводоведение, поскольку важность лингвистических аспектов перевода трудно переоценить: переводчик сталкивается не только с языком, но и с разными культурами, личностями, ценностями, традициями, складами жизни, установками.

Перевод имени собственного как элемента термина-эпонима составляет сложность для переводчика. В связи с этим возникает переводческая проблема: существование эпонимов в текстах английского языка и способы их передачи на русский язык. «Передача иноязычных имен собственных – сложная и многогранная проблема, она связана с многочисленными недоразумениями, курьёзами, ошибками» (Ермолович, 2001: 14). О.Г. Сидорова отмечает, что

«переводы с английского возникли заметно позже, чем интерес к другим иностранным языкам, прежде всего к французскому и немецкому» (Сидорова, 2001: 256). Несмотря на существование традиций, правил передачи имен с английского языка на русский, переводчик действует, подчиняясь своей интуиции, поступает так, как считает уместным в той или иной ситуации.

Как отмечает А.Д. Швейцер, переводческая трансформация – это соотношение между исходными и конечными языковыми выражениями, замена одной формы выражение иной в процессе перевода (Швейцер, 1988: 140). В связи с отсутствием единого мнения специалистов по поводу содержательности переводческих трансформаций, существуют различные классификации. Рассмотрим наиболее распространенные из них.

Согласно классификации Л.С. Бархударова, существует 4 типа переводческих трансформаций:

- перестановка;
- замена;
- добавление;
- опущение (Бархударов, 1975: 62).

А.М. Фитерман и Т.Р. Левицкая представили аналогичную классификацию:

- лексические (конкретизация, антонимический перевод, амплификация, генерализация, смысловое согласование, адаптация, компенсация, экспликация);
- грамматические (добавление, опущение, замена, перестановка);
- стилистические (модуляция) (Левицкая, Фитерман, 1963: 75).

Р.К. Миньяр-Белоручев выделяет следующие типы трансформаций:

- семантические (метафорическая замена, синонимическая замена, антонимический перевод, компенсация);
- лексические (генерализация, конкретизация);

- грамматические (замена частей речи и членов предложения, объединение предложений, членение предложений) (Миньяр-Белоручев, 1996).

Классификация В.Н. Комиссарова выглядит следующим образом:

- лексические (транскрибирование, транслитерация, калькирование, лексико-семантические замены – конкретизация, генерализация, модуляция);
- грамматические (синтаксическое уподобление, членение предложений, объединение предложений, грамматическая замена);
- комплексные лексико-грамматические (антонимический перевод, экспликация, компенсация) (Комиссаров, 2012: 112).

Что касается иностранных антропонимов, в языке перевода существуют три основных способа их передачи: **транскрипция, транслитерация и перевод** (Алексеева, 2004: 104). В большинстве случаев предпочтение передается первым двум способам, хотя стоит отметить, что все они не являются универсальными в связи с наличием свойственным им ограничений.

Транскрипция – это передача звуков иноязычного слова (обычно имени собственного, географического названия, научного термина) при помощи букв русского алфавита (Влахов, 1980: 208). Используя транскрипцию переводчик стремится к максимальной фонетической близости, так, чтобы имя претерпело минимальные потери при переносе в другую языковую систему. При транскрипции он может столкнуться с трудностью передачи звуков, ведь в русском и английском языке аналогичные звуки звучат по-разному, кроме того есть звуки, отсутствующие в языке перевода. С этим фактором связано наличие нескольких вариантов слова. Например: *Ламборгини* – *Ламборджини*, *Левис* – *Левайс*, *Найк* – *Найки*, *Булгари* – *Балгари*, *Клое* – *Хлое*, *Живанши* – *Дживанши* и др. А в некоторых случаях прием транскрипции и вовсе неуместен ввиду неблагозвучности. В случае, если имя имеет уже утвердившийся в языке перевода графический облик, переводчик берет его в уже готовом виде. В

другом случае переводчик транскрибирует имя, стараясь максимально приблизить его произношение к языку оригинала, не нарушая сложившиеся устои фонетики и графики переводимого языка.

Тогда, когда транскрипция неприемлема по каким-либо причинам, переводчик прибегает к приему транслитерации. Транслитерация – это передача текста, написанного при помощи одной алфавитной системы, средствами другой алфавитной системы (Влахов, 1980: 208). При этом нужно принимать во внимание культурно-историческую традицию, сложившуюся в языке перевода. Однако здесь тоже не обходится без разнообразия вариантов, например: *Alexander Wang* – Александр Вэнг (допустимо Вонг) – Александр Ванг, *Balenciaga* – Баленсиага – Баленчуага, *Calvin Klein* – Кэльвин Кляйн – Кэльвин Клейн и др.

Как правило, транскрипция и транслитерация являются способами элиминирования личных имен в иноязычном тексте, не отражающими ни прагматический элемент, ни эмотивной составляющей, ни ассоциативного фона, а также языковой игры, каламбура и аллюзии. Кроме того, русские суффиксальные образования довольно трудно передаются на английский язык, претерпевая значительные потери эмотивной составляющей. Особую актуальность эта проблема представляет при переводе художественных произведений, где имена являются неотъемлемой составляющей произведения и вплетаются в систему контекстуальных и интертекстуальных связей (Бархударов, 1975).

Третий способ передачи имен – перевод. С. Влахов характеризует личные имена «непереводимостью» и относит к безэквивалентной лексике, обосновывая это наличием связи национальной традиции с реалиями (Влахов, 1980). В большинстве случаев потеря семантики и/или символического звучания в языке перевода, которые неизбежны и при транскрипции, и при транслитерации, рассматриваются наиболее приемлемыми вариантами по сравнению с переводом. В случаях, когда переводчик прибегает к переводу

имен, он выполняет так называемый вольный перевод, интерпретирую текст оригинала в соответствии со своими взглядами, установками, мировоззрением. Углубляясь вглубь текста, он пытается отразить в переводе импликации автора, очевидные для носителей языка, делая их понятными русскоязычному читателю (Комиссаров, 1990).

Таким образом, при переводе терминологических единиц, содержащих имя собственное, особую трудность представляет графическая передача имени собственного. Существующая вариативность форм объясняется особенностями транслитерации имен, допускающей более одного варианта написания, а также с проблемой склоняемости иностранных имен и фамилий при передаче на русский язык. Залогом осуществления грамотного перевода является владение переводчиком фоновой информации в соответствующей профессиональной сфере.

Выводы по главе 1

Эпонимы демонстрируют непосредственное влияние человека на языковую систему. Когда эпонимы становятся настолько широкоупотребительными, что сливаются с языком, то они переходят в разряд имен нарицательных, а имя собственное, входящее в структуру эпонима, делает его хранителем истории и культуры народа. Антропонимическая лексика является неотъемлемой частью языковой системы и культуры народов, что делает его крайне антропоцентричным. Огромная часть словаря посвящена человеку, он же присутствует и в эпонимах.

В главе 1 было дано определение термину «эпоним» – это лицо, выделившееся в какой-либо сфере деятельности, имя которого послужило для образования любого другого онима. Рассматривая систему эпонимических наименований, Н.В. Новинская различает два типа наименований в зависимости от их энциклопедического значения:

1. термины, в состав которых входят имена, фамилии лиц, сделавших крупное или принципиально важное открытие, либо возглавивших новое научное направление, школу и т.д.;
2. термины, имеющие в составе имена, фамилии, присвоенные объектам в память или в честь лица.

Из вышесказанного следует, что термин «эпоним» является наиболее подходящим, так как он точно и полно характеризует трансформационный процесс, которому подвергаются онимы. Такие термины содержат не просто имя собственное, относящееся к одному из классов онимов, а терминологическую единицу, образованную от имени известной личности, внесшей вклад в развитие той или иной сферы деятельности человека. В свою очередь, эпонимные термины образованы от эпонимов или с их участием, а также являются неотъемлемой частью любого языка и способствуют более

глубокому пониманию деятельности человека и его культуры, представляя собой не только обширный, но и автономный пласт лексики, границы которого открыты и постоянно обогащаются новыми номинативными единицами.

Терминология многих отраслей знаний насыщена эпонимическими названиями: медицина, спорт, физика, математика, информатика. Являясь значительной частью различных терминосистем, эпонимы зачастую являются наиболее приемлемыми вариантами номинации благодаря наличию имени собственного в составе термина. Это выгодно отличает их от терминов-синонимов, которые не всегда отражают суть описываемого понятия и часто содержат многословные конструкции, что делает их неудобными в использовании. Но стоит отметить интернационализм эпонимов, который облегчает процесс коммуникации. Эпонимы зачастую закрепляются в языке, о чем свидетельствует ряд лингвистических факторов. К ним можно отнести наличие у эпонима деривационных, синтагматических, парадигматических связей.

По способу образования эпонимы можно разделить на производные и непроизводные, сложные и аббревиатуры. Что касается русского языка, различают следующие способы формирования эпонимов: создание словосочетания, содержащего в своем составе имя собственное (антропоним или топоним), а также имя нарицательное в обозначении научного понятия; суффиксальный способ (наиболее продуктивными являются суффиксы -ов, -овск, -ев, -ск, -евск, -ан, -иан, -ирован, -ит); сочетание существительное + существительное-эпоним; безаффиксальный способ от имени собственного (антропонима или топонима) путем метонимического переноса; сложение корневых основ; словосочетание с предлогом «по»; словосочетание с предлогом «на» (используется крайне редко); аббревиатуры.

В английском языке существуют перечисленные при анализе русского материала структуры эпонимов, подразделяясь на семь структурных типов: простые эпонимы; составные и атрибутивные конструкции; эпонимы,

образованные суффиксальным образом; эпонимы, образованные с помощью притяжательного падежа; эпонимы, образованные путем сокращения слов; словослияние; аббериатуры.

На основании проведенного анализа способов словообразования эпонимических терминов в русском и английском языках можно сделать вывод, что в обоих языках используется большое многообразие моделей словообразования, некоторые из них являются общими, а некоторые остаются уникальными для определенного языка. В отношении структурно-грамматических особенностей можно сделать заключение, что структурно они не отличаются от неэпонимических терминов, а грамматические средства выражения распространяются на номинативные части речи – имя существительное, глагол, прилагательное, наречие.

