

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

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра «Теория и практика перевода»

(наименование)

45.03.02 Лингвистика

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Перевод и переводоведение

(направленность (профиль) / специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Способы передачи образа исторической эпохи в переводе этикетаж
музея (на примере проекта перевода этикетаж Тольяттинского
краеведческого музея с русского на английский язык)

Студент

Д.А. Абрамов

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

к. филол. н., доцент С.М. Вопяшина

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

Тольятти 2022

Аннотация

Актуальность бакалаврской работы на тему «Способы передачи образа исторической эпохи в переводе этикетаж музей (на примере проекта перевода этикетаж Тольяттинского краеведческого музея с русского на английский язык)» обусловлена тем, что музейная культура, совершенствуясь, привлекает иностранную аудиторию. Переводчики этикетаж работают со сложной и специфической информацией.

Объектом исследования является проект перевода этикетаж экспозиции «Сатурн» Тольяттинского краеведческого музея с русского языка на английский, а **предметом** работы служат способы передачи эпохальных, исторических образов в переводе этикетаж музея.

Целью данной работы является изучение способов передачи исторических образов в переводе этикетаж музея. Для достижения поставленной цели, необходимо решить следующие **задачи**: 1) дать определение структурно важных значений для музейной коммуникации; 2) исследовать информацию с точки зрения её исторического и культурного своеобразия; 3) изучить исторические и культурные особенности перевода в контексте решения проблемы перевода; 4) выявить лингвистические средства создания образа исторической эпохи в этикетаже.

Структура данной выпускной квалификационной работы состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемой литературы и приложения.

В **первой** главе даётся характеристика музейного текста и этикетаж музея, а также его функциональная нагрузка.

Во **второй** главе анализируются тексты экспозиции «Сатурн» и средств репрезентации эпохи в текстах на русском и английском языках.

Список используемой литературы включает 34 источника научной литературы.

Общий объём работы составляет 42 страницы.

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Общие характеристики музейных текстов и их перевода	7
1.1. Определение понятия «музейный этикетаж» как элемента музейной коммуникации.....	7
1.2. Понятие «образ» в теории текста.....	13
1.3 Этикетаж как особый жанр музейной коммуникации	15
Глава 2 Средства репрезентации образа исторической эпохи в этикетаже экспозиции «Сатурн» тольяттинского краеведческого музея.....	Ошибка!
Закладка не определена.	
2.1. Средства репрезентации образа исторической эпохи в этикетаже экспозиции «Сатурн» с русского на английский язык.....	22
2.2. Способы и приемы перевода этикетажа экспозиции «Сатурн» с русского на английский язык.....	32
Заключение	41
Список используемой литературы	44
Приложение А Экетки экспозиции «Сатурн» Тольяттинского краеведческого музея на русском и английском языке	49

Введение

Во все времена для любого человека культурное наследие было важным для формирования и дальнейшего существования цивилизованного общества. Создание специальных мест, где размещались бы все материальные предметы просвещения. На данный момент в мире наблюдается тенденция к глобализации, возросший интерес к достоянию различных стран, народов и культур. Потому данное исследование является **актуальным** из-за музейной коммуникации, которая приобрела международную важность. Развитие сферы туризма также явилось одной из вех для начала перевода музейного этикетажа.

Именно поэтому перед музейным сообществом всего мира встала проблема, связанная с грамотным переводом этикетажа для поддержания межкультурного взаимодействия на уровне музейных организаций и экспозиций. Таким образом, возникает ряд вопросов – Как наиболее точно передать историко-культурные особенности? Как не потерять основную мысль? Как выстраивать работу с различными видами информации?

Эти и другие вопросы на протяжении долгого времени стоят перед профессиональными лингвистами в области музейного перевода. Наличие широкого диапазона тем для дискуссии в как в международном, так и в российском исследовательско-лингвистическом и прикладном сообществах говорит об актуальности темы, выбранной в качестве выпускной квалификационной работы.

Объектом исследования является перевод этикетажа экспозиции «Сатурн» Тольяттинского краеведческого музея с русского языка на английский, а **предметом** – образ исторической эпохи, который передан в экспозиции на русском и английском языках.

Целью исследования является изучение способов адекватной передачи исторических образов в переводе этикетажа музея.

Для достижения поставленной цели, необходимо решить следующие **задачи**:

- определить понятия «музейная коммуникация» и «этикетаж»;
- описать этикетаж как отдельный жанр;
- изучить понятие «образ»;
- провести предпереводческий анализ этикетажа экспозиции «Сатурн».

Материалом исследования стал этикетаж экспозиции «Сатурн» Тольяттинского краеведческого музея. Общий объём материала составил 17331 (с пробелами) печатных знаков.

Для решения поставленных задач были использованы следующие **методы исследования**:

- общенаучные методы анализа и синтеза, послужившие основой для отбора и обобщения результатов теоретического материала;
- метод предпереводческого анализа;
- метод трансформационного анализа.

Теоретической базой для исследования послужили работы Т.В. Раншаковой, М.С. Баданиной, И.Г. Копытича и И.И. Любанец, В.С. Виноградова, а также труды Н.Г. Самариной.

Практическая значимость текущей работы заключается, во-первых, в расширении лингвокультурной подготовки бакалавров, переводчиков в области работы с историко-культурными, безэквивалентными текстами; во-вторых, в формировании представления о способах, методах и стратегиях перевода музейного этикетажа.

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

В **первой главе** «Общие характеристики музейных текстов и их перевода» даётся характеристика музейного текста и этикетажа музея, а также его функциональная нагрузка.

Во **второй главе** «Средства репрезентации образа исторической эпохи в этикетеже экспозиции «Сатурн» тольяттинского краеведческого музея»

представлен анализ музейных текстов экспозиции «Сатурн» посредством изучения средств выражения исторической эпохи в текстах на русском и английском языках.

Список используемой литературы включает 34 источника научной литературы.

В заключении обобщаются результаты всей работы.

В приложении представлен результат проектной работы над переводом этикетажа «Сатурн» Тольяттинского краеведческого музея.

Общий объём работы составляет 41 страницу.

Глава 1 Общие характеристики музейных текстов и их перевода

1.1 Определение понятия «музейный этикетаж» как элемента музейной коммуникации

Вокруг человека XXI века с огромной скоростью развиваются информационные технологии. Такой прогресс в этой области предполагает совершенствование различных концептов во многих сферах и появление новых теорий в тех или иных видах деятельности. Так, например, в сфере музейной деятельности появилась теория музейной коммуникации. Впервые данная теория была предложена Д. Камероном. На его работы позже ссылались другие известные исследователи, данная мысль ширилась – музейная коммуникация, в этом отношении, не стала исключением из общемировой традиции.

Этикетаж, которые входят в состав экспозиции, представляют собой особый способ построения коммуникации в музее. Иноязычные посетители музея, находясь в контакте с вывесками, могут упустить основную мысль, иными словами, при межъязыковой коммуникации с помощью этикетажа смысловые потери неизбежны [13]. Важно также отметить, что особую сложность представляет собой свойство человека, при котором прочитанный текст может быть интерпретирован исходя из его знаний, представлений о мире [13]. Поэтому актуальным является понимание данного факта переводчиком во избежание того, что этикетаж может быть интерпретирован иным способом. Иными словами, тексты должны иметь строго выверенное, определённое воздействие на читателя и иметь смысловое развитие, т.е. попадать под нужную категорию мышления [23]. Иными словами, тексты должны быть интерпретированы для определённого реципиента [32]. Этикетаж должен быть выполнен в рамках грамматических особенностей

языка, в формате лаконичного текста, с содержанием исключительно точной информации, с опорой на культуру и контекст экспоната [21].

В рамках данных рассуждений нельзя не отметить тот факт, что процесс составления музейно этикетки базируется на границе между посетителем и предметом коллекции, то есть между прошлым и будущим. Однако данное обстоятельство только усиливает эмоциональное восприятие посетителей [4].

Вступление посетителя музея, в том числе и иностранного, с экспонатами в музейную коммуникацию отметила также исследователь Г.И. Данилова. Эта коммуникация, по её мнению, происходит через столкновение с музейным текстом [8].

В своей работе М.С. Баданина принимает факт возможной личной, субъективной интерпретации любого текста читающим реципиентом. Поэтому она выделяет возможность того, что любой посетитель не должен оставаться просто безучастным слушателем, а обязан интегрировать текст этикетажа в собственный жизненный, мировоззренческий, общественно-политический и культурный опыт, создавая при этом свой текст [4].

По мнению другого учёного, Ю.Э. Комлева, музейная коммуникация активно повлияла на старые представления о монологическом воздействии музея на аудиторию, заменив её концепцией диалога между непосредственно самим музеем, внешней средой и посетителем [14].

Важно отметить, что этикетаж в большинстве случаев включает в себя определённый текст, специализированный под конкретную выставку, характеризующуюся исключительно в рамках экспозиции с короткими пояснительными записями возле наименования. По сравнению с другими музейными текстами, этикетаж получает не так много внимания. Так, например, авторство никогда не указывается.

Понятие музейной этикетки или этикетажа в наше время имеет довольно широкое определение. Т.Ю. Юренева в своей книге «Музееведение» даёт следующее определение: «Этикетка – это текст,

содержащий название предмета, его атрибутивные данные, то есть сведения о материале, размере, способе изготовления, авторской принадлежности, социальной и этнической среде бытования, историческом и мемориальном значении» [28, с. 443]. Этикетажем называют совокупность всех этикеток той или иной композиции [33].

Нельзя не сказать и о родовидовых характеристиках музейной коммуникации. Известный исследователь Н.Г. Самарина в своей работе приходит к выводу, что музейная коммуникация представляет собой некий процесс социального взаимодействия, иными словами, общения посетителей с культурным наследием, который содержит в себе «опыт материальной деятельности, духовных исканий и традиционную культуру, как отдельного этноса, так и человечества в целом» [20, с. 45]. Рассматривая данное понятие в такой парадигме, Н.Г. Самарина выделила следующие критерии цели музейной коммуникации:

- когнитивный (представляет собой создание видения об окружающей реальности);
- информационный (формирует в сознании описание фактов, временных, территориальных и иных форм действительности);
- эмотивный (создаёт эмоционально-чувственную связь между предметом экспозиции и посетителем музея с точки зрения формы и содержания этикетажа);
- побудительный (составляет призыв к познавательной деятельности); идеологический (организовывает создание определённой системы ценностей) [20].

Важным также являются главные элементы музейного этикетажа, которые условно можно разделить на следующие единицы:

- название экспоната;
- дополнительная информация об экспонате;
- сведения об авторе или лицах, которые использовали данный предмет музейной экспозиции;

- место изготовления или использования данного предмета;
- временной промежуток;
- материал, из которого был сделан данный предмет [18].

Также иногда в текстах такого типа присутствуют различные пояснения. Комментарии, которые составляются для освещения некоторых моментов, относительно которых у посетителей могут возникнуть вопросы.

Говоря о типах музейных этикеток, нельзя не сказать об их количественном значении. В данном отношении выделяют следующие группы:

- этикетки для одиночных экспонатов (описывают только один предмет);
- сводные этикетки (описывают общие признаки сразу нескольких экспонатов) [18].

Также довольно часто используется так называемый «пучковый этикетаж», который позволяет располагать описание экспоната не на самой витрине, а за её пределами [19].

Немаловажным является рассмотрение участников музейной коммуникации, коими выступают посетитель (как субъект) и экспозиция (как объект). Отметим, что невербальная коммуникация является основным способом взаимодействия, что создаёт помехи в понимании, а позже и в интерпретации получаемой информации. Данная интерпретация очень важна в этикетаже. Текст этикетки – ключевая деталь во взаимодействии объекта и субъекта музейной коммуникации, в установлении между ними связи.

С точки зрения музейной коммуникации необходимо рассмотреть также такой этикетаж, который призван помочь посетителям ориентироваться в музейной экспозиции. Так как в большинстве случаев именно этикетаж становится важным звеном в понимании общей концепции выставки, то именно стилистически верно выверенная этикетка способна подтолкнуть посетителя к нужному ходу рассуждений. Это связано с тем, что восприятие человека связано зачастую с внешними проявлениями предметов

(так, например, здесь можно отметить цвет, фактуру, величину), тогда как нечасто человек в силу своих способностей может распознать внутреннее информационное поле, к которому можно отнести историко-культурные, общественные и иные характеристики экспоната.

