

**Особенности перевода лексических единиц в текстах бьюти-индустрии в переводе с английского языка на русский язык**

**Михайлова Екатерина Борисовна**

*Студент (бакалавр)*

Ульяновский государственный университет, Институт международных отношений,

Ульяновск, Россия

E-mail: katyam080803@gmail.com

Современная визуальная культура предъявляет высокие требования к внешнему виду, что повышает значение бьюти-индустрии в экономической, социальной и духовной сферах. Терминология данной сферы варьируется в зависимости от источников, что приводит к необходимости ее точного определения. Важную роль в продвижении и обучении специалистов играют различные виды текстов, используемых в индустрии.

В практике перевода текстов бьюти-индустрии возникают трудности из-за различий в терминологии и стилистических особенностях. Применение фигур речи, образных выражений и специфических терминов требует адаптации без потери смысла. Существует противоречие между различными моделями перевода, касающимися передачи экспрессивных средств языка. Необходима систематизация методов перевода и разработка универсальных подходов для точного и выразительного перевода текстов данной отрасли.

Исследование направлено на выявление оптимальных стратегий перевода текстов бьюти-индустрии, учитывая их стилистические и терминологические особенности. Основная цель заключается в определении особенностей перевода таких текстов и выявлении эффективных переводческих стратегий. Для этого необходимо провести анализ стилистических особенностей текстов, исследовать переводческие приемы, применяемые в данной сфере, и определить наиболее эффективные стратегии адаптации.

Предполагается, что применение комбинированных переводческих приемов (транскрипции, транслитерации, описательного перевода, калькирования и семантических замен) позволяет сохранить стилистические и терминологические особенности текстов бьюти-индустрии. Исследование опирается на труды в области стилистики, лексикологии и теории перевода. Используются подходы, предложенные в работах по переводу терминологии и адаптации рекламных текстов.

Для анализа отбираются тексты различных жанров, включая рекламные описания, инструкции по применению, нормативные документы и специализированные публикации. Методы исследования включают анализ переводов текстов бьюти-индустрии, сравнительный анализ оригиналов и их переводов, а также экспертную оценку переводческих решений. Основные этапы исследования включают сбор и анализ текстового материала, выявление стилистических и терминологических особенностей, определение переводческих стратегий и их оценку.

Количественный и качественный анализ переводческих решений помогает выявить наиболее продуктивные методы адаптации. Однако возможны ошибки и ограничения, такие как потеря экспрессивных характеристик текста при дословном переводе, сложности при передаче терминологии и влияние культурных различий на восприятие переведенного текста. Для их предупреждения необходимо применение адаптационных техник, использование справочной литературы и международных стандартов, а также учет особенностей целевой аудитории.