Непроизводные, а часто и производные эпонимы образуются от имен собственных, которые в результате трансформации переходят в разряд имен нарицательных, теряя свое эпонимическое написание и приобретая свойства, присущие именам нарицательным, а именно – становится основой для различных частей речи и частью сложных существительных. Отсюда возможно возникновение цепочки терминов, имеющих общую основу.

Проанализировав функции имени собственного в составе эпонимов и причины, по которым оно используется, их можно условно разделить на 2 группы:

1. эпонимы, в которых имя собственное означает признак принадлежности данному лицу, выполняя мемориальную функцию;
2. эпонимы, в которых имя собственное является результатом сравнения, метафорического или метонимического переноса, подвергаясь переосмыслению.

К эпонимическим терминам часто прибегают, когда не удастся подобрать удовлетворительного термина, чтобы адекватно отобразить суть феномена и экономично обозначить его. Тем не менее, идут дебаты по поводу ограничения

широкого употребления ономастических терминов, обосновывая это тем, что такие термины являются семантически неудовлетворительными, поскольку не раскрывают свойств, качеств, содержания понятия описываемого явления. Однако вышеприведенные факты свидетельствуют о том, что эпонимы успешно усваиваются языком и структурно не выделяются на фоне других лексических единиц.

Глава 2. Литературоведческое и лингвистическое пространство романа Лорен Вайсбергер «Дьявол носит Прада»

2.1. Место творчества Лорен Вайсбергер в современной американской литературе

Лорен Вайсбергер (англ. Lauren Weisberger) – популярная американская писательница, журналист, автор сценариев, а также романов о светской культуре и моде, является автором бестселлера «Дьявол носит Прада». Лорен Вайсбергер родилась 28 марта 1977 года в городе Скрэнтон, штат Пенсильвания. Мать работала учительницей в школе, отец – ипотечным брокером. После развода родителей она и ее младшая сестра Дана переехали с матерью в городок Аллентаун, штат Пенсильвания, где и прошло детство и юность писательницы. В 1995 году окончила среднюю школу, после чего поступила в Корнельский университет в Итаке, штат Нью-Йорк, где являлась членом крупных женских клубов. Лорен Вайсбергер окончила Корнельский университет в 1999 году (Официальный сайт Лорен Вайсбергер).

После длительного путешествия по Европе, Израилю, Египту, Иордании, Таиланду, Индии, Непалу и Китаю она переехала в Манхэттен. В Манхэттене она была принята на работу в модный журнал “Vogue” в качестве помощника главного редактора – Анны Винтур. Отработав там 10 месяцев, Лорен покинула “Vogue” и устроилась работать в “Departures magazine”. По вечерам посещала курсы для начинающих писателей. После увольнения из “Vogue”, она написала небольшую статью, в которой раскритиковала руководство журнала. Ее статью опубликовали в издании “American Express” и в журнале “Playboy”. Затем она начала писать историю, в которой рассказывала о своем опыте работы в журнале “Vogue”, и в результате в 2003 году в свет вышла книга «Дьявол носит

Прада». Книга вошла в список бестселлеров согласно рейтингу “The New York Times”. В 2006 году по мотивам романа был снят одноимённый фильм, впоследствии номинированный на соискание премии «Оскар» с Энн Хэтуэй, Мэрил Стрип и Эмили Блант в главных ролях (Официальный сайт Лорен Вайсбергер).

После выхода в свет книги «Дьявол носит Прада» Лорен Вайсбергер успешно продолжила свою писательскую карьеру. В 2005 году вышел роман под названием «У каждого своя цена». В мае 2008 года был опубликован биографический роман Лорен Вайсбергер “Chasing Harry Winston”, переведенный на русский язык под названием «Бриллианты для невесты». Писательница посвятила свой роман знаменитому американскому ювелирному магнату Гарри Уинстону. В 2010 году был напечатан роман «Прошлой ночью в Шато Мармон». В 2012 году стало известно о продолжении романа «Дьявол носит Прада», и в следующем году вышла новая книга Лорен Вайсбергер под названием «Мечь носит Прада» (Официальный сайт Лорен Вайсбергер). Последний роман, на данный момент, вышел в свет в 2017 году под названием «Игра на вылет».

Современная американская литература настолько многообразна, что способна удовлетворить вкус самого искушенного читателя: от детективов до научной фантастики. Некоторые читатели предпочитают научно-популярную литературу, но «простые, легкие», как называют романы Лорен Вайсбергер, завоевали бесспорную популярность среди читателей. На данный момент довольно сложно оценить вклад автора в современную американскую литературу, но очевиден тот факт, что ее книги занимают лидирующие позиции в рейтингах.

Во-первых, основная аудитория Лорен Вайсбергер – женская, поэтому героинями ее романов также являются молодые девушки, женщины. В своих романах писатель позволяет погрузиться в мир высокой моды, большого спорта, жизни олигархов, которые являются наиболее привлекательными для

представительниц прекрасного пола, со всеми прелестями и горестями. Она пишет не только о гламуре и блеске «красивой жизни», но и о тех тяжестях жизни, с которыми приходилось столкнуться ее героиням. Героини ее романов – молодые, живые, влюбленные, амбициозные девушки, которые находятся в поисках самих себя и собственными силами добиваются поставленных целей.

Во-вторых, тема отношений в ее романах является развернутой и проходит красной нитью сквозь все повествование. Личная жизнь героинь, их радости, переживания, страдания позволяют читательницам отвлечься от собственных проблем и погрузиться в иную реальность.

В-третьих, по словам поклонниц творчества Лорен Вайсбергер, она пишет удивительно простые книги, легкие, понятные, ее истории трогают за душу. В каждой книге читатель может найти частичку того, что близко именно ему. Кроме этого, ни одна ее книга не лишена юмористических моментов, и поэтому ее произведения читаются на одном дыхании.

Согласно информации официального сайта Лорен Вайсбергер, в настоящее время писательница живет и работает на Манхэттене, город Нью-Йорк, США, с мужем Майком, двумя детьми и мальтийской болонкой (Официальный сайт Лорен Вайсбергер).

2.2. Языковые особенности романа Лорен Вайсбергер

«Дьявол носит Прада»

В современном мире тема моды является одной из самых востребованных и актуальных как для мужчин, так и для представительниц прекрасного пола. Мода оставила свой след и в культуре, где традиции и инновации являются факторами ее динамики. Ни в одной из культурных систем так ярко не

выражаются отношения, взгляды человека на красоту. Все больше и больше людей уделяют свое внимание внешности и одежде. В последние десятилетия индустрия моды стремительно развивается, расширяя свои границы и возможности. Индустрия моды претерпевает в настоящий момент серьезные изменения, обусловленные появлением новых «кутюрье», свежих тенденций, современных материалов, все это не может не отразиться в лексике, обслуживающей данную область. Дискурс сферы моды составляет неотъемлемую часть языковой картины мира, пополняясь за счет собственных ресурсов, а также посредством заимствований из других языков. По всему миру создаются международные совместные проекты, что влечет за собой потребность в общении в сфере модной индустрии. Ежегодно печатается огромное количество журналов, посвященных моде, и издается множество литературы по этой тематике.

Вышесказанное оправдывает тот факт, что направленность нашей работы не лишена актуальности. Для проведения исследования был выбран роман Лорен Вайсбергер, так как в нем описывается деятельность модного журнала, а значит, он содержит запас узкоспециализированной лексики.

Героиней книги является 23-летняя Андреа Сакс, которая только что окончила Университет Брауна. Повествование ведется от лица главной героини. Приехав в Нью-Йорк, она устраивается на работу в журнал мод. Работает на тиранического, властного и беспощадного босса – Миранду Пристли. Существует предположение о том, что характер Миранды Пристли был описан на основе характера Анны Винтур – главного редактора “Vogue” и бывшего босса писательницы Вайсбергер. Главная героиня считает, что если она сможет проработать ассистентом Миранды хотя бы один год, значит, она сможет достичь своей цели и стать талантливым автором для популярного американского издания. После многих испытаний и трудностей, выпавших на долю девушки, в том числе разрыва с ее парнем, Андреа завершает свою работу, не доработав до конца года только месяц.

Книга освещает безумие мира высокой моды и трудности, постигшие человека в попытке урегулировать карьеру и свою личную жизнь. Нью-Йорк показан глазами молодой девушки, попавшей в мир элиты, но не потерявшей связь с простыми людьми, такими, как и она сама. Автор ярко описывает роскошь офисов, модных бутиков, их работников и руководителей. Говорят, что Вайсбергер и Винтур являются прямыми аналогами своих вымышленных персонажей. События описаны в хронологическом порядке, в начале романа присутствуют флешбэки в прошлую жизнь героини. Рассказчица повествует о событиях в ее жизни, семье, своем внутреннем мире, поэтому в целом прозу можно отнести к жанру дамский роман.

Рассматривая лексический языковой уровень, нужно отметить, что роман содержит в себе черты устной разговорной речи и ведется от лица главной героини, поэтому к особенностям устной речи относится сленг, который главная героиня употребляет в своем повествовании: “get outtatheway, whatev, golly”. В романе есть черты разговорного стиля, например, фонетическая редукция (“I don’t”, “it’s”, “he’s”), частое использование вводных конструкций (“I guess...”, “The thing is...”), употребление стилистически сниженной лексики:

1. “I’m so hungover I could die, and I finally stop *puking* long enough to fall asleep... (Weisberger, 2003: 19).

Более того, одним из стилистических приемов, который также относится к разговорной речи, является повторение союзов:

2. “I wasn't sure *if* he meant S&M or the job itself, *but* I considered the possibility *that* he got it, *that* he was enough of an insider to know *that* it wasn't exactly how it appeared to those on the outside” (Weisberger, 2003: 100).

Повтор выражения “a million girls would die for this job” (Weisberger, 2003: 16) на протяжении романа также играет эмфатическую функцию, показывая значение данной работы в жизни девушки. Междометия “wow” и “hey” определённо относятся к разговорному, устному стилю речи.