С течением времени роль музеев изменяется, поэтому важно понимать, что с развитием различных технологий на месте не остаётся и музейных этикетаж.

Исследователь Т.В. Раншакова, занимающийся вопросами музеологии, в своей работе отметила, что именно музейная коммуникация является одной из основных теорий в современном музейном научном дискурсе [17].

Она же в своей работе говорит о различных видах этикетаж, которые активно используются на сегодняшний день. К ним относят следующие этикетки:

- традиционный этикетаж (картонный этикетаж, этикетаж на наклейках, этикетаж на отдельных планшетах);
- QR-коды;
- Аудиоэтикетаж.

Это не все виды этикетажей, которые можно встретить в различных музеях. Для лучшей коммуникации используются также световые табло, плазменные экраны с видеорядом, электронные карты, 3D технологии, а также очки виртуальной реальности. Всё чаще социальные сети используются в качестве одного из инструментов для осуществления поиска аудитории музея [34].

Поскольку с годами интерес к музеям не падает, а наука «музеология» только развивается, то естественно и форматы музейной экспозиции шагают в ногу со временем [16]. Выставки буквально соревнуются в создании нетривиальных способов музейной коммуникации. Происходит тенденция совмещения развлечения и образования, и таким образом привлечение большего количества посетителей в музеи. Соответственно каждый текст должен обладать определённым уровнем убедительности [33]. Но есть и ещё

одна причина, почему музеи начинают использовать современные технологии – это адаптация музейной экспозиции под людей с ограниченными возможностями. И здесь речь идти может не только лишь об адаптации, но и реабилитации людей с отклонениями [13].

В современном мире музеи, как форма культурного института, существует не только в качестве места сбора и хранения предметов искусства или памятников древности, но и как научно-просветительские, художественно-эстетические центры любой страны. В большинстве своём они являют собой особый пласт информации, направленный на прививание интереса и уважение к истории страны, её культуре не только собственных граждан, но и иностранных посетителей. Именно поэтому важно отметить, что музейный этикетаж исполняет значительную роль в межкультурной коммуникации.

Особое внимание стоит обратить на позальные тексты. Позальным текстом называют такую информацию, которая имеет функцию описания предметов выставки [12]. Именно так называется особая форма текста, которая говорит о следующих единицах: жизнь людей определённой эпохи, быт, предметы и т.д. Важно так же отметить, что такой текст не направлен исключительно на отечественного гостя, но и ещё и на иностранных посетителей. Для последних даже подобный стиль больше актуален ввиду их большей неосведомлённости о культурно-политических аспектах страны.

К качеству позального текста можно отнести неперегруженность. В ней всегда наблюдается ровно такое количество информации, которая строго регламентирована под конкретные нужды [11].

Позальный текст, с точки зрения стилистики, можно отнести к публицистическому тексту, так как имеет определённую систему. Она состоит из следующих элементов: короткие, ёмкие, информационные предложения, абзацное членение, заголовок [2].

Важно также отметить, что музейному тексту необходима экспликация – сокращённое письменное содержание экспозиции

выставленного зала музея, включая в себя различного рода объяснения культурных особенностей и их оценку. Иными словами, экспликация необходима для того, чтобы представить посетителям (как русскоязычным, так и иностранным) основное содержание музейного экспоната, а также разъяснить историко-культурные связи.

Именно подобные тексты дают возможность осуществлять музейную коммуникацию, что в свою очередь ведёт к созданию прагматичного отношения к содержанию выставки.

2.1 Понятие «образ» в теории текста

В своей работе исследователь Т.С. Попенкова отмечает, что только достоверная информация о событиях прошлого может создать у посетителя эмоциональную связь с памятными объектами, осколками давно ушедших веков. [20].

Для того чтобы сформировать верный образ исторической эпохи, а потом и вовсе сохранить его, необходимо понимание множества факторов. Важнейшим элементом является правильное восприятие временного периода, так как это связано с тем, что каждой эпохе соответствуют свои лексические единицы [28].

Важно также понимать степень ответственности составителя музейного этикетажа перед современными людьми. Опыт посещения музейной экспозиции сильно влияет на посетителя, его ценности, мировоззрение. Изменению эти единицы подвержены влиянию увиденного и прочтённого во время посещения музей. Именно поэтому важно в музейных этикетках верно отображать историко-культурные особенности того или иного периода. Так как именно от качества выполненной локализации, переводческой деятельности напрямую зависит возможность иностранного гостя в полной мере ощутить и познать «русскую душу» через музейные экспонаты, поэтому переводчик должен быть разносторонним, правильно понимать и переводить

культурный контекст [24]. По словам Н.К. Гарбовского перевод состоит из двух шагов: понимание смысла текста и его выражение на родном языке [6]. Иными словами, для того, чтобы выполнить свою межкультурную функцию – донесение знаний о культуре и истории нашей страны, текст этикетажа музея должен быть выполнен по всем канонам и правилам, с учётом особенностей представленного исторического периода [1].

Немаловажным будет также отметить, что информация в тексте музейного этикетажа является предметом историко-культурной направленности. Это связано с тем, что каждый экспонат в музее имеет исторический бэкграунд. Целью же этикетки является передача этой ценности, ведь различные предметы, представленные в экспозициях, датируются веками. Стоит обозначить, что исторический пласт не единственный, который должен быть передан в этикетаже – нельзя пренебречь социальными, культурными и национальными характеристиками. Однако в данном отношении исторический фактор представляет собой ещё более ценную категорию, так как важно верно интерпретировать события старины, чтобы отразить обозначенные выше характеристики.

Исторический фактор, а также важность детальной проработки музейного этикетажа в рамках традиционной культуры, отражает необходимость использования выставочных экспонатов в качестве культурно-социального фона для наших современников, а также для будущих поколений.

Как уже было отмечено, составление экспозиции являются основной формой деятельности музеев, а этикетаж – формой коммуникации между посетителями и выставочными экспонатами. Именно поэтому важно сказать, что именно составитель этикетажа ответственен за корректное восприятие историко-культурной информации, так как в ходе культурного взаимодействия с этикеткой, у посетителя формируется вовлечённость в исторический фон предметов, образуются культурно-исторические образы. Потому цельность восприятия, понимание знаково-символической

информации может быть достигнута только при полном, целостном понимании выставочного образца, достигаемого качеством информативности этикетажа [30].

Сама музейная этикетка, будучи важной частью экспозиции, выполняет особую функцию, а значит и должна иметь особый исторический научный текст, со своими языковыми, речевыми, стилистическими особенностями. Поэтому адаптация текста этикетажа должна происходить и с учётом культурно-исторического функционала материала и с учётом минимальных потерь [26]. Иными словами, этот историко-культурный функционал должен быть проработан на уровне научного исторического текста.

1.3 Этикетаж как особый жанр музейной коммуникации

Как уже было отмечено в предыдущем параграфе, текст музейного этикетажа относится к научно-историческому типу. Подтверждением этому могут служить следующие факторы: наличие различной терминологии, точность языка, конкретность, объективность, высокая информативность текста. В каждом отдельном взятом музее, даже, порой, для каждого выставочного образца, требуется специфическая лексика. Поэтому требуется постоянная адаптация под функциональные стили. К данным видам музеев можно отнести следующие: военный, музеи естествознания, краеведческие, иными словами, тематически обособленные. Так, например, в настоящей бакалаврской работе рассматривается краеведческий музей, а именно научно-техническая экспозиция, поэтому терминология в данном случае связана больше с техническими, историческими, предметными понятиями.

Следует отметить в данном дискурсе слова исследователя Ю.Г. Торгашевой, которая в своей работе отмечала следующее: «одной из самых ярких особенностей текста этикетаж как объекта перевода является его неразрывная связь с экспонатом, невозможность его перевода в отрыве от музейного пространства» [26]. Иными словами, существует необходимость

понимания функционального стиля не только текстовой составляющей этикета на русском языке, но и его связи с выставочным образцом. Это связано с так называемой фоновой социокультурной информацией.

Другой исследователь В.С. Виноградов указывает на то, что эта фоновая информация характерна для отдельно взятой нации или этноса, а также выделяется в языковой традиции этой национальности. Также отмечается, что эти знания не относятся к областям, связанным с повадками животных или музыкальных ритмов, которые характерны узкому кругу людей. Эта информация должна быть отражена в специфических сочетаниях языка. К такой информации он относится следующие понятия: исторические факты, географию, предметы культуры и фольклористику [7]. Иными словами, к такой информации относят те понятия, которые в переводческой науке называют термином «реалии» [7]. Процесс перевода реалии подразумевает под собой снижение различий между терминами одного и другого языка [15]. Автор указывает на то, что фоновая информация может быть связана также с безэквивалентной лексикой, которая называется ассоциативной. В таком случае данные реалии связаны с особыми национальными историко-культурными явлениями, которые имеют уникальное лингвистическое проявление, и сложность перевода реалии заключается в том, чтобы сохранить национальный дух [29]. Вопросы о грамотной лингвистической и культурной репрезентации возникают при переводе музейных текстов из-за взаимодействия системных или прагматических различий между языками [31].

К этой теме в своей работе обращалась также исследователь О.С. Ахманова, которая говорила о реалиях как о факторе в классической грамматике различные характеристики, которые относятся к так называемой «внешней лингвистике». К ним, с точки зрения И.С. Ахмановой, можно отнести следующие понятия: строение страны, культурно-исторические особенности, языковые контакты [3].

Другой исследователь И.Д. Ромадина выделяет проблемы, которые связаны с реалиями. К ним она относится следующие единицы:

- отсутствие эквивалента (из-за того, что переводимой реалии просто нет в языке);
- необходимость передачи коннотации (то есть при переводе актуальным бывает не только семантика, но и значение в отражении национально-исторического колорита) [20].

В другой работе также говорится о проблемах переводческой деятельности касаясь различных реалий. Г.Д. Томахин указывает на следующие пункты и говорит, что реалия:

- существует в отдельно взятом языковом коллективе;
- существует в обоих языках, однако в одном из них имеет добавочное значение;
- существует в обоих языках, имея разные значения, но схожий функционал;
- существует в обоих языках, имеет схожее значение, но различается оттенками [25].

Различные реалии со временем вошли в российские словари и пособия по переводу, что в большой мере облегчило труд по адаптации текстов и поиску наиболее верного аналога. Но несмотря на это, в языке существует огромное количество слов, которые относятся к безэквивалентным.

Вопрос правильного перевода этикетажа волнует многих исследователей, поэтому существует множество классификаций, по которым подразделяются культурно-исторические единицы. Обратимся к классификации, предложенной болгарскими учёными С.И. Влаховым и С.П. Флориным. Они выделяют следующие характеристики: география, этнографические реалии, политические реалии, военные реалии [8].

Географические реалии можно отнести к так называемым топонимам, которые будут рассмотрены в текущем параграфе чуть позже. К

этнографическим реалиям можно отнести такие явления как пища, одежда, жильё и т.д. К общественно-политической повестке относят любого рода политические организации, присуждаемые звания, официально-деловая, номенклатурная лексика. Названия орудий, родов войск, обмундирования, виды подразделений и т.д. – всё это относится к военным реалиям.

Важно отметить, что фоновая информация может по-разному проявляться в тексте. К таким формам могут относиться следующие языковые единицы:

- историзмы;
- архаизмы;
- топонимы;
- антропонимы.

Историзмы – это слова, вышедшие из употребления потому, что исчезли из жизни предметы и явления, которые они обозначали. Историзмы являются единственными наименованиями давно ушедших из нашего обихода предметов. Следовательно, историзмы не имеют синонимов среди слов активного словарного запаса. Историзмы необходимы для создания окраски древности при изображении старины. Они решают конкретные задачи: усиливают выразительность речевых характеристик личностей или предметов, стилизуют под типовую ситуацию общения или под социально-речевые особенности времени [5].

Архаизмы представляют собой названия существующих вещей и явлений, по каким-то причинам вытесненные другими словами, принадлежащими к активной лексике [1]. Иными словами, архаизмы – это лексические единицы, которые к настоящему времени имеют свои более современные синонимы: ветрило (сущ.) – парус, психея (сущ.) – душа, заморский (прил.) – иностранный. Они помогают придать описанию черты исторической достоверности и передать колорит эпохи.