Использование литот и гипербол также имеет эмфатическую функцию:

3. “The room was *minute* крохотный. Perhaps *slightly larger than the storage shed* in the backyard of my house in Avon, but not really” (Weisberger, 2003: 25).

4. She was surrounded by mountains of red-and-white boxes, all identical in shape, hundreds, perhaps thousands... (Weisberger, 2003: 39).

Усилительные конструкции используются для более красочного описания ситуации:

5. “When it *did* begin to move, it slid slowly at first, prompting me to push ever harder” (Weisberger, 2003: 28).

Для создания юмористического эффекта используется зевгма:

6. “And even though *I tried special mounting tape, nails, duct tape, screws, wires, Krazy Glue, double-sided tape, and much cursing*, the framed photos refused to adhere to the exposed brick wall” (Weisberger, 2003: 26).

Отличительной особенностью романа является использование авторской, самобытной лексики:

7. “There were bound to be long lists of irritating requests from irritating people, but nothing could take away my *Cinderella-esque evening*” (Weisberger, 2003: 304).

Анализируя синтаксический уровень языка в данном произведении, можно сказать, что многие из предложений простые и короткие:

8. “My heart surged. Was she serious? Or sarcastic? Her tone made it impossible to tell” (Weisberger, 2003: 31).

Очень часто автор использует сложносочиненные предложения, в которых простые предложения соединены союзами “and” или “but”.

Также есть параллельные конструкции, которые также помогают читателю почувствовать то внутреннее эмотивное состояние, в котором находится главный герой:

9. “He was asking me out! He was asking me out. Christian Collinsworth was asking me on a date a Saturday-night date” (Weisberger, 2003: 126).

Для большей эмоциональности автор писем ставит восклицательные знаки: “Wow!”, “Hey, I did it!”.

Наиболее часто встречаются следующие средства выразительности: сравнения:

10. “Her long hair was *as dark as ink* and hung across her back *like a thick, shiny blanket*” (Weisberger, 2003: 14).

Повторы:

11. “She wasn't any different from the hundreds of other personal *assistants* and editorial *assistants* and *assistant editors* and associate *editors* and senior *editors* and *editors in chief* of fashion magazines” (Weisberger, 2003: 186).

Обилие эпитетов используется для создания красочных образов, что является неотъемлемой частью сферы моды:

12. “She wore *black leather pants*, as *soft* as they were *tight*, and a *fuzzy* (or was it *furry*?) *white tank top* strained across her breasts and ended two inches above her belly button. Her fingers and toes were polished with a luminescent *white color*, appearing to glow from within, and her *open-toe sandals* gave her already six-foot frame an additional three inches. She managed to look *incredibly sexy, seminaked, and classy* all at the same time, but to me she looked mostly cold (Weisberger, 2003: 14).

Используя игру слов “fashionable, fashion”, автор с иронией показывает насколько современный мир одержим модой:

13. “Just what does one wear to the first day working for the most *fashionable fashion* editor of the most *fashionable fashion* magazine in existence?” (Weisberger, 2003: 26).

Погружаясь в рассуждения, героиня часто задает себе риторические вопросы:

14. “So what if I didn't know who Miranda Priestly was?” (Weisberger, 2003: 15).

Имена собственные являются ключевыми элементами в межъязыковой и межкультурной коммуникации, выполняя функцию связывающего звена. Однако ввиду существующей иллюзии о том, что они не нуждаются в особом внимании при изучении иностранного языка и переводе с него, происходит утрата уникальной особенности формы, этимологии, связи с другими единицами и категориями языка. Это может затруднить перенос языковой единицы на другую лингвистическую почву и затруднить идентификацию обладателя имени. Антропонимы могут употребляться в переносном значении: когда они служат средством образной характеристики и могут быть отнесены к иным референтам, а не в прямой номинативной функции. Такое переименование является средством образной экспрессии и находится в основе ряда лексические стилистических приемов:

- метафора
- метонимия
- метафорический эпитет
- антономасия (Ермолович, 2001: 60).

Вторичная номинация у множественных антропонимов возникает благодаря случайно возникающим ассоциациям, которые впоследствии закрепляются в языке, и образовывается на основе одного из следующих принципов:

1. признак принадлежности к социуму (используются наиболее распространенные имена в значении «любой(ая)»);
2. родовой (для создания ассоциаций социального порядка);
3. национально-языковой (для обозначения типичного представителя какой-либо национальности) (Ермолович, 2001: 61).

В отличие от множественных антропонимов, единичные антропонимы имеют более богатую смысловую структуру, легко принимая как метафорические, так и метонимические значения, а иногда и те, и другие одновременно. Рассмотрим более подробно вышеупомянутые приемы.

Антропонимические сравнения. Отличительной чертой данного приема является наличие таких союзов как: *as, such as, as if, like ...*, *seem*; сравнительная степень прилагательных с союзом *than*. Используя сравнение, автор обозначает людей, которые, по общепринятому мнению, являются эталонами в какой-либо области. В данном случае они выступают в своем основном значении, то есть происходит номинация основного носителя имени, а точнее – выделение основной черты, свойства, отличающего его от любого другого человека. Такое сравнение дополняет образность текста, становясь основой для образования у имени собственного переносного значения, базирующегося на сравнении. При переводе необходимо произвести анализ в целях сохранения такой же образности в языке перевода, так как из-за различия культур многие антропонимы не вызовут у читателя определенных ассоциаций и это не произведет нужный эффект. Во избежание данной ситуации, необходимо сделать примечание, поясняющее тот или иной выбор антропонима. Например:

15. “Unfortunately for me, Julia worked for an educational publishing house where someone *like Nora Ephron* or *Wendy Wasserstein* was much likelier to get VIP treatment than someone known for her impeccable taste in fur” (Weisberger, 2003: 64).

Nora Ephron (Нора Эфрон) – популярный американский кинорежиссёр, продюсер, сценарист, новеллист, журналист, писатель и блогер. *Wendy Wasserstein* (Венди Вассерштейн) – американский драматург, обладатель многочисленных премий и наград в сфере искусства.

Антропонимическая метафора. Отличительной чертой метафоры является образная подмена одного предмета другим, наделяя предметы не одним, а несколькими признаками исходного объекта и другими свойствами. В отличие от сравнения, метафора не сравнивает два предмета по какому-то одному признаку, а образно производит цельную замену одного другим, ликвидируя существующие различия. Лаконичная метафора может заменить в

контексте все, что высказывается несколькими предложениями. Кроме того, один человек может быть отождествлен сразу с несколькими общественными фигурами, и наоборот – многие люди могут быть отождествлены с одним человеком. Например:

16. “The art director, an older man sporting champagne blond, thinning hair, who looked like he dedicated his life to emulating *Elton John*, was turned out in rabbit-fur loafers and eyeliner” (Weisberger, 2003: 32).

Антропонимическая метонимия. Как известно, метонимия – это перенос значения по принципу смежности. Что касается антропонимов, метонимический перенос часто осуществляется по формуле «автор–творчество–произведение». Часто происходит наложение метонимического переноса на метафору, и метафорическое употребление выливается в появление самостоятельного понятия, не утрачивая ассоциативной связи с автором, но называя уже не продукт его творчества, а общую идею, ассоциированную с ним. Так, выделяют следующие виды метонимического переноса: генерализация и конкретизация. В первом случае имя собственное рассматривается как деятельность носителя имени, во втором – как отдельный продукт, результат деятельности человека. Сравним:

17. “I figured we'd be headed to Polo, but she had written *Chanel*” (Weisberger, 2003: 38).

18. “But before I could consider that, counting *the Manolos*, I'd wrecked \$3,100 worth of merchandise in under three minutes, my cell phone bleated loudly” (Weisberger, 2003: 2).

Выше были рассмотрены единичные антропонимы, употребляемые в неатрибутивной позиции. Но стоит учитывать, что при помощи имен собственных образуется большое количество словосочетаний, в которых они выступают в атрибутивной функции. Например:

19. “After leaving the bag of *Tommy clothes*, the hot pants, and the computer game with a very distinguished-looking doorman in a very plush Park Avenue lobby so this is what people they talk about Park Avenue” (Weisberger, 2003: 39).

В таком случае отношение атрибута к определяемому существительному может принимать огромное количество оттенков значения: от значения принадлежности до случайных ассоциаций. Отсюда образуются прилагательные, имеющие абстрактно-уподобляющее значение. Например:

20. “I showed up on time for my eleven A .M. interview and didn't panic until I encountered the line of leggy, *Twiggy types* waiting to be permitted to board the elevators” (Weisberger, 2003: 10).

Отсюда делаем вывод, что когда утрачивается связь между вторичным и основным значением, становясь чисто этимологической, то ИС употребляется не в переносном значении, а как имя нарицательное, семантически восходящее к ИС. Например:

21. “Emily, looking remarkably haggard and sloppy in a fitted but wrinkled sheer white T-shirt and hypertrendy cargo *pants* was waiting for me in the reception area, clutching a cup of Starbucks and flipping though the new December issue” (Weisberger, 2003: 31).

Написание идет со строчной буквы. Прописная буква используется для акцентирования семантической двуплановости антропонима в атрибутивной функции:

22. “My head rested just below his chest, and I smelled the unmistakable scent of *Johnson's Baby Lotion*” (Weisberger, 2003: 46).

В целом можно сказать, что книга является яркой историей, которую удовольствием прочтет каждая девушка, мечтающая вырваться из серой реальности, занять достойное место в обществе и доказать всем, что она чего-то стоит. Мораль этой истории такова: в погоне за своей целью важно не потерять то, что действительно важно – семью, любовь, верную дружбу, свободу и возможность заниматься любимым делом.

3.3. Особенности перевода эпонимов в романе Лорен Вайсбергер «Дьявол носит Прада»

Как уже было сказано, эпонимическое терминообразование происходит по тем же принципам, что и терминообразование в целом, но имеет свою специфику. Необходимо дифференцированно подходить к именам собственным, учитывать тот факт, что они могут по-разному себя вести на языковом и речевом уровне. М.В. Мишкевич различает монореферентные имена (т.е. широко известные: Ватсон, Эйнштейн, Достоевский и т.п.) и полиреферентные имена (так называемые общие: Владимир, Ирина, Джек и т.п.), которые по-разному соотносятся с обозначаемыми объектами. В связи с этим необходимо выделять два вида значений: формальное (ближайшее, языковое) и энциклопедическое (субъективное, индивидуальное) (Новинская, 2013). Рассмотрим данный феномен на уровне романа Лорен Вайсбергер «Дьявол носит Прада».

В первую группу включены эпонимы, образованные от имен собственных (антропонимов):

1. “I had a few seconds peaceful seconds if one could overlook the angry honking ... being hurled at me from all directions to pull off my *Manolos* and toss them into the passenger seat” (Weisberger, 2003: 3). В этом отрывке встречаем эпоним *Manolos*, относящийся к разделу обувь и получивший свое название от имени известного итальянского дизайнера обуви Мануэля Родригеса Бланика (Manuel Rodrigues Blahnik), родившегося в 1942 году, основателя бренда “Manolo Blahnik” (Энциклопедия моды). Первый фирменный магазин был открыт в 1973 году и завоевал большую популярность у звезд шоу-бизнеса, актеров, модных критиков.

2. “There was nowhere to wipe my sweaty hands except for the suede *Gucci pants* that hugged my thighs and hips so tightly they'd both begun to tingle

within minutes of my securing the final button” (Weisberger, 2003: 3). Даже те, кто совершенно не разбираются в моде, не раз слышали название Gucci. Это имя стало культовым в мире моды. А все благодаря его создателю – итальянцу Гуччо Гуччи (Guccio Gucci), родившемуся в 1891 году. В 1938 году Гуччио открыл свой первый фирменный магазин в Риме (Энциклопедия моды). С тех пор без бренда “Gucci” не обходится ни один показ в мире высокой моды.

3. “A quick stop in the closet turned up a brand-new pair of knee-high maroon-colored *Jimmy Choos* that looked great with the leather skirt I grabbed, tossing the suede pants in the “Couture Cleaning” pile ...” (Weisberger, 2003: 8) и “The first cigarette I lit landed directly on the top of my new *Jimmys*...” (Weisberger, 2003: 158). Бренд “Jimmy Choo” основан в 1996 году дизайнером малазийского происхождения Джими Чу (Jimmy Choo) и основывается на производстве обуви класса люкс и, с недавних пор, аксессуаров и парфюма.

4. “Bags and shoes I'd never seen on real people shouted *Prada! Armani! Versace!* from every surface” (Weisberger, 2003: 12). Бренды Prada, Armani, Versace являются синонимами высокого качества и роскоши, а основатели – итальянцы Гуччио Гуччи (Guccio Gucci), Джорджио Армани (Giorgio Armani), Миучча Прада (Miuccia Prada), Джанни Версаче (Gianni Versace) – институтами моды и иконами стиля (Энциклопедия моды).

5. “I showed up on time for my eleven a.m. interview and didn't panic until I encountered the line of leggy, *Twiggy* types waiting to be permitted to board the elevators” (Weisberger, 2003: 21). Твигги (Twiggy) профессиональный псевдоним английской супермодели Лесли Хорнби (Lesley Hornby), совершившей настоящую революцию в мире моды. Ее имя, а точнее, псевдоним Твигги происходит от английского слова “twig” – тростинка, что соответствовало миниатюрному телосложению модели (Энциклопедия моды).

6. “Emily, looking remarkably haggard and sloppy in a fitted but wrinkled sheer white T-shirt and hypertrendy cargo *pants* was waiting for me in the reception area” – встречаем эпоним pants, что означает вид нижнего белья – подштанники,

трико, панталоны (Weisberger, 2003: 31). Именуется в честь итальянского персонажа-маски *Pantalone* (*San Pantaleone*), прообразы которого можно встретить в античных комедиях. Данный персонаж представляет из себя сварливого, немощного купца, одетого в черный плащ, красную куртку и узкие, обтягивающие тело штаны, которые впоследствии получили название панталоны (Online Etymology Dictionary).

7. “Her high heels were placed firmly on the glass coffee table, and a black lacy *bra* showed obviously through the completely transparent cotton of her shirt” (Weisberger, 2003: 31). Слово *brassiere* (сокр. *bra*), являющееся атрибутом женского нижнего белья, было изобретено немецким ученым по имени Отто Титслинг (*Otto Titzling*), который, работал на фабрике по производству женского нижнего белья. Одна из представительниц женского пола пожаловалась Отто, что корсеты, которыми пользовались ее современницы, являются неудобными и непрактичными в использовании. Тогда ученому пришло в голову создать нижнее белье, удовлетворяющее нужды «современной женщины». Его изобретение имело огромный успех у женщин, однако Отто не запатентовал свое творение, чем воспользовался молодой французский дизайнер Филипп де Брассиер (*Philippe de Brassiere*), который начал собственное производство бюстгалтеров. Титслинг подал в суд на Брассиер за нарушение патентных прав. В итоге четырехлетней борьбы за патент Титслинг не только проиграл своему оппоненту, но и потерял интерес публики к своей линии нижнего белья. Напротив, название *bra* прочно связалось с фамилией Брассиер. Однако эта история, также как и персонажи, вымышлена канадским писателем *Wallace Reyeburn* и изложена в сатирическом рассказе, который был написан в 1972 году под названием “*Bust-Up: The Uplifting Tale of Otto Titzling and the Development of the Bra*”. Согласно этимологическому словарю, *brassiere* возникло от древнефранцузского *braciere*, что дословно означает «защита для руки» (*Otto Titzling and the Brassiere*).

8. “I watched as she opened the suite's French doors and tossed her bag and *mac* on one of the desks that sat directly outside Miranda's cavernous office” (Weisberger, 2003: 32). *Mackintosh* (сокр. *mac*) – макинтош – непромокаемый плащ. Своим названием обязан шотландскому химику по имени Чарльз Макинтош (Charles Mackintosh), который в начале 19 века изобрел водонепроницаемую ткань, впоследствии используемую как материал для производства плащей.

9. “There was a Bobby Brown makeup set from Bobby Brown herself, a one-of-a-kind leather Kate Spade handbag from Kate and Andy Spade, ... a zebra-print *jacket* from Alberto Ferretti, a Burberry cashmere blanket from Rosemane Bravo” (Weisberger, 2003: 40). Согласно одному из источников, слово *jacket* восходит к французскому “*jaquet*”, что означает «короткая, легкая блузка». Согласно другому источнику, слово происходит от французского мужского имени *Jacque*, широко распространенного среди крестьянского класса (Online Etymology Dictionary).

10. В предложении “I'd heard of *Prada* (from the few Jappy girls who carried the backpacks at Brown) and *Louis Vuitton* (because both of my grandmothers sported the signature-print bags without realizing how cool they were) and maybe even *Gucci* (because who hasn't heard of *Gucci*?)” (Weisberger, 2003: 42) встречаем название бренда “*Louis Vuitton*”, названного в честь основателя, француза Луи Вюиттона (*Louis Vuitton*), начавшего карьеру с производства плоских дорожных сундуков и чемоданов с 1854 года. Бренд, имеющий свойственную «печать неповторимости» – полосатую красно-бежевую расцветку, по-прежнему остается одним из самых узнаваемых и востребованных (Энциклопедия моды).

11. “The art director, an older man sporting champagne blond, thinning hair, who looked like he dedicated his life to emulating Elton John, was turned out in rabbit-fur *loafers* and *eyeliner*” (Weisberger, 2003: 42). Лоферы, или как их еще называют, слиперы (слипоны), пользуются большой популярностью. Одна из

первых моделей этого вида обуви была представлена компанией “Wildsmith Shoes”, и называлась “The Wildsmith Loafer”. Компания “Wildsmith Shoes” является британским производителем обуви ручной работы, основанной в 1847 году семейной парой Мэтью и Ребеккой Уилдсмит (Matthew and Rebecca Wildsmith) (Энциклопедия моды). С течением времени эпонимическая часть не закрепилась в языке и была редуцирована.

12. “I picked up a midcalf, brown *batiste* beauty and held it up to my waist, but the material covered only one of my legs” (Weisberger, 2003: 43). *Batiste* – батист – тонкая, полупрозрачная льняная или хлопчатобумажная ткань. Чаще всего используется для пошива женского белья, блузок, платьев и других легких видов одежды. Изготавливается из хлопка, шерсти, полиэстера, либо имеет в составе смесь волокон всех перечисленных тканей. Согласно одному из источников, слово происходит от имени ткача Жан-Батист Кэмбрэй (Jean-Baptiste Cambray/Chambray), который изобрел данный вид полотна. Синонимом слова *batiste* является *sambrić* по аналогии с фамилией мастера и одновременно топонимом от названия графства Cumbria, откуда, согласно легендам, был родом первооткрыватель (Online Etymology Dictionary).

13. “Yeah, but I went out with Pink-Shirt Boy again last night and we each drank a few too many *margaritas*” (Weisberger, 2003: 119). *Margarita* – алкогольный коктейль с добавлением текилы, ликера и сока лайма. Традиционно подается в стакане специфической формы, называемом *margarita glass*, имеющий ступенчатый диаметр и ножку, со льдом и солью на ободке стакана. Этимология восходит к женскому имени *Margaret* (*Margarita*). Один из источников гласит, что данный напиток был изобретен в 1941 году барменом по имени Дон Карлос Орозко (Don Carlos Orozco), который любил экспериментировать с напитками. Приготовив коктейль, ингредиентами которого были текила, апельсиновый ликер, лайм и лед, он угостил им дочь немецкого посла Маргариту Хенкель (*Margarita Henkel*), гостившей в

заведении. в честь ее и был назван данный коктейль (Online Etymology Dictionary).

14. “Some of it splashed down the front of her *cardigan*, but she didn't seem to notice (Weisberger, 2003: 137). Cardigan – кардиган – вид одежды, представляющий из себя облегающий вязаный свитер с пуговицами и открытым передом. Деривация восходит к английскому генералу Джеймсу Томасу Бруднелю (James Thomas Brudenell, 7th Earl of Cardigan) (1797-1868), отличившемуся успехами в Крымской войне и имеющему привычку носить данную одежду (Online Etymology Dictionary).