Топонимы выражают географические названия. Они имеют повышенную связь имени с культурно-историческим фоном, в котором они возникли [10].

Антропонимам, Д.И. Ермолович даёт следующее определение: «Антропоним – это имя собственное (или набор имён, включая все возможные варианты), официально присвоенное отдельному человеку как его опознавательный знак» [10, с. 38]. Эти слова содержат информацию о культуре, нации и общественных ценностях [22].

Следует также отметить термины как единицу передачи фоновой информации в той связи, что в музейном тексте экспозиции «Сатурн» встречается научная лексика. Термины (образовано от латинского слова: *terminus* – предел, граница, конец чего-либо) – это выражение естественного или искусственного языка, обозначающее предмет (реальный или абстрактный) или множество (класс) предметов [20].

Немаловажным также является отметить основные подходы к переводческой деятельности, используемые для передачи различных реалий. К ним можно отнести следующие подходы: транскрипция, перевод, введение неологизма, описательный перевод.

Подход транскрипция заключается в механическом переносе с русского на английский слова, начертание фонетически схожего, идентичного слова, без раскрытия смысла, также с помощью неё в переводе можно сохранять отчества людей [9].

Перевод реалии характеризуется попыткой выбора в английском языке соответствующего эквивалента.

Перевод калькированием, или же создание неологизма, заключается в замене составных частей (морфем или слов в случае устойчивых словосочетаний).

Экспликация подразумевает раскрытие понятия путём описательного перевода с сохранением функционального стиля текста, семантики и коннотационных характеристик.

Выводы по главе 1

Музейная коммуникация выполняется на нескольких уровнях и имеет ряд функций: когнитивная, информационная, функция понимания, эмотивность, побудительная и идеологическая функции. Важнейшей функцией музейного текста является коммуникативная. То есть создание условий для культурного взаимодействия предметов экспозиции и посетителей выставки. Музейные тексты – тексты, которые специально созданы для донесения фактической информации до реципиентов, то есть гостей выставок и галерей.

Музейный этикетаж выполняет важную роль в ориентации по местности и информации для посетителей выставок. Именно он становится отправной точкой не только для поверхностного, визуального понимания предметов экспозиции гостями, но и для того, чтобы в полной мере показать историко-культурный фон, пояснения роли тех или иных выставочных образов в исторических и общественных реалиях.

Этикетаж представляет собой следующую информацию о предметах экспозиций: название самого предмета, её атрибуты, сведения о материале, габаритах, объёмах, месте и способе создания. Иными словами, этикетаж являют собой общность этикеток отдельно взятой выставки или экспозиции.

Как уже было отмечено, музейный текст, будучи неотъемлемой частью экспозиций и выставок, имеет необходимость нести на себе функциональную нагрузку, то есть информация должна обладать такими признаками, чтобы не создавать разночтения, доносить точную информацию до реципиента. Поэтому основными характеристиками музейного текста являются следующие понятия: ёмкость, объективность, сухость языка, высокая информативность. Эти функции можно отнести к публицистическому стилю текста.

Этикетаж содержит текст выставки, который характеризует экспозицию и пояснительные записи к ней. Автор музейной этикетки обычно остаётся неизвестным.

В материалах музейных этикеток должен прослеживаться так называемый образ эпохи, посетители должны видеть яркую картину того времени, по которому составлена данная этикетка, названия на этикетках отражают дух времени. Это необходимо, потому что образ эпохи связан с актуальностью донесения до современников, неважно русскоязычных или иностранных, историко-культурных особенностей страны.

Музейные тексты составлены с целью доведения до посетителей экспозиции информации, которая направлена на облегчение познания и пробуждение интереса к культурным памятникам у посетителей выставок.

Глава 2 Средства репрезентации образа исторической эпохи в этикетаже экспозиции «Сатурн» тольяттинского краеведческого музея

2.1. Средства репрезентации образа исторической эпохи в этикетаже экспозиции «Сатурн» с русского на английский язык

Тексты экспозиции «Сатурн» представляют собой небольшие по объёму этикетки с краткой информацией по музейно-выставочным предметам. Нумерованные списки – основная форма представления информации посетителям.

В ходе выполнения практической части текущей бакалаврской работы по исследованию одной из экспозиций Тольяттинского краеведческого музея, были замечены некоторые лексико-стилистические образцы.

Всего было изучено 1146 слов, которые являют собой всю информационную часть этикетажа исследуемой экспозиции, она представлена на рисунке 1. Почти все предметы представлены в особых группах. В том числе на это обращено внимание при распределении списков. Так, например, можно увидеть пометки «верхний ящик» или «нижний ящик». Соотношение слов неодинаково для описания этих групп.



Рисунок 1 – Количество слов в каждой из категорий музейного этикетажа экспозиции «Сатурн» Тольяттинского краеведческого музея

Музейная экспозиция «Сатурн» представлена в основном предметами пользования советских людей. Этикетаж содержит в себе информацию о названии предмета, периода (советский, постсоветский), год создания, город создания, место создания, к примеру:

- Часы-будильник электронно-механические «Слава»
СССР, г. Москва. Второй Московский часовой завод. 1980-е гг.
- Отвертка цельнометаллическая прямошлицевая с деревянными накладками
СССР, Горьковская обл., р.п. Сосновское. Сосновский завод «Металлист». 1970-е гг.
- Ручка двери наружная передняя левая для автомобиля ВАЗ-2101/ВАЗ-2102/ВАЗ-2103
Венгерская Народная Республика (ВНР). Фирма Elzett. 1977 г.
Где-то обозначена модель устройства:
- «Компостер для талонов. Модель ЗП8».
- Сувенирная модель автомобиля ВАЗ-2121 «Нива» на линии конвейера.
Подарок В.Н. Полякову от коллектива ВАЗа

В некоторых этикетках также есть информация о составе и материале, из которого создан тот или иной предмет:

- Сувенир «Олимпийский Мишка»
Металл
СССР. К. 1970-х гг.
- Набор сувенирный (блокнот карманный и ручка) с олимпийской символикой
Металл, бумага
– СССР, г. Ленинград. ПО «Красный выборжец». К. 1970-х – н. 1980-х гг.
- Набор сувенирный (блокнот карманный и ручка) с олимпийской символикой
Металл, бумага
СССР, г. Ленинград. ПО «Красный выборжец». К. 1970-х – н. 1980-х гг.

– Медаль памятная «XXII Олимпиада. Москва 1980»

Томпак

СССР. Ленинградский монетный двор (ЛМД). 1980-е гг.

– Сувенир «Олимпийский Мишка с медалью»

Металл

СССР. К. 1970-х гг.

– Сувенир «Олимпийский Мишка»

Пластмасса

СССР. К. 1970-х гг.

В этикетках присутствует расшифровка некоторых понятий, приведённая в скобках, к примеру: «Набор сувенирный (блокнот карманный и ручка)...». Также присутствуют названия, почти все приурочены к Олимпиаде в 1980 в Москве: «Олимпийский Мишка», «Олимпийский Мишка с медалью», «XXII Олимпиада. Москва 1980». Исходя из этих названий, нам становится понятно, что данная экспозиция посвящена торжественному мероприятию в Москве. Но не все предметы здесь приурочены к Олимпиаде, на нижнем ящике приведён проездной билет, который использовался уже после мероприятия, в 1990-х – н. 2000-х гг, и пользовались им в г.Тольятти.

К некоторым предметам экспозиции «Сатурн» представлено описание и краткие характеристики, как в этикетке, написанной для не скольких моделей электромобилей СССР, которая тоже требует отдельного рассмотрения.

ЭЛЕКТРОМОБИЛЬ

ВАЗ 2702 «ПОНИ»

За период с 1981 по 1985 год
было изготовлено 6 опытных образцов.

Грузоподъемность 400 кг.

Вес источников питания 320 кг.

Пробег без заправки на батареях
НЦ – 120 км, НМ – 150 км, ЛИ – 210 км.

Электромобилей «Ока» изготовлено 25
экземпляров, 3 из них работают в

г. Санкт – Петербурге,
2 – в г. Екатеринбурге.
Электромобиль «Гном» - 1 экземпляр,
«Эльф» - 1 экземпляр.
(из фондов музея ПАО «АВТОВАЗ»)

В данной этикетке рассматриваются несколько электрических автомобилей времён Советского Союза из фондов музея ПАО «АВТОВАЗ». В этикетке представлены названия моделей, период, в который данные модели были изготовлены и количество экземпляров. Также в этикетке представлены характеристики электромобилей: грузоподъемность, вес источников питания, пробег без заправки на батарее.

Также в данной экспозиции присутствуют этикетки для других автомобилей:

ВАЗ – 21011
Двухмиллионный автомобиль
Волжского автозавода.
Сошёл с конвейера
9 июля 1975 года
в канун XXV съезда КПСС.
Сход с конвейера состоялся
в торжественной обстановке
в присутствии генерального
директора объединения
АвтоВАЗ А.А. Житкова.

Текст, посвящённый двухмиллионному автомобилю, который сошёл с конвейера, уже несколько более объёмный, чем каждый текст по отдельности из предыдущей экспозиции. В данном тексте присутствует информация о дате производства и самом производителе, а также в канун какого мероприятия он был собран и в какой обстановке. В отличие от предыдущих текстов, здесь присутствует информации о директоре завода. результате практико-исследовательской деятельности этикетажа экспозиции настоящей бакалаврской работы, нами были определены группы средств выражения различных категорий с точки зрения лексической соотнесённости.

Было определено, что в представленных этикетках экспозиции «Сатурн» содержится 131 топоним, 61 антропоним, 27 слов лексики пассивного запаса (см. рис. 2).

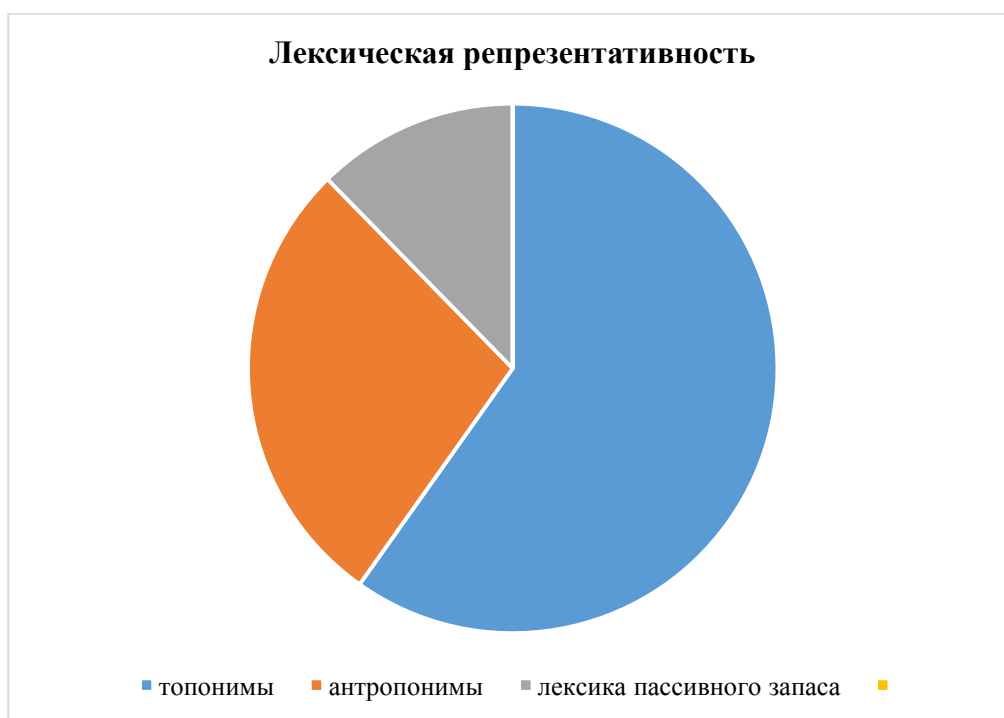


Рисунок 2 – Языковая репрезентация историко-культурной информации в этикетках экспозиции «Сатурн»

Таким образом, можно сделать вывод о том, что наиболее существенную (репрезентативную) группу слов составляют большинство. Топонимы имеют одну из ключевых ролей музейной историографии. Они не только определяют место, где были произведены те или предметы экспозиции, но и несут на себе культурно-исторический отпечаток определённой территории.