15. “It was a one-of-a-kind tote that had been hand-beaded in an elaborate *strass* design just for Miranda from Silvia Ventunm Fendi...” (Weisberger, 2003: 144). Strass – страз – элемент декоративного украшения, выполненный в виде имитации драгоценных камней. Слово происходит от фамилии ювелира из Эльзаса Джорджса Фредерика Страсса (Georges Frédéric Strass) (1701-1773), который изобрел особый вид стекла, используя его в производстве бижутерии с имитацией бриллиантов. Полученное стекло отличалось особым блеском цветной «игрой», что стало причиной возникновения множества подделок драгоценных камней (Online Etymology Dictionary).

16. “Mr. Tomlinson grinned with extra *wattage*, and I wondered if he had a chemical imbalance, perhaps hypomania” (Weisberger, 2003: 147). Wattage = watt + age, что в разрезе лексико-семантического поля «мода» означает магнетизм, сила обаяния, притяжения, привлекательность. Этимологически восходит к шотландскому ученому-изобретателю Джеймсу Ватту (James Watt) (1736-1819), внесшему огромный вклад в разработку парового индукторного двигателя, в честь которого была названа единица измерения тока (Online Etymology Dictionary).

17. “He was just sitting at the bar, wearing the greatest red *french jacket* I'd ever seen and let me tell you, he could pull it off” (Weisberger, 2003: 147). French jacket или просто french – куртка-френч – приталенная куртка с четырьмя

накладными карманами, мягким отложным воротником, названная в честь британского военачальника, фельдмаршала Джона Дентон Пинкстоун Френч (John Denton Pinkstone French). Куртка обрела свою популярность после Первой мировой войны, переживав в Россию и другие страны из Англии и Франции (Кто такие Кардиган, Макинтош и Френч).

18. “There were eight or nine options for tops, ranging from a skintight ribbed turtleneck sweater by Calvin Klein to a teeny, completely sheer *garibaldi* by Donna Karan” (Weisberger, 2003: 152). *Garibaldi* – женская блузка свободного покроя с длинными рукавами, «гарибальдийка» – в честь итальянского политического деятеля, революционера по имени Джузеппе Гарибальди (Giuseppe Garibaldi) (1807-1882). Джузеппе Гарибальди являлся не только народным героем Италии и выдающимся военным, но и, сам того не подозревая, законодателем моды. Восторженные почитатели итальянца подражали ему в манере одеваться, поэтому в моду вошли сразу несколько предметов одежды, названных в его честь: сама рубашка с отложным воротничком и длинными рукавами на манжетах; плоская невысокая шапочка без полей; красная куртка с орнаментом в итальянском народном стиле; шляпка-калабреза (национальный головной убор мужчин области Калабрия) (Morton S. Freeman).

19. “She wasn't afraid to wear *louboutins* on the job and didn't seem to mind Miranda's brusque manner” (Weisberger, 2003: 201). *Louboutins* – лабутены – женская обувь на каблучке, имеющая отличительную особенность: подошву красного цвета. Название произошло от имени создателя бренда Кристиана Лабутина (Christian Louboutin). Является одним из самых востребованных брендов в мире.

20. “Garment type: Evening gown. Designer: Chanel. Length: Ankle. Colour: Red. Size: Zero. Description: Hand-beaded, *raglan* sleeves with slight scoop neckline, invisible side zipper, heavy silk lining. Service: Basic, first-time cleaning. Fee: \$670” (Weisberger, 2003: 202). Лексическая единица *raglan* имеет

несколько дефиниций: *raglan sleeve* как особый вид покроя рукава одежды, при котором он выкраивается вместе с основной частью; *raglan* как фасон одежды, имеющий рукава в фасоне реглан. Деривация происходит от имени английского фельдмаршала Фитцрой Джеймс Генри Сомерсет (Fitzroy James Henry Somerset, 1st Baron Raglan), получившего ранение в руку в битве при Ватерлоо, что привело к ее ампутации. Пытаясь скрыть физический недостаток, лорд носил одежду с таким видом рукава. (Online Etymology Dictionary).

21. “A third hawked a short Fendi cocktail *silhouette* dress, while someone else tried to sell her on the merits of chiffon” (Weisberger, 2003: 268). Этьен де Силуэт (Etienne de Silhouette) (1709-1767) – французский политический деятель, занимал пост Министра финансов Франции в 1759 году, славился скупостью, расчетливостью, подозрительностью, что являлось причиной недоброжелательного отношения общественности по отношению к Министру. Однажды, один из придворных нарисовал на него карикатуру, изобразив Министра в виде тени и подписав ее «Силуэт». С тех пор в узус вошло слово *силуэт*, означающее контурное плоское изображение с очертанием предмета. Со временем, стало отдельным направлением в русле начертательной графики.

22. “It was, undoubtedly, the plushiest, most luxurious place I'd ever seen, with its *jacquard* curtains, thick, cream-colored carpeting, richly woven damask bedspread on the king-size bed, and gold painted figurines tucked discreetly on mahogany shelves and tables” (Weisberger, 2003: 275). Jacquard – жаккард – плотная ткань с крупным, выпуклым узором в переплетении которой содержится множество разных нитей. Жаккардовая ткань используется для производства постельного белья, штор, одежды, галстуков, лент и тесем, чехлов для матрасов и автомобильных сидений, а также для обивки мягкой мебели. Лексическая единица образована от имени Джозеф Мари Жаккард (Joseph Marie Jacquard) (1752-1834) – изобретателя ткацкого станка, благодаря которому стало возможным изготавливать жаккардовую ткань в промышленных масштабах (Online Etymology Dictionary).

23. “A quick stop in the Closet turned up a brand-new pair of knee-high maroon-colored Jimmy Choos that looked great with the *bloomers* I grabbed...” (Weisberger, 2003: 336). Bloomers – шаровары, женские свободные брюки – получили свое название в честь американской активистки по защите прав женщин Амелии Дженкс Блимер (Amelia Jenks Bloomer) (1818-1894). Девушка пропагандировала реформу женского костюма, чтобы сделать его более легким и удобным: длинные брюки и юбка, укороченная до середины икры. Однако идея женщины в брюках получила жесткое осуждение со стороны общества. В последствии блумерсы стали символом женской свободы (Morton S. Freeman).

Во вторую группу входят эпонимы, образованные от географических названий (топонимов):

1. “But if you're looking for fast, thin, sophisticated, impossibly hip, and heart-wrenchingly stylish, Elias-Clark is *mecca*” (Weisberger, 2003: 11). Мекка – Мекка – священный исламский город, располагающийся в западной Саудовской Аравии, место рождения пророка Мухаммеда и центр паломничества мусульман. В переносном смысле употребляется в отношении места, куда приходят люди с общими интересами, объединенные общей целью (Баш, 2001[^] 745).

2. “She wore a rose-colored *cashmere* sweater that looked like it was spun from pink clouds” (Weisberger, 2003: 11). Cashmere (cassimere) – кашемир – вид тонкой шерстяной, полушерстяной или хлопчатобумажной ткани, используемой для производства одежды. Деривация происходит от старого названия Гималайского Королевства – Kashmir, где добывался данный вид козьей шерсти (Online Etymology Dictionary).

3. “Emily was unaware that I was watching her, and I saw that it took her only two minutes to wrap each individual box perfectly and an additional fifteen seconds to tie on a white *satin* ribbon” (Weisberger, 2003: 39). Satin – сатин – лексическая единица возникла от древнего арабского названия китайского города – Zaitun, современный Quanzhou в провинции Fukien на юге Китая. В

Средние века являлся ключевым портом европейских торговцев, откуда вывозилась эта ткань.

4. “There were dozens of donations made in Miranda's name to various charities, what must have been a hundred bottles of wine and champagne, eight or ten Dior bags, a couple dozen scented candles, a few pieces of Oriental pottery, *muslin* pajamas, leather-bound books to decorate one of those five-hundred-couple mass weddings they have in soccer stadiums in China” (Weisberger, 2003: 40). Muslin – муслин – очень тонкая и деликатная ткань, изготовленная преимущественно из хлопка, шерсти, льна и шелка. Используется для изготовления женских платьев, пеньюаров, штор и т.д. Происходит от исторического названия города Mosul, что находится на территории современного Ирака, где впервые стали изготавливать подобную ткань (Online Etymology Dictionary).

5. “There was a beautiful crocheted skirt in shocking fuchsia by Celine, a pearl gray wraparound by Calvin Klein, and a black *suede* one with black beads along the bottom by Mr. de la Renta himself” (Weisberger, 2003: 43). Suede – замша – мягкая бархатистая кожа животных, выделанная по специальной технологии. Лексическая единица берет начало от выражения “gloves of Sweden”, отсюда появилась словоформа suede (Online Etymology Dictionary).

6. “It was then I noticed that in the four minutes I'd been downstairs, Emily had managed to switch her faded *jeans* to leather pants and her own funky sneakers to open-toe stilettos” (Weisberger, 2003: 88). Jeans – джинсы – брюки, изготовленные из грубой хлопчатобумажной ткани или денима. Джинсы, в том виде, котором мы привыкли их видеть сейчас, были изобретены Джейкобом Девис (Jacob W. Davis) совместно с компанией “Levi Strauss & Co” в 1871 году и запатентованы в 1873 году. Данный вид одежды изначально предназначался для фермеров, шахтеров и других представителей рабочего класса. Местом зарождения считается город Генуя, Италия и город Ним, Франция. “Jeans” – дериват от Генуя (Genoa), откуда поставлялся краситель. В городе Ним (Nimes)

изготавливалась ткань, отсюда возникло название “denim”: «из» + «Ним» (Online Etymology Dictionary).

7. “A man in a *tuxedo* and hat immediately came to the car and opened the door for us, and Emily got out” (Weisberger, 2003: 88). Tuxedo – смокинг – парадный мужской вечерний костюм черного или темно-синего цвета, с атласными или полупелюшечными лацканами на пиджаке и подобной полосой вдоль внешней стороны брюк. Застегивается на пуговицы, носится с рубашкой в официальном стиле, классической обувью и аксессуарами. Другое его название – “dinner jacket” – возникло от “smoking jacket”, менее формальное одеяние без «хвоста» как, например, у фрака. Название происходит от “Tuxedo Park” – место сбора элиты Нью-Йорка, а также связано с владельцем данного заведения Пьером Лорилардом (Pierre Lorillard). На одной из вечеринок он появился в пиджаке с атласными лацканами. Этот термин сначала относился только к пиджаку, а позже, когда был дополнен уникальными брюками и аксессуарами, термин стал ассоциироваться со всем костюмом (Online Etymology Dictionary).

8. “I looked in the full-length mirror and had to laugh: the girl in the Maiden form bra (ich!) and cotton Jockey *bikinis* (double ich!) was trying to look the part of Runway” (Weisberger, 2003: 104). Bikini – бикини – женский двухсекционный купальник, состоящий из бюстгалтера и плавок. Имеет простой покрой: два треугольника ткани сверху и два треугольника снизу. Название было придумано в 1946 году парижским дизайнером Луи Реард (Louis Reard) в честь Bikini Atol (атолл Бикини, Маршалловы острова), где в тот момент проводились испытания ядерной бомбы. Были предложены различные объяснения названия купальника, одна из версий проводит аналогию между взрывной силой бомбы и воздействием стиля купального костюма на мужчин (Eponyms).

9. “The accessories shelves and drawers took up the farthest two walls, and the sheer amount of merchandise not to mention its value was staggering. Fountain

pens. ... Capes. *Shawls*. Stationery. Silk flowers. Hats, so many hats. And bags. The bags!” (Weisberger, 2003: 150). Shawl – шаль – женский аксессуар подобный платку, носится на плечах, руках, иногда на голове. Обычно имеет прямоугольную, квадратную либо треугольную форму. Согласно этимологическому словарю, название происходит от города в Индии – Shaliat, где она впервые была изобретена (Online Etymology Dictionary). В последствии из шали возникли ее модные последователи: палантин и шарф.

10. “He had slicked back his hair using some greasy, waxy stuff called Bed Head (“Hot name how can you resist?”) and was wearing some sort of skintight football *jersey* with the number 69 on both the front and the back” (Weisberger, 2003: 194). Jersey jacket (сокр. jersey) – джерси (джерсе) – куртка облегающего фасона с рукавами, выполненная из одноименной ткани. Часто используется как один из элементов формы спортивных команд. Джерси – легкая и эластичная трикотажная ткань, изначально производилась из шерсти. Впервые появилась на острове Jersey, откуда и произошло ее название (Online Etymology Dictionary).

11. “The whole ensemble was topped off with a floppy *panama* hat and a touch (subtle, I'll give him that!) of kohl eyeliner” (Weisberger, 2003: 195). Panama – панама – легкий головной убор в виде шляпки с узкими полями, сделанная из особого сорта соломы. Утверждение что Панама – родина панамы является ошибочным, так как она является национальным головным убором Эквадора. Название обосновывается тем, что во время возникновения моды на данный головной убор, между Тихим и Атлантическим океанами шло строительство Панамского канала, проходящего по территории государства Панама. К тому времени Эквадор наладил производство шляп и искал рынки сбыта, а в связи с тем, что Панама стала одним из мест сосредоточения покупателей, головные уборы стали массово поставляться в Панаму. Стоит сказать, что данный товар являлся хитом продаж, и строители канала охотно носили на голове панамы (Eponyms).

12. “Particularly noteworthy because Miranda had a Chanel suit in just that shade of greeny *tweed*, a color I'd never really seen before but liked a whole lot” (Weisberger, 2003: 220). Tweed – твид – плотная шерстяная ткань, сотканная из ниток разных цветов, икона традиционной ирландской и британской национальной одежды. Материал является влагостойким и долговечным, что позволяет выдержать суровый климат. Обычно используется для производства верхней одежды, а также одежды для активного отдыха. Деривация прослеживается от названия реки Tweed в Шотландии (Online Etymology Dictionary).

13. “My favorite so far (and it was still only late afternoon on Monday) was a pleated school-girl skirt by Anna Sui, with a very sheer and very frilly white *Mm blouse*, paired with a particularly naughty-looking pair of midcalf Christian Louboutin boots and topped with a Katayone Adeli leather blazer so fitted it bordered on obscene” (Weisberger, 2003: 220). Blouse – блузка – женская одежда, выполненная из тонкой ткани в виде короткой рубашки свободного приталенного фасона. Блузка имеет рукава (короткие или длинные), воротник и манжеты. Застёгивается на пуговицы, но бывают и туникообразные блузки. Согласно одному из источников, слово происходит от города Pelusium в Древнем Египте, который являлся центром производства одежды в Средние века. (Online Etymology Dictionary). Изначально блузка использовалась крестьянами для защиты от пыли и грязи во время работы, однако приобрела популярность среди женской и детской одежды.

14. “A pair of cuffed, charcoal gray Theory pants with a black angora turtleneck sweater by Celine” (Weisberger, 2003: 262). Angora – ангора – мягкая шерстяная ткань, сотканная из шерсти специальной породы кроликов или коз. Происходит от старого названия столицы Турции – Анкара (устар. Angora), где изначально разводили коз ангорской породы (Online Etymology Dictionary).

15. “It was, undoubtedly, the plushiest, most luxurious place I'd ever seen, with its *jacquard* curtains, thick, cream-colored carpeting, richly woven *damask*

bedspread on the king-size bed, and gold painted figurines tucked discreetly on mahogany shelves and tables” (Weisberger, 2003: 275). Damask – дамаст – шелковая ткань с рисунком, обычно в виде цветочного мотива, образованным блестящим атласным переплетением нитей на матовом фоне полотна. Происходит от названия сирийского города Damascus, где, начиная со Средневековья, жители занимались плетением дамаста (Eponyms). Jacquard – жаккард – плотная ткань с крупным, выпуклым узором в переплетении которой содержится множество разных нитей. Жаккардовая ткань используется для производства постельного белья, штор, одежды, галстуков, лент и тесем, чехлов для матрасов и автомобильных сидений, а также для обивки мягкой мебели. Лексическая единица образована от имени Джозеф Мари Жаккард (Joseph Marie Jacquard) (1752-1834) – изобретателя ткацкого станка, благодаря которому стало возможным изготавливать жаккардовую ткань в промышленных масштабах (Online Etymology Dictionary).

16. “He smelled of masculine, preppy *cologne*, something old-school like Polo Sport” (Weisberger, 2003: 300). Cologne – одеколон – дистиллированный спирт, смешанный с некоторыми эфирными маслами для придания стойкого аромата. Название произошло от “Cologne water”, а именно – немецкого города Кельн (нем. Köln, лат. Colonia Agrippina), где был впервые изобретен итальянским химиком Джоан Мария Фарина (Johann Maria Farina) (Online Etymology Dictionary).

Таким образом, были проанализированы 39 лексических единиц романа, относящихся к лексико-семантическому полю «мода». Проведенное исследование позволило сделать вывод о том, что в дискурсе «мода» изученного романа можно выделить эпонимы, относящиеся к таким категориям как:

- обувь;
- предметы одежды;
- аксессуары и элементы декора;

- нижнее белье;
- ткани;
- описательные прилагательные;
- узкоспециализированная лексика, относящаяся к сфере моды.

Также был сделан вывод, что изученную специализированную лексику можно разделить на 3 группы, согласно способу образования.

Первым по частотности способом образования эпонимических терминов в романе является использование имени собственного без каких-либо изменений, например: *Manolos*, *Jimmy Choos*, *Gucci*, *Prada*, *loafers*, *batiste*, *cardigan*, *strass*, *garibaldi*, *louboutins*, *bloomers*, *silhouette* и т.д.

Второй способ – это использование имени собственного в ситуациях, когда оно выступает или как зависимое слово, или главный элемент, например: *Twiggy girl*, *french jacket*, *raglan sleeve* и др.

К третьей группе относятся немногочисленные эпонимы, которые из имени собственного перешли в другую часть речи, в данном случае – имя прилагательное: *Twiggy girl*.

Классифицируя изученные эпонимы по гендерному принципу (мужские и женские), можно сделать вывод, что 20 эпонимов антропонимической модели образованы от мужских имен/фамилий, что составляет более 83% от общего количества.

Далее рассмотрим наиболее интересные, на наш взгляд, способы передачи данного языкового феномена при переводе на русский язык (Комиссаров, 1990). Остальная часть примеров и анализ представлены в приложении 1.

1. *Оригинал*: “I had a few seconds peaceful seconds if one could overlook the angry honking ... being hurled at me from all directions to pull off my *Manolos* and toss them into the passenger seat” (Weisberger, 2003: 3).

Перевод: У меня было несколько секунд – вполне спокойных, если не принимать во внимание раздраженное гудение и всяческие вариации со словом «мать», обрушившиеся на меня со всех сторон, – чтобы снять искалеченные *туфли от Маноло* и швырнуть их на заднее сиденье (Вайсбергер, 2007: 1).

Переводческие трансформации, комментарии: переводчик использует лексическое добавление слова «туфли» и предлога «от», далее следует транскрипция/транслитерация названия бренда обуви.

2. *Оригинал:* “There was nowhere to wipe my sweaty hands except for the suede *Gucci pants* that hugged my thighs and hips so tightly they'd both begun to tingle within minutes of my securing the final button” (Weisberger, 2003: 3).

Перевод: Нечем было вытереть потные ладони – разве только о замшевые *брюки от Гуччи*, которые обхватывали мои бедра так туго, что ноги затекали через несколько минут после того, как я застегивала последнюю кнопку (Вайсбергер, 2007: 1).

Переводческие трансформации, комментарии: переводчик прибегает к приему генерализации, поскольку слово «брюки» имеет более широкое значение, чем “pants”, далее используется транскрипция/транслитерация названия бренда одежды.

3. *Оригинал:* “I showed up on time for my eleven a.m. interview and didn't panic until I encountered the line of leggy, *Twiggy types* waiting to be permitted to board the elevators” (Weisberger, 2003: 21).