Топонимы в выбранной для анализа экспозиции условно можно разделить на две составляющие – общее название по стране-производителю и конкретное наименование территории. Иными словами, топонимы в тексте либо определены на уровне наименования государства, либо конкретизирована локация.

Так, например, очень часто встречаются следующие обозначения:

- Сумка женская

СССР. 1980-1990-е гг.

– Приборная панель автомобиля ВАЗ-2110
Россия. 1990-е гг.

Нельзя не упомянуть, что в тексте этикетажа экспозиции также присутствуют иноязычные топонимы:

– Сигнал звуковой автомобиля ВАЗ-2103
Германская Демократическая Республика (ГДР), г. Рула. Завод FER. 1977 г.

– Радиотелефон SONY SPP-58
Япония. Корпорация SONY. К. 1990-х – н. 2000-х гг.

– Телефонный аппарат Tesla Bs-23
Чехословакия, г. Стрпков. Завод Tesla Stropkov. 1984 г.

В числе топонимов мы также заметили конкретные населённые пункты как нашей страны, так и общемировые.

Важным с точки зрения содержания различных топонимов в тексте этикетажа можно назвать советские и современные названия государств, субъектов федераций, районов, городов.

Так, например, в тексте присутствует название «северной столицы» в двух интерпретациях:

– Набор сувенирный (блокнот карманный и ручка) с олимпийской символикой
Металл, бумага
СССР, г. Ленинград. ПО «Красный выборжец». К. 1970-х – н. 1980-х гг.

– «...Электромобилей «Ока» изготовлено 25 экземпляров, 3 из них работают в г. Санкт – Петербурге.»

Данный факт актуален с точки зрения исторического развития нашей страны, срез времени, различия между двумя эпохами – советским периодом и современной Россией.

С целью передачи исторической памяти, также важно отметить следующий топоним в этикетаже: «Электродрель (машина ручная

сверлильная электрическая) «ИЭ-1036Э», *Чечено-Ингушская АССР* Ахриева. 1990 г.». Здесь указано название Чечено-Ингушской АССР. В современном мире уже не существует этого субъекта, вместо него в состав РФ входят отдельно Ингушская и Чеченская национальные республики.

Важный топоним содержит следующая этикетка: «*Форменный головной убор участника войны в Афганистане, старшего лейтенанта Советской Армии Сергея Александровича Макарова СССР. 1980-е гг.*» В данном случае рассматривает головной убор солдата, который участвовал в военных событиях. Эта деталь отсылает к событиям введения войск в Афганистан, а также даёт возможность реципиентам заинтересоваться событиями 70-80-ых годов XX века.

С точки зрения культурно-исторической характеристики также примечательны старые названия некоторых государств, которые указаны на этикетках музейных экспонатов. Так, например, можно встретить следующее:

- Замок багажника автомобиля ВАЗ-2101/ВАЗ-2102/ВАЗ-2103
Венгерская Народная Республика (ВНР). Фирма Elzett. 1977 г.
- Телефонный аппарат RFT
Германская Демократическая Республика (ГДР). 1976 г.
- Телефонный аппарат Tesla Bs-23
Чехословакия, г. Стрпков. Завод Tesla Stropkov. 1984.

И Венгрия, и современные Чехия, Словакия, и часть Германии долгое время входили в так называемый «социалистический лагерь». Названия на этикетках отражают дух времени, показывая дружбу между прокоммунистическим СССР и социалистическими республиками.

Нельзя не отметить и названия нашей области. Долгое время областная столица нашего региона носила имя коммуниста, члена КПСС Валериана Владимировича Куйбышева. Поэтому и губерния носила название – Куйбышевская. Это отражено в этикетаже музейных экспонатов несколько раз:

- Приспособление для выпрессовки шарниров (сайлентблоков) нижнего рычага передней подвески автомобиля ВАЗ СССР, Куйбышевская обл., г. Тольятти. ВАЗ. 1981 г.
- Эмблема решетки радиатора автомобиля ВАЗ-2103 СССР. Куйбышевская обл., г. Сызрань. Завод «Пластик». 1970-е гг.
- Пассатижи СССР, Куйбышевская обл., г. Тольятти. ПО «Синтезкаучук». 1978 г.

В тексте также присутствуют антропонимы, однако, в очень небольшом количестве. Эта лексическая единица призвана обозначать имена участников тех или иных событий. Антропонимы создают особую связь между экспонатом и посетителем за счёт того, чтобы устанавливаются доверительные отношения с использованием достоверной и точной информации в «лицах».

Приведём пример антропонима:

- «..Сход с конвейера состоялся в торжественной обстановке в присутствии генерального директора объединения АвтоВАЗ *А.А. Житкова*».

В данном примере говорится о директоре объединения АвтоВАЗА Анатолии Анатольевиче Житкове, который 9 июля 1975 года принимал участие в сходе с конвейера двухмиллионного автомобиля волжского автозавода. Это является важным памятным событием в истории города Тольятти. Этот пример иллюстрирует антропоним «*А.А. Житков*», с которым любой иноязычный гость музея может познакомиться, то есть обрести связь с представителем ушедшей эпохи. В сочетании с экспонатом, автомобилем, данное знакомство даёт колоссальный эффект присутствия и сопричастности.

В тексте есть иные примеры антропонимов. Так, например, говорится об известном хоккеисте в контексте его вещи в музее:

– «Свитер хоккейный защитника ХК «Лада» Тольятти сезона 1993/1994 *Шулакова Дмитрия Юрьевича*
Германия. Компания Schanner Eishockey. 1992-1993 гг».

Данный пример антропонима относится к упоминанию крупной спортивной звезды в определённом виде состязаний.

«Отцом» современного волжского автомобильного завода является Виктор Николаевич Поляков. Поэтому неудивительно, что именно его имя в числе прочих упоминается в этикетаже экспозиции Тольяттинского краеведческого музея. Ему была вручена медаль за заслуги перед АвтоВАЗом:

– «Сувенирная модель автомобиля ВАЗ-2121 «Нива» на линии конвейера. Подарок *В.Н. Полякову* от коллектива ВАЗа
Металл, литье
СССР, г. Тольятти. Изготовлено в Центре стиля Управления главного конструктора (УГК) ВАЗа. 1974-1975 гг».

Однако для создания связи между музейным экспонатом и гостем экспозиции нужны не только громкие имена – подойдут и простые работники социально важных профессий. Так, например, в коллекции экспозиции «Сатурн» находится фотография врача городской больницы: *«Фотография. Главный врач городской больницы №1 Слесаренко Любовь Ивановна. СССР, г. Тольятти. 1970-е гг. Копия».*

В этом контексте также можно отметить следующий предмет выставки: *«Ежедневник «Спутник» на 1972 год Героя Социалистического Труда, заслуженного строителя РСФСР Комзина Ивана Васильевича СССР. Внешторгиздат. 1971 г».*

Также есть такой экземпляр: *«Книжка-памятка журналиста, члена Союза писателей СССР Коляструка Николая Дмитриевича СССР. Фабрика белых товаров №7. К. 1950-х гг».*

В этих примерах особую связь создают с посетителями не только их профессии, но ещё и указание особых отличительных признаков – точное место работы, период трудовой деятельности и т.д.

Помимо антропонимов, которые называют людей, в этикетаже встречается множество имён собственных, принадлежащих моделям автомобилей, спортивным командам, наборам игрушек и так далее.

Так, например, указывается название хоккейной клюшки и название хоккейного клуба:

– *«Клюшка хоккейная «Союз» с автографами ветеранов сборной СССР и ветеранов ХК «Торпедо» Тольятти СССР, г. Москва. 1983 г».*

Эти названия имеют особую историческую ценность. «Союз» отсылает к названию государства, а второе название сейчас не используется, так как клуб был переименован в конце 80-ых годов в «Ладу». Таким образом, оба понятия выражают ныне несуществующие понятия, однако отражают исторический этап нашей страны.

Упомянуты также съезды КПСС:

*«Сошёл с конвейера
9 июля 1975 года
в канун XXV съезда КПСС».*

Данный факт передаёт политико-исторический оттенок предметам выставки, переносит в иное государственно-партийное устройство.

В этикетаже музея имеются и другие названия. Так, например, говорится об автомобиле «Пони», «Гном», «Эльф» и «Ока», которые раскрывают определённые данные по габаритам машин.

Особое внимание хотелось бы уделить в данном отношении названиям предприятий, которые указаны в этикетажах. Примерами могут служить следующие наименования: «Калининградторгмаш», «Красный выборжец», «Дмитровградский автоагрегаторный завод (ДААЗ)», «Красная звезда», «Новосибирский инструментальный завод», «Металлист» и т.д. Все эти предприятия имеют особые названия, связанные либо с местом их нахождения, с основным видом деятельности или же коммунистической идеологией. Эти моменты сильно связаны с историей и культурой страны.

Также в текстах этикеток встречаются названия иностранных компаний латинскими буквами с использованием дополнительных знаков фонетического обозначения: «*Crown Radio Corp*», «*Elzett*», «*Hazet*», «*Sony*». Особую связь эти названия могут создать с иностранными посетителями при условии знакомства их с этими компаниями.

Термины выступают в роли элементов функционального стиля – давать точную информацию относительно предметов экспозиций и выставок. К ним относятся следующие группы:

- названия деталей машин (трамблёр, сайлентблок);
- химические единицы (аммиак, катализаторы производства аммиака, углекислота, смола карбамидоформальдегида);
- инструменты (пассатижи, струбцина);
- измерительные приборы (миллиамперметр, манометр).

2.2. Способы и приемы перевода этикетаж экспозиции «Сатурн» с русского на английский язык

В прошлой главе мы определили, что лексическую репрезентативность текста составляют топонимы, антропонимы и лексика пассивного запаса, а одной из ярчайших характеристик данного этикетаж как раз является использование пассивной лексики – историзмов, архаизмов.

К числу историзмов, то есть слов, обозначающих понятия, ушедшие из нашего обихода, к ним можно отнести следующие наименования:

- *магнитные кассеты, кассетный и катушечный магнитофоны* (относительно недавно многие ещё пользовались кассетами, однако сейчас прослушивание музыки приобрело более простую форму благодаря развитию стримингов, плееров и интернета). Так, например, «*Магнитофон кассетный носимый «Квазар М-303»*» перевели как

«*Portable cassette tape recorder Kvazar M-303*» с помощью подбора словарных соответствий:

Магнитофон кассетный носимый «Квазар М-303»	<i>Portable cassette tape recorder Kvazar M-303</i>
СССР, г. Ленинград. Производственное объединение «Завод имени Калинина». 1989 г.	USSR, Leningrad. Production Association "Plant named after Kalinin". 1989

К числу архаизмов, то есть слов, понятия которых сохранились до сих пор, но их начертание видоизменилось. К ним можно отнести следующие слова:

- *компостер для талонов* сейчас называется валидатором. Компостеры возникли в Азии, там они долгое время и существовали. Поэтому важно обозначить современный термин для этого слова. Перевод с помощью подбора эквивалентов данного понятия выглядит так: «*Компостер для талонов. Модель ЗП8*» «*Ticket punch. Model ЗР8 (Validator)*»:

Компостер для талонов. Модель ЗП8	<i>Ticket punch. Model ЗР8 (Validator).</i>
СССР, г. Москва. 1978 г.	USSR Moscow. 1978

Довольно часто возникают трудности в переводе названий, различных антропонимов, если они не всемирно известны. Так, например, названия предприятий очень часто тяжело перевести. В своей дипломной работе я тоже столкнулся с такого рода трудностями. В данном случае хотелось бы рассмотреть пример "*Kaliningradtorgmash*". Было решено использовать три метода:

1. транскрипция
2. экспликация
3. калькирование

Последний пункт важен для того, чтобы посвятить гостей в тонкости *советизмов* как лексических единиц. Так как для иностранцев слово

«Калининградторгмаш», переведённое без пояснения, не несёт никакой смысловой нагрузки, было принято решение эксплицировать значение этого слова. Таким образом, иностранным посетителям будет продемонстрирована привычная русскому языку фонетическая стройность слова, а также они поймут значение названия:

Кассовый полуавтомат для продажи билетов ППБ-7-75	Cash semi-automatic machine for selling tickets PPB-7-75
СССР, г. Калининград. Калининградское ПО торгового машиностроения	USSR Kaliningrad, Kaliningrad commercial engineering production association Kaliningradtorgmash. 1981
«Калининградторгмаш». 1981 г.	