Перевод: Я пришла к одиннадцати часам, точно в назначенное время, и не чувствовала никакого волнения, пока не натолкнулась на вереницу длинноногих, *неимоверно стройных девиц*, ожидавших лифта (Вайсбергер, 2007: 7).

Переводческие трансформации, комментарии: в связи с отсутствием эквивалента “*Twiggy type*” в языке перевода, переводчик использует экспликация (описательный перевод).

4. *Оригинал:* “Her high heels were placed firmly on the glass coffee table, and a black lacy *bra* showed obviously through the completely transparent cotton of her shirt” (Weisberger, 2003: 31).

Перевод: Ее высокие каблуки покоились на стеклянном кофейном столике, был хорошо виден черный кружевной бюстгальтер сквозь хлопок блузки (Вайсбергер, 2007: 21).

Переводческие трансформации, комментарии: связь лексической единицы с антропонимом семантически не отражена в языке перевода.

5. *Оригинал:* “The art director, an older man sporting champagne blond, thinning hair, who looked like he dedicated his life to emulating Elton John, was turned out in rabbit-fur *loafers* and eyeliner” (Weisberger, 2003: 42).

Перевод: Арт-директор, стареющий блондин с начинающими редеть волосами цвета шампанского, выглядел так, будто посвятил всю свою жизнь соперничеству с Элтоном Джоном: он пользовался подводкой для глаз и носил мокасины из кроличьего меха (Вайсбергер, 2007: 22).

Переводческие трансформации, комментарии: происходит лексическая модуляция слова «лоферы», менее распространенного в языке перевода, на слово «мокасины».

6. *Оригинал:* “He was just sitting at the bar, wearing the greatest red *french jacket* I'd ever seen and let me tell you, he could pull it off” (Weisberger, 2003: 147).

Перевод: Он сидел у стойки, на нем был самый потрясающий красный пиджак, какой я когда-либо видел в жизни, но, скажу тебе, ему и без этого пиджака есть чем гордиться (Вайсбергер, 2007: 97).

Переводческие трансформации, комментарии: используется прием генерализации, происходит замена понятия “french jacket” на более широкое по смыслу «пиджак», а также лексическая модуляция слова «жакет» на слово «пиджак».

7. *Оригинал:* “She wasn't afraid to wear *louboutins* on the job and didn't seem to mind Miranda's brusque manner” (Weisberger, 2003: 201).

Перевод: Она умела выгодно себя подать, запросто носила *туфли на высоченном каблуке* и даже ухом не вела в ответ на резкие выпады Миранды (Вайсбергер, 2007: 127).

Переводческие трансформации, комментарии: автор прибег к приему экспликации (описательный перевод), а также использует лексическое опущение названия бренда.

8. *Оригинал:* “There was a beautiful crocheted skirt in shocking fuchsia by Celine, a pearl gray wraparound by Calvin Klein, and a black *suede* one with black beads along the bottom by Mr. de la Renta himself” (Weisberger, 2003: 43).

Перевод: Вот изумительной ажурной вязки полотнище радикального цвета фуксии – от Селин; жемчужно-серая юбка с запахом – от Кельвина Кляйна; черная *замша*, расшитая по низу черным же бисером, – от самого мистера де ла Ренты (Вайсбергер, 2007: 30).

Переводческие трансформации, комментарии: связь лексической единицы с топонимом семантически не отражена в языке перевода.

9. *Оригинал:* “He had slicked back his hair using some greasy, waxy stuff called Bed Head (“Hot name how can you resist?”) and was wearing some sort of skintight football *jersey* with the number 69 on both the front and the back” (Weisberger, 2003: 194).

Перевод: Волосы у него были зализаны назад с помощью маслянистой гадости под названием «Гель пастель» («классное название, ну как тут

устойшь?»), одет он был в *обтягивающую трикотажную футболку с цифрами 69 на груди и на спине* (Вайсбергер, 2007: 123).

Переводческие трансформации, комментарии: в данном случае используется экспликация (описательный перевод).

Проанализировав способы передачи эпонимических наименований предметов гардероба, можно отметить, что самым распространенным способом является лексическая транскрипция/транслитерация, также переводчиком часто используется лексическая модуляция (замена на лексическую единицу, имеющую схожие свойства) или экспликация (в случае если в языке перевода нет адекватной лексической единицы, отражающей свойства предмета). Таким образом, можно сделать вывод, что практически во всех наименованиях сохраняется устойчивая ассоциативная связь между названием предмета гардероба и его внешней формой. И в этом случае прецедентное имя в составе названия вещи указывает на ее свойства и характеристики, соотносит с определенной сферы жизнедеятельности человека, в данном случае – со сферой моды.

Выводы по главе 2

Мода в современном мире призвана играть роль своеобразного лакмуса, определяющего стиль жизни и социальный статус человека. С течением времени менялись взгляды на понятие красоты, стиля, внешнего вида. Изменения затронули и язык, обслуживающий данную область жизнедеятельности человека. Дискурс сферы моды составляет неотъемлемую часть языковой картины мира, пополняясь за счет собственных ресурсов, а также посредством заимствований из других языков благодаря процессу интернационализации.

Для проведения исследования был выбран роман современной американской писательницы Лорен Вайсбергер, так как в нем описывается деятельность модного журнала, а значит, он содержит запас узкоспециализированной лексики. Автор красочно передает жизнь мира моды, опираясь на собственный опыт: писательница сама работала ассистентом редактора журнала мод, а некоторые персонажи ее романа являются прототипами реальных людей. Помимо обилия эпонимических терминов, изучение и анализ которых был взят за основу исследования, роман содержит в себе черты устной разговорной речи и ведется от лица главной героини, поэтому к особенностям устной речи относятся сленг, фонетическая редукция, использование вводных конструкций, употребление стилистически сниженной лексики, повторение союзов, междометия. Использование литот, гипербол, лексических повторов, зевгм также имеет эмфатическую функцию. Обилие эпитетов используется для создания красочных образов, что является неотъемлемой частью сферы моды. Автор с иронией показывает одержимость современного общества в погоне модой.

Являясь неотъемлемой частью терминологии моды, эпонимы представляют собой не только обширный, но и автономный пласт специальной

лексики, границы которого открыты и постоянно обогащаются новыми номинативными единицами за счет интернационализации.

С точки зрения категориальной отнесенности исследованный список эпонимов позволил выделить основные категории понятий, в номинации которых они участвуют. Самыми распространенными из них являются следующие:

- обувь;
- предметы одежды;
- аксессуары и элементы декора;
- нижнее белье;
- ткани;
- описательные прилагательные;
- узкоспециализированная лексика, относящаяся к сфере моды.

Также был сделан вывод, что изученную специализированную лексику можно разделить на 3 группы, согласно способу образования. Первым по частотности способом образования эпонимических терминов в романе является использование имени собственного без каких-либо изменений, например. Второй способ – это использование имени собственного в ситуациях, когда оно выступает или как зависимое слово, или главный элемент. К третьей группе относятся немногочисленные эпонимы, которые из имени собственного перешли в другую часть речи.

Проанализировав способы передачи эпонимических наименований с английского на русский язык, можно отметить, что самым распространенным способом является лексическая транскрипция/транслитерация, также переводчиком часто используется лексическая модуляция (замена на лексическую единицу, имеющую схожие свойства) или экспликация (в случае если в языке перевода нет адекватной лексической единицы, отражающей свойства предмета).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В сфере неологической номинации особенно ярко раскрываются творческие возможности человека, направленные на создание новых лексических единиц, необходимых для коммуникации и отображения результатов человеческой деятельности. В этом отношении актуальность новых терминов бесспорна, так как они отражают прогрессирующие достижения науки. Причиной появления эпонимов является необходимость номинировать создаваемое понятие, указывая на связь понятия с ключевой фигурой. Интерес к этимологии таких слов, а также к означаемым ими понятиям, не ослабевает, хотя многие из них не являются новыми в языке. Особой склонностью к продуктивности располагают эпонимы антропонимической модели. Попадая в систему определенного языка, термины-эпонимы подвергаются процессу частичной или полной ассимиляции – грамматической, лексической, фонетической.

Эпонимы играют значительную лингвистическую роль в терминологии. Особенность состоит в их основной функции – замене емких конструкций более краткими и лаконичными формами. К эпонимическим терминам часто прибегают, когда не удастся подыскать удовлетворительного термина, чтобы адекватно отобразить суть феномена и экономично обозначить его. Тем не менее, идут дебаты по поводу ограничения широкого употребления ономастических терминов, обосновывая это тем, что такие термины являются семантически неудовлетворительными, поскольку не раскрывают свойств, качеств, содержания понятия описываемого явления. Несмотря на неоднозначность мнений по поводу мотивированности терминов-эпонимов, в большинстве случаев эпонимы закрепляются в языке, о чем свидетельствует ряд лингвистических факторов. К ним можно отнести наличие у эпонима деривационных, синтагматических, парадигматических связей.

Вышеприведенные факты свидетельствуют о том, что эпонимы успешно усваиваются языком и структурно не выделяются на фоне других лексических единиц. Стоит также отметить интернационализм эпонимов, который значительно облегчает процесс коммуникации.

По способу образования эпонимы можно разделить на производные и непроизводные, сложные и аббревиатуры. Касаясь русского языка, различают следующие способы формирования эпонимов: словосочетание типа имя собственное (антропоним или топоним) + имя нарицательное; суффиксальный способ (наиболее продуктивными являются суффиксы -ов, -овск, -ев, -ск, -евск, -ан, -иан, -ирован, -ит); безаффиксальный способ от имени собственного (антропонима или топонима) путем метонимического переноса; сложение корневых основ; словосочетание с предлогом «по»; словосочетание с предлогом «на» (используется крайне редко); аббревиатуры.

В английском языке существуют перечисленные при анализе русского материала структуры эпонимов, подразделяясь на семь структурных типов: простые эпонимы; составные и атрибутивные конструкции; эпонимы, образованные суффиксальным образом; эпонимы, образованные с помощью притяжательного падежа; эпонимы, образованные путем сокращения слов; словослияние; аббревиатуры.