Такие пояснения также можно делать так же для того, чтобы обозначить не только название предприятия, но и обозначение жителей. Так, например, «Выборжец» переведён транскрипцией, а потом дано пояснение:

Набор сувенирный (блокнот карманный и ручка) с олимпийской символикой	Souvenir set (pocket notebook and pen) with Olympic symbols.
Металл, бумага	Metal, paper.
СССР, г. Ленинград. ПО «Красный выборжец». К. 1970-х – н. 1980-х гг.	USSR Leningrad, PO Red Vyborzhets (Vyborzhets means a person who lives in Vyborg (town in Russia)) To 1970s - 1980s

Обозначение названий электромобиля также можно представить в таком же ключе:

Электромобилей «Ока» изготовлено 25 экземпляров	There were produced 25 electric automobile Oka (Russian river)
---	--

Используя экспликацию, мы можем предоставить иностранцам возможность понять, что некоторые предметы того времени назывались названиями уже существующих имён собственных, многие из которых не имеют эквивалентов на английском языке, переведены с помощью транскрипции и нуждаются в пояснении, потому что как названия не несут в себе никакой смысловой нагрузки для иностранного реципиента. С помощью экспликации, мы можем продемонстрировать иностранным посетителям, что многие вещи или изобретения того времени несут в себе некоторые

ассоциации с элементами культуры нашей страны.

Такой способ перевода не всегда предполагает длительное объяснения явления. Порой можно просто применить транскрипцию и эксплицировать значение в скобках, чтобы передать дух времени. Для времён СССР назвать клюшку «Союз» довольно символично, таким образом при переводе это необходимо передать, чтобы иностранцы смогли проникнуться атмосферой того времени и познать его особенности:

Клюшка хоккейная «Союз» с автографами ветеранов сборной СССР и ветеранов ХК «Торпедо» Тольятти СССР, г. Москва. 1983 г.	Hockey stick Soyuz (union) autographed by veterans of the USSR national team and veterans of HC Torpedo Togliatti USSR Moscow. 1983
---	---

Следующий способ перевода слов «Ярославль» и «Ярославна» неоднозначен. Так как эти слова очень похожи, перевод не может быть осуществлён с помощью одной трансформации. Город «Ярославль» и имя «Ярославна» из-за некоторых сходств в звучании и написании может запутать иностранных посетителей и из-за этого понимание экспозиции снизится, таким образом, было принято решение использовать транскрипцию и экспликацию, следующие переводческие трансформации просто необходимы в данном случае:

Перьевая авторучка «Ярославль» СССР, г. Ярославль. Ярославский завод «Оргтехника». 1970-е гг.	Fountain pen <i>Yaroslavl</i> (name of the town) USSR Yaroslavl. Yaroslavl plant Orgtekhnik. 1970s
---	--

Перьевая авторучка «Ярославна» СССР, г. Москва. Московский завод пишущих принадлежностей имени Сакко и Ванцетти. 1970-1980-е гг.	Fountain pen " <i>Yaroslavna</i> " (a name for a human (female)) USSR, Moscow. Moscow plant of writing instruments named after Sacco and Vanzetti. 1970-1980s
--	---

Можно выполнять перевод слов с помощью транскрипции и экспликации, то есть поиском в английском языке полного словарного эквивалента и пояснение его с помощью экспликации. Так, например, слово «Юность» было переведено как *Yunost* (Youth) «Заря» как *Zarya* (dawn),

«Витязь» как *Vityaz (brave warrior, Russian knight)*:

Перьевая авторучка из набора «Юность» СССР, г. Ярославль. Ярославский завод «Оргтехника». 1981 г. Fountain pen from the set *Yunost (Youth)*. USSR, Yaroslavl. Yaroslavl plant Orgtekhnika. 1981

Часы-будильник электронно-механические «Слава» СССР, г. Москва. Второй Московский часовой завод. 1980-е гг. Electronic-mechanical alarm clock *Slava (glory)*. USSR, Moscow. Second Moscow Watch Factory. 1980s

Часы-будильник «Заря» СССР, г. Пенза. Пензенский часовой завод. 1970-1980-е гг. Alarm clock *Zarya (dawn)*. USSR, Penza. Penza watch factory. 1970-1980s

Часы-будильник «Витязь» СССР, г. Ростов-на-Дону. Ростовский часовой завод. 1971-1975 гг. Alarm clock *Vityaz (brave warrior, Russian knight)*. USSR, Rostov-on-Don. Rostov watch factory. 1971-1975

Часы-будильник «Витязь» СССР, г. Ростов-на-Дону. Ростовский часовой завод. 1960-1970-е гг. Alarm clock *Vityaz (brave warrior, Russian knight)*. USSR, Rostov-on-Don. Rostov watch factory. 1960s-1970s

Хочется остановиться подробнее на слове «Витязь» и его переводе. В данном случае пришлось применить экспликацию. Это переводческое решение обусловлено тем, что слово «Витязь» переводится на английский язык "hero" или "knight", но это не передаёт полноты картины и данному слову требуется пояснение, что это именно храбрый русский воин, эквивалент рыцаря, но им не является, это скорее что-то вроде русского богатыря.

Просматривая экспозицию «Ставрополь провинциальный» Тольяттинского краеведческого музея, которая уже имеет перевод, стало понятно, что транскрипция – довольно популярный способ перевода имён собственных. Но хочется сказать также о работе Копытич И.Г., Любанец И.И., Ковалевич С.С «Роль экспликации и ее перевод в национально-

культурном пространстве музея (на примере экспозиции мирского замка)», в которой дано множество примеров описательного перевода музейных экспонатов. Прочитав данную работу, можно с уверенностью сказать, что экспликация необходима, потому что без неё довольно часто теряется культурный оттенок экспозиции. Потому было принято переводческое решение совместить эти два способа перевода.

Названия топонимов и имена собственные в целом имеют, как уже было отмечено, свои особенности при переводе. Так, например, «КПСС» было переведено полностью с расшифровкой значения, так как иностранный посетитель не обязательно может быть готов к тому, чтобы воспринимать такую фоновую информацию. А «РСФСР» совпало по транскрипции с англоязычным обозначением, поэтому в скобках дана экспликация наименования:

Сошёл с конвейера
9 июля 1975 года
в канун XXV съезда КПСС.

Rolled off the assembly line
July 9, 1975
on the eve of the XXV Congress of the
CPSU (*Communist party of Soviet Union*)

Ежедневник «Спутник» на 1972 год
Героя Социалистического Труда,
заслуженного строителя РСФСР Комзина
Ивана Васильевича
СССР. Внешторгиздат. 1971 г

Diary Sputnik for 1972 of the Hero of
Socialist Labor, Honored Builder of the
RSFSR (*Russian Soviet Federative
Socialist Republic*)
Komzin Ivan Vasilyevich
USSR. Vneshtorgizdat. 1971

Сложность в переводе вызвал перевод слова «магазин». В данном случае было решено найти близкое по значению слово для того, чтобы сохранить смысл названия:

Магазин сопротивления МСР-63
СССР. 70-ые годы XX века

Resistance box MSR-63
of the USSR. The 70s of the twentieth
century.

Среди предметов экспозиции присутствуют образцы продукции химической промышленности завода Тольяттиазот, а также приборы, которые используются на данном предприятии. Эти элементы экспозиции,

химические термины, были переведены с помощью подбора словарных соответствий:

Карбамид Образец продукции «Тольяттиазот» Аммиак Образец продукции «Тольяттиазот»	Carbamide Sample of Togliattiazot products Ammonia Sample of Togliattiazot products
Смола карбамидоформальдегида Образец продукции «Тольяттиазот»	Carbamide-formaldehyde resin Sample of Togliattiazot products
Магазин сопротивления МСР-63 СССР. 70-ые годы XX века	Resistance box MSR-63 of the USSR. The 70s of the twentieth century.
Миллиамперметр Д5014 СССР. 70-80ые годы XX века	Milliammeter D5014 USSR. 70-80-ies of the XX century.
Манометр взрывозащищённый электроконтактный ВЭ-16РБ СССР. 80-ые годы XX века	Explosion-proof electric contact pressure gauge VE-16RB of the USSR. 80s of the XX century.

Данное переводческое решение обусловлено тем, что эти химические элементы и измерительные приборы существуют по всему миру и не являются чем-то новым для людей из других культур. В преимуществе для их перевода достаточно грамотного подбора словарных соответствий.

Тоже самое касается предметов быта:

Кошелёк женский СССР. 1980-1985 гг.	Women's wallet USSR. 1980-1985
--	-----------------------------------

Тоже касается и устройств, которые применяют рядовые граждане в своих домах и гаражах:

Ключ гаечный рожковый Украинская Народная Республика, г. Елисаветград. Завод «Красная звезда». 1918 г.	Open-end wrench Ukrainian People's Republic, Elisavetgrad. Plant "Red Star". 1918
Пассатижи СССР, г. Новосибирск. Новосибирский инструментальный завод. 1970-1980-е гг.	Pliers USSR, Novosibirsk. Novosibirsk Tool Plant. 1970-1980s

Следуя правилам транскрипции, в переводе имён было принято решение сохранить имя, отчество и фамилию, потому как это помогает сохранить национальный колорит, но следуя правилам английского языка пришлось изменить порядок их написания:

Фотография. Главный врач городской больницы №1 Слесаренко Любовь Ивановна. СССР, г. Тольятти. 1970-е гг. Копия	Photo. The chief physician of the city hospital No. 1 Lyubov Ivanovna Slesarenko. USSR, Togliatti. 1970s Copy
---	--

Ежедневник «Спутник» на 1972 год Героя Социалистического Труда, заслуженного строителя РСФСР Комзина Ивана Васильевича СССР. Внешторгиздат. 1971 г	Diary "Sputnik" for 1972 of the Hero of Socialist Labor, Honored Builder of the RSFSR Ivan Vasilyevich Komzin USSR. Vneshtorgizdat. 1971
---	---

Выводы по главе 2

Музейная экспозиция «Сатурн» Тольяттинского краеведческого музея была разработана Татьяной Николаевной Минсафиной вместе с командой для широкого круга посетителей различного возраста. «Сатурн» включает в себя средства быта советского и российского граждан, технические новинки не только прошлого столетия, но и начала нашего века, а также в ней дана информация про автомобили. Этикетки экспозиции небольшого объёма, написаны очень конкретным языком, присутствует множество назывных предложений. На лексическом уровне тексты выражены: топонимами, антропонимами, историзмами, архаизмами, а также терминами.

Топонимы отвечают за передачу точной информации о местах создания и производства того или иного предмета. Данная лексическая единица призвана передать точную информацию, доказать правдивость, аутентичность предметов экспозиции.

Антропонимы помогают ознакомиться с историей экспоната, способствуют восприятию тех или иных событий, называя имена их

участников. Антропонимы делают тексты этикетки более достоверным и точным.

Архаизмы представляют собой названия существующих вещей, которые в наше время имеют более современные синонимы. Они помогают придать описанию черты исторической достоверности и передать колорит эпохи.

Термины используются для того, чтобы точно передать предметы научно-технического прогресса времени.

Требования к переводу: краткость, ясность, прозрачность, а также необходимость сохранить образ эпохи, то есть перевод должен быть домесцирующим, потому выбор приёмов перевода пал на транскрипцию, транслитерацию и экспликацию.

В ходе исследования способов и приёмов перевода, были выделены следующие трансформации: транскрипция, подбор словарного соответствия, калькирование и экспликация. Специфика передачи историко-культурной информации заключается в том, что необходимо максимально точно передать колорит и достичь корректного восприятия.

Заключение

Современный нам мир стремится к глобализации, то есть к культурно-исторической, социальной, экономической интеграции разных сообществ в единую общечеловеческую парадигму. На данный момент путешествия не являются роскошью, а вполне обыденным явлением для огромного количества людей. Тайная, притягательная «русская душа» всегда манила множество людей с надеждой разгадать её, разузнать о ней побольше. Таким образом, с развитием международного туризма, особую популярность получили и музеи.

Неудивительным является тот факт, что многие современные российские музеи стремятся к тому, чтобы воздействовать на различные категории реципиентов, то есть посетителей выставок и экспозиций. Так, Тольяттинский краеведческий музей, в особенности рассматриваемая в настоящей бакалаврской работе экспозиция «Сатурн», не стала исключением из общей динамики стремления к унификации информационных этикеток. Этикетка, будучи одной из важнейших составляющих выставки, является средством коммуникации. Она несёт информацию относительно важных характеристик. Этикетаж представляет собой следующую информацию о предметах экспозиций: название самого предмета, её атрибуты, сведения о материале, габаритах, объёмах, месте и способе создания. Иными словами, этикетаж являют собой общность этикеток отдельно взятой выставки или экспозиции. На данный момент существуют различные виды музейных этикеток – от самых привычных до тех, где необходимо использование современных технологий.

Музейные тексты – компиляция такой информации, сформированная с целью доведения до сведения реципиентов, посетителей экспозиции, историко-культурной информации. Эта информация направлена на облегчение культурного познания гостей выставок, создание условий для

понимания посетителями историко-культурного фона, заложенных смыслов в исторической и общественной парадигмах. Музейный текст имеет также функциональную нагрузку – сообщает информацию, точную, объективную, без художественных средств выразительности, с высоким уровнем фактического материала. Этикетаж содержит текст выставки, который характеризует экспозицию и пояснительные записи к ней. Автор музейной этикетки обычно остаётся неизвестным.

Нельзя не отметить и важнейшую роль музейного текста – коммуникативную. Музейная коммуникация выполняется на нескольких уровнях и имеет ряд функций: когнитивная, информационная, эмотивная, и идеологическая.

Историко-культурный фон, существующий в различных экспозициях, также должен быть передан. Эта необходимость актуализируется необходимостью донесения той или иной информации до иностранных посетителей. Данный термин связывают с созданием условий для культурного взаимодействия между предметами выставки и реципиентом. В текстах музейных этикеток должен быть определён образ эпохи – только так можно передать исторические особенности того или иного периода.

Необходимость в формировании историко-культурного фона обуславливает основные подходы к созданию самого этикетажа, а также имеет весомое влияние на особенности его перевода.

На лексическом уровне в этикетаже Тольяттинского краеведческого музея характерно широкое употребление различной лексики. Эти слова являются стилистически окрашенными и играют важную роль в процессе репрезентации исторической эпохи. Специфика перевода этикетажа с русского на английский язык обуславливает использование таких способов и приемов передачи историко-культурной информации, как транскрипция, транслитерация, калькирование, экспликация.

В большинстве случаев для адаптации русскоязычного текста в английском языке были использованы транскрипция, транслитерация,

экспликация, а также подбор словарных эквивалентов. Данные способы были выбраны потому, что они сохраняют особенности фонетического строя русского языка, позволяют иностранцам глубже взглянуть на звукобуквенные сочетания, а также понять смысл переводимого понятия благодаря описанию.

При переводе мы ориентировались на научную литературу, связанную с приёмами перевода музейных экспозиций, а также на примеры уже переведённых экспозиций, которые расположены в других залах Тольяттинского краеведческого музея.

Список используемой литературы

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. ИЗДАТЕЛЬСТВО «СОВЕТСКАЯ ЭНЦИКЛОПЕДИЯ» МОСКВА —1966 // Рипол Классик, 2013. URL: https://vk.com/doc16505187_331646150?hash=d09309cf80d6f4e220&dl=6e7ceab0855eec4a51 (дата обращения: 24.03.2022)
2. Баданина М. С. Музейный текст и проблема его интерпретации посетителями музея // Известия РГПУ им. Герцена А. И. 2008. №70. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzeynyy-tekst-i-problema-ego-interpretatsii-posetiteliyami-muzeya> (дата обращения: 11.02.2022).
3. Вахрушева А.М. Приемы перевода военных реалий в модели туристического дискурса "прохоровское поле" // Лексикография и коммуникация – 2018 Сборник материалов IV Международной научной конференции. Ответственный редактор А.П. Седых. 2018. С. 203-207. URL: http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/24025/1/Vakhrusheva_Priemy_.pdf (дата обращения: 26.02. 2022)
4. Виноградов В.С. Введение в переводоведение. Монография. – 2001. URL: [Виноградов В.С.. В.С.Виноградов. Введение в переводоведение \(samlib.ru\)](#) (дата обращения: 12.02.2022)
5. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе: Монография. 2-е изд. – 1986.
6. Гарбовский Н. К. Теория перевода. – Общество с ограниченной ответственностью Издательство ЮРАЙТ, 2017. – С. 413-413.
7. Данилова И.И. Перевод музейных текстов: к вопросу об элиминировании межъязыковых лакун // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2018. № 1. С. 60- 68. URL: http://philol-journal.sfedu.ru/index.php/sfuphilol/article/view/1039/pdf_58 (дата обращения: 22.02.2022)

8. Данилова И.И., Мелкумян К.Э. Перевод музейных реалий с русского на английский (на примере позальных текстов) // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2017. № 5-3. С. 66-68. URL: <https://publikacia.net/archive/2017/5/3/21> (дата обращения: 13.02.2022)
9. Долак Я. Музейная экспозиция – музейная коммуникация // Вопросы музеологии. 2010. № 19. 106-117. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzeynaya-ekspozitsiya-muzeynaya-kommunikatsiya>
10. Ермолович Д. И. Имена собственные на стыке языков и культур. М.: Р. Валент. – 2001. – Т. 200. – С. 3.
11. Казакова Т. А. Практические основы перевода // Санкт-Петербург., 2003., URL: <https://portal.tpu.ru/SHARED/a/AASTEPANOVA/Courses/Tab/Kazakova.pdf> (дата обращения: 26.02.2022)
12. Комлев Ю. Э. Формирование стратегии управления музейными коммуникациями // Мир науки, культуры, образования. 2011. № 5. С. 45-51. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-strategii-upravleniya-muzeynymi-kommunikatsiya> (дата обращения: 23.02.2022)
13. Копытич И.Г., Любанец И.И., Ковалевич С.С. Роль экспликации и ее перевод в национально-культурном пространстве музея (на примере экспозиции мирского замка) // Актуальные вопросы переводоведения и практики перевода Международный сборник научных статей. Нижний Новгород, 2018. С. 103-108. URL: <https://www.alba-translating.ru/ru/ru/articles/2018/kopytich-liubanets-kovalevich-2018.html> (дата обращения: 23.02. 2022)
14. Лоренте П.Х. Развитие музеологии как университетской дисциплины: от технической подготовки к критической музеологии // ВМ. 2011. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-muzeologii-kak-universitetskoj-distsipliny-ot-tehnicheskoy-podgotovki-k-kriticheskoy-muzeologii> (дата обращения: 11.02.2022).

15. Миньяр-Белоручева А. П., Покровская М. Е. Особенности перевода исторических терминов // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. Т. 10 Вып. 2. Челябинск: Изд. Южно-Уральского гос. ун-та, 2013 г. С. 47-53. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-perevoda-istoricheskikh-terminov>

16. Никонова Н.С. Реалии как объект перевода (на материале текстов сайтов российских музеев и их перевода на английский язык) // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 9: 45 Исследования молодых ученых. 2017. № 15. С. 102-103. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/realii-kak-obekt-perevoda-na-materialetekstov-saytov-rossiyskih-muzeev-i-ih-perevoda-na-angliyskiy-yazy> (дата обращения: 22.02.2022)

17. Новосёлов М. М., Воробьёва С. В. Подготовка электронной публикации и общая редакция: Центр гуманитарных технологий. Ответственный редактор: А. В. Агеев. Информация на этой странице периодически обновляется. Последняя редакция: 09.03.2022.

18. Попенкова Т. С. Особенности предпереводческой прагматической адаптации музейных текстов Великобритании и США // Гуманитарные науки: вопросы и тенденции развития. 2015. С. 85-87. URL: <https://izron.ru/articles/gumanitarnye-nauki-voprosy-i-tendentsii-razvitiya-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezhdunarodnoy-/seksiya-22-teoriya-yazyka-spetsialnost-10-02-19/osobennosti-predperevodcheskoy-pragmaticheskoy-adaptatsii-muzeynykh-tekstov-velikobritanii-i-ssha/> (дата обращения: 01.03.2022)

19. Раншакова Т.В. Музейный этикетаж: современные тенденции и проблемы // Молодежный вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры.

20. Ромадина И.Д. Локализация инокультурных реалий в туристическом дискурсе // Homo Loquens: Вопросы лингвистики и транслятологии: сб.ст. Вып. 7. Волгоград, 2014. С. 80-88.

21. Самарина Н.Г. Музейная коммуникация в контексте культурной памяти и культурного наследия // ВМ. 2013. №2 (8). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzeynaya-kommunikatsiya-v-kontekste-kulturnoy-pamyati-i-kulturnogo-naslediya> (дата обращения: 25.02.2020 (дата обращения: 22.02. 2022))
22. Седина И.В., Фролова А.К. Антропонимическая структура экскурсионного дискурса // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. 2019. № 1. С. 70-78.
23. Скопцова Е.А., Савина Е.В. Обусловленность смыслового развития при переводе экскурсионных текстов// Филологические науки: вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2016. № 12(66). С. 176-178.
24. Слободяник Л.С. Проблема осуществления качественного перевода экскурсий в музеях // Иностранные языки и литература в международном образовательном пространстве: материалы пятой международной научно-практической конференции. Екатеринбург, 2015.
25. Томахин Г. Д. Реалии-американизмы: Пособие по страноведению // Учебное пособие. – Высшая школа, 1988. URL: http://samlib.ru/w/wagapow_a_s/tomahin.shtml (дата обращения: 26.02.2022)
26. Торгашева Ю.Г., Шноль К.Э. Лексическое своеобразие этикетажа как объекта перевода (опыт учебного переводческого проекта) // Лексикографическая копилка. Сборник научных статей. Под науч. ред. В. В. Гончаровой. Санкт-Петербург, 2019. С. 40-45
27. Чернов Г. В. Вопросы перевода русской безэквивалентной лексики на английский язык //Учён.зап. I МГПИЯ. Т. 16: Грамматика, лексикология и стилистика. – 1958.
28. Юренева Т.Ю. Музееведение. Учебное пособие для студентов профильных вузов. – 2004. URL: phil.omsu.ru/assets/files/muzeevedenie-uchebnik-yurenova.pdf (дата обращения: 22.02.2022)

29. Явари Ю. В. Особенности передачи реалий в переводе //Вестник Тверского государственного технического университета. Серия: Науки об обществе и гуманитарные науки. 2016. №. 2. С. 133-140.

30. Jiang C. Quality assessment for the translation of museum texts: Application of a systemic functional model // Perspectives: Studies in Translatology. 2010. Vol. 18. N. 2. P. 109-126, URL: https://www.researchgate.net/publication/233110680_Quality_assessment_for_the_translation_of_museum_texts_Application_of_a_systemic_functional_model

(дата обращения: 12.02.2022)

31. Guillot M. N. Cross-cultural pragmatics and translation: The case of museum texts as interlingual representation // Translation: A multidisciplinary approach. Palgrave Macmillan, London, 2014. P. 73-95. URL: <http://www.academia.edu/download/52260651/bok-3A978-1-137-02548-7.pdf#page=87>

32. Drotner K., Schrøder K. C. Museum communication and social media. – New York: Routledge, 2013.

33. Pierroux P., Ludvigsen S. Communication interrupted: Textual practices and digital interactives in art museums //Museum Communication and Social Media. – Routledge, 2014. – С. 163-186.