В результате проведенного анализа способов словообразования эпонимических терминов в русском и английском языках (на основе романа Лорен Вайсбергер «Дьявол носит Прада») можно сделать вывод, что в обоих языках используются разнообразные словообразовательные модели, некоторые из них являются общими, а некоторые остаются уникальными для определенного языка. В отношении структурно-грамматических особенностей можно сделать вывод, что структурно они не отличаются от неэпонимических терминов, а грамматические средства выражения распространяются на номинативные части речи – имя существительное, глагол, прилагательное, наречие.

Рассмотрев функции имени собственного в составе эпонимов и причины, по которым оно используется, их можно условно разделить на 2 группы: эпонимы, в которых имя собственное означает признак принадлежности данному лицу, выполняя мемориальную функцию; эпонимы, в которых имя собственное является результатом сравнения, метафорического или метонимического переноса, подвергаясь переосмыслению. Стоит отметить, что наиболее распространенными способами образования эпонимических единиц являются: безаффиксальный способ, словосочетание с онимом в роли главного элемента/зависимого слова, переход в другую часть речи.

Можно сделать следующие выводы:

1. Эпонимические единицы являются мотивированными и антропонимический/топонимический компонент является смыслоопределяющим в терминах такого рода. Прецедентное имя в структуре эпонимического термина указывает на свойства и характеристики предмета, соотносит с определенной сферой.

2. В большинстве случаев эпонимы легко пересекают межкультурные барьеры с небольшими погрешностями и входят в языковой узус при этом сохраняя свою внешнюю форму. Прецедентные имена тесно обусловлены внутрилингвистическими и экстралингвистическими факторами, ведь без владения культурным контекстом и знания совокупности качеств, присущих или приписываемых носителю имени, невозможно понять суть явления.

3. Эпонимы антропонимической модели можно классифицировать по гендерному признаку: мужские и женские. Группа мужских эпонимов является доминирующей.

Проанализировав способы передачи эпонимических наименований с английского на русский язык, можно сделать вывод, что самым распространенным способом является лексическая транскрипция/транслитерация, также переводчиком часто используется лексическая модуляция, экспликация.

Таким образом, анализ лексического пласта романа Лорен Вайсбергер «Дьявол носит Прада» показывает, что для понимания этимологической составляющей эпонимов необходимо привлечение внутрилингвистической и экстралингвистической информации. Однако переводчик может столкнуться со следующими трудностями: отсутствие информации в этимологических словарях ввиду «новизны» лексической единицы, национально-специфическое своеобразие лексической единицы, трудность адекватной передачи онима на язык перевода. Подводя итоги, стоит отметить, что перевод словосочетаний, имеющих в своем составе эпонимические термины, представляет собой сложный и многосторонний процесс и поэтому обнаруженные способы передачи эпонимов могут быть полезны при анализе и переводе художественных текстов на английский и русский языки.

Список использованной литературы:

1. Алексеева И.С. Введение в переводоведение / И.С. Алексеева. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 352 с.
2. Арнольд И.В. Основы научных исследований в лингвистике/ И.В. Арнольд. – М.: Высшая школа, 1991. – 140 с.
3. Бархударов Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л.С. Бардухаров. – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.
4. Брагина Н.Г. Память в языке и культуре / Н.Г. Брагина. – М.: Языки славянских культур, 2007. – 520 с.
5. Введенская Л.А. От собственных имён к нарицательным / Л. А. Введенская, Н. П. Колесников. – М.: Просвещение, 1989. – 143 с.
6. Вишнякова О.Д. Антропонимическое прозвище как индикатор оценочности в политическом дискурсе / О.Д. Вишнякова, В.А. Александрова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия 19 «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – 2017. – № 2. – С. 70-82.
7. Влахов С.И. Непереводимое в переводе / С.И. Влахов. – М., Международные отношения, 1980. – 343 с.
8. Гарагуля С.И. Антропонимия в лингвокультурном и историческом аспектах. На материале английских личных имен / С.И. Гарагуля. – М., Editorial URSS, 2018. – 136 с.
9. Ермолович Д.И. Имена собственные на стыке языков и культур / Д.И. Ермолович. – М.: Р. Валент, 2001. – 200 с.
10. Извекова Т.Ф. Эпонимы в медицинской терминологии [Электронный ресурс] / Т.Ф. Извекова, Е.В. Грищенко, А.С. Пуртов. Режим доступа: <http://www.ngmu.ru/cozo/mos/article/pdf.php?id=1365>

11. Иконникова В.А. Особенности семантики англоязычных юридических терминов в текстах международного контрактного права / В.А. Иконникова. – М.: Прометей, 2008. – 173 с.
12. Какзанова Е.М. Номенклатура и термины-эпонимы: обзор мнений / Е.М. Какзанова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Лингвистика». – 2010. – № 5. – С. 21-25.
13. Какзанова Е. М. Уровневая система термина-эпонима / Е.М. Какзанова // Язык. Культура. Речевое общение. – 2012. – № 1. – С. 108-109.
14. Казарина С.Г. Типологические характеристики отраслевой терминологии: дис. ... д. фил. наук: 10.02.01 / Казарина Светлана Георгиевна – М., 1999. – 385 с.
15. Казарина С.Г. Эпонимические термины: достоинства и недостатки / С.Г. Казарина // Научно-техническая терминология. Вып. 1. – 1998. – С. 33-42.
16. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В.Н. Комиссаров. – М: Высшая школа, 2002. – 250 с.
17. Кто такие Кардиган, Макинтош и Френч [Электронный ресурс] / URL: <https://arzamas.academy/materials/494>
18. Левицкая Т.Р. Теория и практика перевода с английского на русский / Т.Р. Левицкая, А.М. Фитерман. – М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1963. – 125 с.
19. Лейчик В.М. Обсуждение проблем эпонимии в современной науке [Электронный ресурс] / В.М. Лейчик Режим доступа: http://www.ling-expert.ru/conference/langlaw1/leitchik_eponyms.html
20. Лопатина Е.В. Структурный анализ эпонимических терминов в английской и русской научно-технической литературе / Е.В. Лопатина // Тамбов: Грамота – 2011. – № 2 (45). – С. 206-207.
21. Ляшенко, И.В. О некоторых причинах употребления этнофолизмов в современном англоязычном кросс-культурном пространстве / И.В. Ляшенко // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2011. – № 3. – С. 86-88.

22. Миньяр-Белоручев Р.К. Теория и методы перевода / Р.К. Миньяр-Белоручев. – М.: Московский Лицей, 1996. – 207 с.
23. Новинская Н.В. Термины-эпонимы в языке науки / Н.В. Новинская // Вестник РУДН, серия Русский и иностранные языки и методика их преподавания. – 2013. – № 4. – С. 107-110.
24. Новинская Н.В. Роль имен собственных в формировании современной терминологии / Н.В. Новинская // НТТ. – 1987. – № 8. – С. 12-13.
25. Новинская Н.В. Структурно-грамматическая характеристика терминов-эпонимов / Н.В. Новинская // Вестник АГТУ. – 2004. – № 3. – С. 284-285.
26. Официальный сайт Лорен Вайсбергер [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.laurenweisberger.com>
27. Протченко И.Ф. Лексика и словообразование русского языка советской эпохи: Социолингвистический аспект / И.Ф. Протченко. – М.: Наука, 1985. – 351 с.
28. Рудинская Л.С. Современные тенденции развития гематологической терминологии: на материале английского языка: автореф. дис. канд. фил. наук: 10.02.19 / Рудинская Лариса Семеновна – Москва, 1997. – 27 с.
29. Свешникова М.Н. Изучение эпонимов [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://multiurok.ru/files/doklad-na-tiemu-izuchieniie-eponimov.html>
30. Скворцова Е.Е. Эпонимы в вокабуляре моды в современном французском языке / Актуальные проблемы истории и теории романских языков: материалы международной конференции к 100-летию со дня рождения выдающегося ученого-романиста, доктора филологических наук, профессора Н.А. Катагощиной (24-25 июня 2008, Москва) – М., 2008. – С. 292-298.

31. Сидорова О.Г. Антропоним в тексте перевода / О. Г. Сидорова // Известия Уральского государственного университета. Выпуск 4. – 2001. – № 20. – С. 256-257.
32. Швейцер А.Д. Теория перевода. Статус, проблемы, аспекты / А.Д. Швейцер. – М.: Наука, 1988. – 215 с.
33. Энциклопедия моды [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://wiki.wildberries.ru/category/brands>
34. Otto Titzling and the Brassiere [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.thoughtco.com/otto-titzling-3299015>

Список использованных словарей

35. Баш Л.М. Современный словарь иностранных слов: толкование, словоупотребление, словообразование, этимология / Л.М. Баш, А.В. Боброва, Г.Л. Вечеслова и др. – М.: Цитадель, 2001. – 928 с.
36. Блау М.Г. Судьба эпонимов. 300 происхождений слов. Словарь-справочник [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.e-reading.by/book.php?book=129623>
37. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Н.В. Подольская. – М.: Наука, 1988. – 192 с.
38. Рязанцев В.Д. Имена и названия. Словарь эпонимов: имена собственные, перешедшие в названия; образование терминов и понятий; происхождение имен нарицательных; слова, употребляемые в переносном смысле. В.Д. Рязанцев. – М.: Современник, 1998. – 284 с.
39. Старичёнок В.Д. Большой лингвистический словарь: более 3000 лингвистических терминов и понятий / В.Д. Старичёнок. – Ростов-н/Д: Феникс, 2008. – 811 с.

40. Eponyms [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://users.tinyonline.co.uk/gswithenbank/eponyms.htm>
41. New Dictionary of Eponyms. Morton S. Freeman [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://books.google.ru/books?id=dujiiVP2KJIC&printsec=frontcover&hl=ru&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false
42. Online Etymology Dictionary [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.etymonline.com>

Список источников фактического материала

43. Вайсбергер, Л. Дьявол носит Прада: [роман] / Пер. с англ. М.Д. Малкова, Т.Н. Шалабаевой. – М.: АСТ Москва, 2007. – 416 с.
44. Weisberger, L. The Devil Wears Prada. – London: Harper Collins Publishers, 2003. – 432 p.