34. Sonaglio C. Translation of museum narratives: linguistic and cultural interpretation of museum bilingual texts // dis. – University of East Anglia, 2016. URL: https://ueaeprints.uea.ac.uk/id/eprint/63556/1/MPhil_Thesis_1%2C2%2C3%2C4%2C5.pdf (дата обращения: 10.02.2022)

Приложение А

Этикетки экспозиции «Сатурн» Тольяттинского краеведческого музея на русском и английском языке

Русский язык	Английский язык
Билеты, кошельки, аксессуары	Tickets, wallets, accessories
Косынка СССР. 1980-1981 гг.	Kerchief. USSR. 1980-1981
Билеты на проезд в городском транспорте СССР, г. Тольятти. 1980-1990-е гг.	Tickets for public transport. USSR Togliatti. 1980-1990s
Кассовый полуавтомат для продажи билетов ППБ-7-75 СССР, г. Калининград. Калининградское ПО торгового машиностроения «Калининградторгмаш». 1981 г.	Ticket vending semi-automatic machine PPB-7-75 USSR Kaliningrad, Kaliningrad commercial engineering production association Kaliningradtorgmash. 1981
Кошелёк женский СССР. 1980-1985 гг.	Women's purse. USSR. 1980-1985
Кошелек женский СССР. 1960-1970-е гг.	Women's purse. USSR. 1960s-1970s
Компостер для талонов. Модель ЗП8 СССР, г. Москва. 1978 г.	Ticket punch. Model ЗП8 (<i>Validator</i>). USSR Moscow. 1978
Единые месячные билеты на городской транспорт СССР. 1989-1992 гг.	Unified monthly tickets for city transport. USSR. 1989-1992

Продолжение Приложения А

Русский язык	Английский язык
<p>Набор сувенирный (блокнот карманный и ручка) с олимпийской символикой Металл, бумага СССР, г. Ленинград. ПО «Красный выборжец». К. 1970-х – н. 1980-х гг.</p>	<p>Souvenir set (pocket notebook and pen) with Olympic symbols. Metal, paper. USSR Leningrad, PO Red Vyborzhets (Vyborzhets means a person who lives in Vyborg (town in Russia)) To 1970s - 1980s</p>
<p>Сувенир «Олимпийский Мишка» Металл СССР. К. 1970-х гг.</p>	<p>Souvenir Olympic Bear Metal. USSR. To 1970s</p>
<p>Проездные билеты на автобус – троллейбус Россия, г. Тольятти. К. 1990-х – н. 2000-х гг.</p>	<p>Bus - trolleybus tickets. Russia Togliatti To 1990s - 2000s</p>
Хоккеист	Hockey player
<p>Шлем хоккейный Jofa 51-280 SR Швеция. Компания Jofa. 1980-е гг.</p>	<p>Hockey helmet Jofa 51-280 SR. Sweden. Jofa Company. 1980s</p>
<p>Свитер хоккейный защитника ХК «Лада» Тольятти сезона 1993/1994 Шулакова Дмитрия Юрьевича Германия. Компания Schanner Eishockey. 1992-1993 гг.</p>	<p>Hockey jersey of Lada Togliatti defenseman Dmitry Shulakov. 1993/1994 season. Germany. Schanner Eishockey Company. 1992-1993</p>
<p>Перчатки хоккейные (краги) КОНО Profeel 700L Action Grip Финляндия. Компания КОНО. 1980-1990-е гг.</p>	<p>Hockey gloves (gaiters) КОНО Profeel 700L Action Grip. Finland. КОНО Company. 1980-1990s</p>
<p>Шорты (штаны) хоккейные защитные Канада. Компания DR Hockey. 1980-1990-е гг.</p>	<p>Hockey protective shorts (pants). Canada. DR Hockey Company. 1980-1990s</p>
<p>Гамаша хоккейные (для фиксации щитков) Россия. 1990-2000-е гг.</p>	<p>Hockey gaiters (for fixing pads). Russia. 1990-2000s</p>

Продолжение Приложения А

Русский язык	Английский язык
<p>Коньки хоккейный CCM Tasks 851 Канада. Компания Canada Cycle & Motor Co. Ltd. 1990-е гг.</p>	<p>Hockey skates CCM Tasks 851. Canada. Canada Cycle & Motor Co. Ltd. 1990s</p>
<p>Клюшка хоккейная «Союз» с автографами ветеранов сборной СССР и ветеранов ХК «Торпедо» Тольятти СССР, г. Москва. 1983 г.</p>	<p>Hockey stick Soyuz (union) autographed by veterans of the USSR national team and veterans of HC Torpedo, Togliatti. USSR, Moscow. 1983</p>
<p>ВАЗ 21011</p>	<p>VAZ 21011</p>
<p>ВАЗ – 21011</p> <p>Двухмиллионный автомобиль Волжского автозавода.</p> <p>Сошёл с конвейера 9 июля 1975 года в канун XXV съезда КПСС.</p> <p>Сход с конвейера состоялся в торжественной обстановке в присутствии генерального директора объединения АвтоВАЗ А.А. Житкова.</p>	<p>VAZ – 21011</p> <p>The two millionth car Of the Volga Automobile Plant.</p> <p>Rolled off the assembly line July 9, 1975 on the eve of the XXV Congress of the CPSU.</p> <p>The roll off of the assembly line took place in a solemn atmosphere in the presence of A.A. Zhitkov, the general director of association AvtoVAZ.</p>

Продолжение Приложения А

Русский язык	Английский язык
ВАЗ 2702	VAZ 2702
<p>ЭЛЕКТРОМОБИЛЬ ВАЗ 2702 «ПОНИ» За период с 1981 по 1985 год было изготовлено 6 опытных образцов. Грузоподъемность 400 кг. Вес источников питания 320 кг. Пробег без заправки на батареях НЦ – 120 км, НМ – 150 км, ЛИ – 210 км. Электромобилей «Ока» изготовлено 25 экземпляров, 3 из них работают в г. Санкт – Петербурге, 2 – в г. Екатеринбурге. Электромобиль «Гном» - 1 экземпляр, «Эльф» - 1 экземпляр. (из фондов музея ПАО «АВТОВАЗ»)</p>	<p>ELECTRIC CAR VAZ 2702 PONY For the period from 1981 to 1985 6 prototypes were made. Load capacity – 400 kg. Power sources weight – 320 kg. Mileage without refueling on batteries NEDC - 120 km, WLTP - 150 km, EPA- 210 km. There were manufactured 25 Oka electric cars, three of which are in operation in St Petersburg and 2 in Yekaterinburg Electric car Gnome, 1 automobile Elf, 1 automobile (from the funds of the museum of PAO AVTOVAZ)</p>
Гаражные полки	Garage shelves
<p>Устройство для облегчения пуска автомобильного двигателя «Автотерм» Россия, Самарская обл., г. Тольятти. ООО «КРИС». 2003 г.</p>	<p>A device to facilitate the start of the automotive engine Autoterm. Russia, Samara region, Togliatty. ООО CHRIS. 2003</p>
<p>Распределитель зажигания («трамблёр») автомобиля ВАЗ Россия. 1992 г.</p>	<p>VAZ car ignition distributor (autotrembler). Russia. 1992</p>
<p>Приспособление для выпрессовки шарниров (сайлентблоков) нижнего рычага передней подвески автомобиля ВАЗ СССР, Куйбышевская обл., г. Тольятти. ВАЗ. 1981 г.</p>	<p>Device for pressing out hinges (silent blocks) of VAZ car lower arm front suspension. Kuibyshev region, USSR Togliatty. VAZ. 1981</p>
<p>Колпак декоративный СССР, Куйбышевская обл., г. Тольятти. ВАЗ. 1970-е гг.</p>	<p>Decorative cap. Kuibyshev region, USSR Togliatty. VAZ. 1970s</p>

Продолжение Приложения А

Русский язык	Английский язык
Багажник СССР, Куйбышевская обл., г. Тольятти. ВАЗ. 1989 г.	Trunk. Kuibyshev region, USSR Togliatty. VAZ. 1989
Приборная панель автомобиля ВАЗ-2110 Россия. 1990-е гг.	VAZ-2110 dashboard Russia. 1990s
Зеркало заднего вида салонное автомобиля ВАЗ-2101	VAZ-2101 rear-view salon car mirror.
Гаражные ниши	Garage niches
Замок багажника автомобиля ВАЗ-2101/ВАЗ-2102/ВАЗ-2103 Венгерская Народная Республика (ВНР). Фирма Elzett. 1977 г.	VAZ-2101/VAZ-2102/VAZ-2103 car trunk lock. Hungarian People's Republic (HNR). Elzett company. 1977
Сигнал звуковой автомобиля ВАЗ-2103 Германская Демократическая Республика (ГДР), г. Рула. Завод FER. 1977 г.	VAZ-2103 sound signal. German Democratic Republic (GDR) Rula. FER plant. 1977
Эмблема решетки радиатора автомобиля ВАЗ-2103 СССР. Куйбышевская обл., г. Сызрань. Завод «Пластик». 1970-е гг.	VAZ-2103 emblem of the grille. USSR. Kuibyshev region, Syzran. Plant Plastic. 1970s
Ручка двери наружная передняя левая для автомобиля ВАЗ-2101/ВАЗ-2102/ВАЗ-2103 Венгерская Народная Республика (ВНР). Фирма Elzett. 1977 г.	VAZ-2101/VAZ-2102/VAZ-2103 door handle outer front left. Hungarian People's Republic (HNR). Elzett company. 1977
Зеркало наружное боковое автомобиля ВАЗ-2103 СССР, Ульяновская обл., г. Димитровград. Димитровградский автоагрегатный завод (ДААЗ). 1970-е гг.	VAZ-2103 exterior side car mirror. USSR, Ulyanovsk region, Dimitrovgrad. Dimitrovgrad valve plant (DAAZ). 1970s
Приборная панель (комбинация приборов) автомобиля ВАЗ-1111 «Ока»/ВАЗ-2101 Россия, г. Владимир. ОАО «Завод «Автоприбор». 2000 г.	VAZ-1111 Oka / VAZ-2101 dashboard (instrument cluster). Russia Vladimir. OAO Avtopribor Plant. 2000

Продолжение Приложения А

Русский язык	Английский язык
<p>Сувенирная модель автомобиля ВАЗ-2121 «Нива» на линии конвейера. Подарок В.Н. Полякову от коллектива ВАЗа Металл, литье СССР, г. Тольятти. Изготовлено в Центре стиля Управления главного конструктора (УГК) ВАЗа. 1974-1975 гг.</p>	<p>VAZ-2121 Niva on the conveyor line souvenir model. Gift to V.N. Polyakov from the VAZ team. Metal, casting USSR Togliatty. Manufactured at the Style Center of the Office of the Chief Designer (UGK) of VAZ. 1974-1975</p>
<p>Ключи гаечные рожковые двусторонние СССР. 1980-е гг. Федеративная Республика Германия (ФРГ). Компания Hazet. 1981-1989 гг.</p>	<p>Double-ended wrenches. USSR. 1980s Federal Republic of Germany (FRG). Hazet company. 1981-1989</p>
<p>Ключ гаечный рожковый двусторонний СССР. 1970-1980-е гг.</p>	<p>Double-ended wrench. USSR. 1970-1980s</p>
<p>Ключ гаечный рожковый Украинская Народная Республика, г. Елисаветград. Завод «Красная звезда». 1918 г.</p>	<p>Open-end wrench. Ukrainian People's Republic, Elisavetgrad. Plant Krasnaya zvezda. 1918</p>
<p>Пассатижи СССР, г. Новосибирск. Новосибирский инструментальный завод. 1970-1980-е гг.</p>	<p>Pliers. USSR, Novosibirsk. Novosibirsk Tool Plant. 1970-1980s</p>
<p>Пассатижи СССР, Куйбышевская обл., г. Тольятти. ПО «Синтезкаучук». 1978 г.</p>	<p>Pliers. Kuibyshev region, USSR Togliatty. PA Synthezkauchuk. 1978</p>
<p>Отвертка нажимная реверсивная с усиливающим рычагом и храповым механизмом СССР. 1970-1980-е гг.</p>	<p>Reversible pressure screwdriver with power lever and ratchet. USSR. 1970-1980s</p>
<p>Струбцина Изготовлена учащимися Учебно-производственного комбината (УПК) Автозаводского района г. Тольятти. 1981 г.</p>	<p>Clamp. Made by students of the Training and Production Complex (TPC) of the Avtozavodsky district Togliatty. 1981</p>

Продолжение Приложения А

Русский язык	Английский язык
Отвертка цельнометаллическая прямошлицевая с деревянными накладками СССР, Горьковская обл., р.п. Сосновское. Сосновский завод «Металлист». 1970-е гг.	All-metal straight slot screwdriver with wooden slips. USSR, Gorky region Sosnovskoe. Sosnovsky plant "Metallist". 1970s
Электродрель (машина ручная сверлильная электрическая) «ИЭ-1036Э» Чечено-Ингушская АССР, г. Назрань. Назрановский завод «Электроинструмент» имени Гапура Ахриева. 1990 г.	Electric drill (hand drilling machine, electric) IE-1036E. Chechen-Ingush Autonomous Soviet Socialist Republic, Nazran. Nazran plant Electroinstrument named after Gapur Akhriev. 1990
Этикетки основной экспозиции «Сатурн»	Labels of the main exhibition "Saturn"
Телефонный аппарат Tesla Bs-23 Чехословакия, г. Стропков. Завод Tesla Stropkov. 1984 г.	Telephone set Tesla Bs-23. Czechoslovakia, Stropkov. Plant Tesla Stropkov. 1984
Радиотелефон SONY SPP-58 Япония. Корпорация SONY. К. 1990-х – н. 2000-х гг.	Radiotelephone SONY SPP-58. Japan. SONY Corporation. 1990s - 2000s
Самодельная шариковая авторучка СССР. 1970-1980-е гг.	Homemade ballpoint pen. USSR. 1970-1980s
Телефонный аппарат ALESTE Начало 1990-х гг.	Telephone set ALESTE . Early 1990s
Телефонный аппарат Начало 1990-х гг.	Telephone set. Early 1990s
Телефонный аппарат «Спектр-3». Серия ТА-11321 СССР, г. Пермь. Пермский телефонный завод. 1991 г.	Telephone set Spectrum-3. Series TA-11321. USSR, Perm. Perm telephone plant. 1991

Продолжение Приложения А

Русский язык	Английский язык
<p>Фотография. Главный врач городской больницы №1 Слесаренко Любовь Ивановна. СССР, г. Тольятти. 1970-е гг. Копия</p>	<p>Photo. City hospital physician chief No. 1 Lyubov Ivanovna Slesarenko. USSR, Togliatti. 1970s Copy</p>
<p>Ежедневник «Спутник» на 1972 год Героя Социалистического Труда, заслуженного строителя РСФСР Комзина Ивана Васильевича СССР. Внешторгиздат. 1971 г</p>	<p>The 1972 Sputnik diary of Ivan Vasilyevich Komzin, Hero of Socialist Labour, Honoured Builder of the RSFSR USSR. Vneshtorgizdat. 1971</p>
<p>Перьевая авторучка из набора «Юность» СССР, г. Ярославль. Ярославский завод «Оргтехника». 1981 г.</p>	<p>Fountain pen from the set Yunost (Youth). USSR, Yaroslavl. Yaroslavl plant Orgtechnika. 1981</p>
<p>Телефонный аппарат «Телур 201» Россия, г. Пермь. Совместное предприятие «Телур» (Россия-Испания). 1992 г.</p>	<p>Telephone set Telur 201. Russia, Perm. Telur Joint Venture (Russia-Spain). 1992</p>
<p>Телефонный аппарат VEF. Серия «ТАЭ» (правительственная связь) Латвийская ССР, г. Рига. Рижский государственный электротехнический завод «ВЭФ». 1977 г.</p>	<p>Telephone set VEF. Series TAE (government communications). Latvian SSR, Riga. Riga State Electrotechnical Plant VEF. 1977</p>
<p>Книжка-памятка журналиста, члена Союза писателей СССР Коляструка Николая Дмитриевича СССР. Фабрика беловых товаров №7. К. 1950-х гг.</p>	<p>Memo book of journalist Nikolay Dmitrievich Kolyastruk, member of the USSR Union of Writers. USSR. Stationery factory №7. 1950s</p>
<p>Книжка-памятка журналиста, члена Союза писателей СССР Коляструка Николая Дмитриевича СССР. Фабрика беловых товаров №7. 1958 г.</p>	<p>Memo book of journalist Nikolay Dmitrievich Kolyastruk, member of the USSR Union of Writers. USSR. Stationery factory №7. 1958.</p>

Продолжение Приложения А

Русский язык	Английский язык
Перьевая авторучка «Ярославль» СССР, г. Ярославль. Ярославский завод «Оргтехника». 1970-е гг.	Fountain pen Yaroslavl (name of the town). USSR Yaroslavl. Yaroslavl plant Orgtechnika. 1970s
Телефонный аппарат VEF TA 68 Латвийская ССР. Рижский государственный электротехнический завод «ВЭФ». 1978 г.	Telephone VEF TA 68. Latvian SSR. Riga State Electrotechnical Plant VEF. 1978
Перьевая авторучка «Ярославна» СССР, г. Москва. Московский завод пишущих принадлежностей имени Сакко и Ванцетти. 1970-1980-е гг.	Fountain pen Yaroslavna (feminine given name). USSR, Moscow. Moscow plant of writing instruments named after Sacco and Vanzetti. 1970-1980s
Телефонный аппарат RFT Германская Демократическая Республика (ГДР). 1976 г.	Telephone set RFT. German Democratic Republic (GDR). 1976
Часы-будильник «Ракета» СССР, Ленинградская обл., г. Петергоф. Петродворцовый часовой завод. 1980-е гг.	Alarm clock Raketa (rocket). USSR, Leningrad region Peterhof. Petrodvorets Watch Factory. 1980s
Часы-будильник электронно-механические «Слава» СССР, г. Москва. Второй Московский часовой завод. 1980-е гг.	Electronic-mechanical alarm clock Slava (glory). USSR, Moscow. Second Moscow Watch Factory. 1980s
Часы-будильник «Заря» СССР, г. Пенза. Пензенский часовой завод. 1970-1980-е гг.	Alarm clock Zarya (dawn). USSR, Penza. Penza watch factory. 1970-1980s
Часы-будильник «Янтарь» СССР, г. Орёл. Орловский часовой завод. 1970-е гг.	Alarm clock Yantar (amber). USSR, Oryol. Oryol watch factory. 1970s

Продолжение Приложения А

Русский язык	Английский язык
Часы настольные электронно-механические «Янтарь» СССР, г. Орёл. Орловский часовой завод. 1977 г.	Electronic-mechanical table clock Yantar (amber). USSR, Oryol. Oryol watch factory. 1977
Будильник на подставке Slava СССР, г. Москва. Второй Московский часовой завод. 1970-1980-е гг.	Alarm clock on stand Slava (glory). USSR, Moscow. Second Moscow Watch Factory. 1970-1980s
Часы-будильник «Янтарь» СССР, г. Орёл. Орловский часовой завод. 1970–1980-е гг.	Alarm clock Yantar (amber). USSR, Oryol. Oryol Watch Factory. 1970s–1980s
Часы-будильник механические «Слава» СССР, г. Москва. Второй Московский часовой завод. 1960–1970-е гг.	Mechanical alarm clock Slava (glory). USSR, Moscow. Second Moscow Watch Factory. 1960-1970s
Часы-будильник механические «Восток» Россия, Республика Татарстан, г. Чистополь. Чистопольский часовой завод. 2007 г.	Mechanical alarm clock Vostok (East). Russia, Republic of Tatarstan, Chistopol. Chistopol Watch Factory. 2007
Часы-будильник механические «Янтарь» СССР, г. Орёл. Орловский часовой завод. 1960-1970-е гг.	Mechanical alarm clock Yantar (amber). USSR, Oryol. Oryol Watch Factory. 1960s-1970s
Часы-будильник механические «Слава» СССР, г. Москва. Второй Московский часовой завод. 1965 г.	Mechanical alarm clock Slava (glory). USSR, Moscow. Second Moscow Watch Factory. 1965
Часы настольные «Маяк» с термометром СССР, Пензенская обл., г. Сердобск. Сердобский часовой завод. 1975-1979 гг.	Table clock Mayak (lighthouse) with a thermometer. USSR, Penza region Serdobsk. Serdobsky Watch Factory. 1975-1979

Продолжение Приложения А

Русский язык	Английский язык
Часы-будильник «Витязь» СССР, г. Ростов-на-Дону. Ростовский часовой завод. 1971-1975 гг.	Alarm clock Vityaz (brave warrior, Russian knight). USSR, Rostov-on-Don. Rostov watch factory. 1971-1975
Часы-будильник «Витязь» СССР, г. Ростов-на-Дону. Ростовский часовой завод. 1960-1970-е гг.	Alarm clock Vityaz (brave warrior, Russian knight). USSR, Rostov-on-Don. Rostov watch factory. 1960s-1970s
Микрофон динамический МД-42 «Октава» СССР, г. Тула. Завод «Октава». 1957 г.	Dynamic microphone MD-42 Octave. USSR, Tula. Plant Octave. 1957
Гитара 7-струнная малая СССР, г. Ленинград. Фабрика народных музыкальных (щипковых) инструментов им. Луначарского. 1956 г.	Small 7-string guitar USSR, Leningrad. Factory of folk musical (plucked) instruments named after Lunacharsky. 1956
Магнитофон катушечный CROWN CTR-550 Япония, г. Токио. CROWN Radio Corp. 1962-1963 гг.	Reel-to-reel tape recorder CROWN CTR-550. Japan, Tokyo. CROWN Radio Corp. 1962-1963
Кассеты магнитофонные СССР-Россия. Конец 1980-х – 1990-е гг.	Cassette tapes. USSR-Russia. Late 1980s - 1990s
Наушники (головные динамические телефоны) «Феникс ТДС-8» Украинская ССР, г. Львов. Львовское ПО имени 50-летия Октября. 1982 г.	Headphones (head dynamic phones) Phoenix TDS-8. Ukrainian SSR, Lvov. Lviv PO named after the 50th anniversary of October. 1982

Продолжение Приложения А

Русский язык	Английский язык
Магнитофон кассетный носимый «Квазар М-303» СССР, г. Ленинград. Производственное объединение «Завод имени Калинина». 1989 г.	Portable cassette tape recorder Kvazar M-303. USSR, Leningrad. Production Association "Plant named after Kalinin". 1989
Операторные (1-3)	Operator (1-3)
Карбамид Образец продукции «Тольяттиазот»	Carbamide. Sample of Togliattiazot products.
Аммиак Образец продукции «Тольяттиазот»	Ammonia. Sample of Togliattiazot products.
Катализаторы производства аммиака Образец продукции «Тольяттиазот»	Catalysts for ammonia production. Samples of Togliattiazot products.
Углекислота. Муляж Образец продукции «Тольяттиазот»	Carbon dioxide. Model Sample of Togliattiazot products.
Смола карбамидоформальдегида Образец продукции «Тольяттиазот»	Carbamide-formaldehyde resin. Sample of Togliattiazot products.
Магазин сопротивления МСР-63 СССР. 70-ые годы XX века	Resistance box MSR-63. USSR. The 70s of the twentieth century.
Миллиамперметр Д5014 СССР. 70-80ые годы XX века	Milliammeter D5014. USSR. 70-80-ies of the XX century.
Манометр взрывозащищённый электроконтактный ВЭ-16РБ СССР. 80-ые годы XX века	Explosion-proof electric contact pressure gauge VE-16RB. USSR. 80s of the XX century.

Продолжение Приложения А

Русский язык	Английский язык
Другие этикетки	Other labels
Коллекция моделей мужской, женской и детской обуви СССР, Куйбышевская обл., г. Тольятти. 1980-1990-е гг.	Men's, women's and children's shoes collection of models. Kuibyshev region, USSR, Togliatti. 1980-1990s
Куклы из спектакля «Волшебный колодец» Тольяттинского театра кукол	Puppets from the play Volshebnyi kolodets of the Togliatti Puppet Theater
Форменный головной убор участника войны в Афганистане, старшего лейтенанта Советской Армии Сергея Александровича Макарова СССР. 1980-е гг.	Uniform headdress of a participant in the war in Afghanistan, senior lieutenant of the Soviet Army Sergei Aleksandrovich Makarov. USSR. 1980s
Сумка женская СССР. 1980-1990-е гг.	Women's bag. USSR. 1980-1990s