

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 Перевод аудиозаписи «20 век» Тольяттинского краеведческого музея с
русского на английский язык

Студент

Е. А. Карпунина

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

к. филол. н., доцент С. М. Вопияшина

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

Тольятти 2022

Аннотация

Актуальность бакалаврской работы связана с тем, что процесс перевода музейных аудиоэкскурсий с русского на английский язык недостаточно исследован.

Объектом исследования являются тексты аудиоэкскурсии экспозиции «20 век» Тольяттинского краеведческого музея, а предметом – перевод текстов аудиоэкскурсии с русского на английский язык.

Цель данной работы – изучить и описать процесс перевода текстов аудиоэкскурсии экспозиции «20 век» Тольяттинского краеведческого музея с русского на английский язык.

Задачи: 1) выявить особенности коммуникации во время музейной аудиоэкскурсии; 2) рассмотреть характеристики устного монологического высказывания; 3) описать стилистические особенности перевода музейных аудиотекстов экспозиции с русского на английский язык; 4) описать переводческие и результативные особенности музейных аудиотекстов экспозиции.

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

В первой главе проводится анализ характеристик и особенностей музейных текстов и монологической речи, а также рассматривается понятие аудиоэкскурсии как жанра музейной коммуникации применительно к переводу текстов музейной экспозиции.

Во второй главе анализируются стилистические особенности, и осуществляется перевод музейных текстов аудиоэкскурсии экспозиции «20 век» с русского на английский язык.

Список используемой литературы включает 40 научных источников.

Общий объем работы составляет 48 страниц.

Оглавление

Аннотация	2
Введение.....	4
Глава 1 Теоретические основы исследования.....	7
1.1 Общая характеристика текстов музейной коммуникации	7
1.2 Общая характеристика устной монологической речи	12
1.3 Аудиоэкскурсия как жанр музейной коммуникации	17
Глава 2 Стратегия перевода текстов аудиоэкскурсии «20 век» с русского на английский язык	24
2.1 Предпереводческий анализ аудиоэкскурсии «20 век»	24
2.2 Способы и приемы стратегии перевода аудиоэкскурсии	32
Заключение	42
Список используемой литературы	45

Введение

На протяжении многих веков одним из источников получения новой информации являлись музеи. Важность существования места, где исторические сведения или материалы предоставляются людям в интерактивном и доступном для понимания формате, не снижается на протяжении многих веков. С процессом развития общества и технологий музеи стараются перенимать новые средства и способы предоставления данных для поддержания интереса людей к расширению границ своих знаний. Одним из таких способов является предоставление музейных текстов в виде аудиотекстов.

Кроме этого, XXI век – период глобализации и объединения людей разных языковых и культурных групп. Возрастает интерес к посещению новых мест, и изучению информации о них, несмотря на невозможность ее понимания на другом языке. Посетители, в силу отсутствия переводов в музее, прибегают к использованию непроверенных и неточных машинных переводов, которые могут довольно сильно исказить оригинальный смысл текста. Чтобы избежать данной проблемы, необходимо подготовить культурную базу для туристов путем перевода имеющихся в музеях сведений.

Таким образом, возникает высокая потребность в предоставлении музейной информации в аудиальном формате на разных языках. Процесс перевода текстов аудиоэкскурсий является относительно новой и малоизученной темой по причине своей новизны. Все вышесказанное определяет **актуальность** данного исследования.

Объектом исследования являются тексты аудиоэкскурсии экспозиции «20 век» Тольяттинского краеведческого музея.

Предметом исследования является перевод текстов аудиоэкскурсии экспозиции «20 век» Тольяттинского краеведческого музея с русского на английский язык.

Цель работы – изучить и описать процесс перевода текстов аудиоэкскурсии экспозиции «20 век» Тольяттинского краеведческого музея с русского на английский язык.

Цель исследования обусловила решение в ходе работы следующих **задач**:

- 1) описать специфику текстов музейной экспозиции;
- 2) изучить особенности монологической речи;
- 3) исследовать свойства аудиоэкскурсий;
- 4) проанализировать особенности аудиотекстов экспозиции;
- 5) выполнить перевод аудиотекстов.

В ходе работы применялись следующие **методы исследования**:

- 1) общенаучный метод анализа и синтеза, 2) лингвостилистический анализ, 3) описательный метод, 4) метод трансформационного анализа.

Материалом исследования послужили 14 текстов Тольяттинского краеведческого музея, посвященных экспозиции под названием «20 век». Объем проанализированного материала составляет 22 463 знаков в письменном варианте текста на русском языке с пробелами.

Теоретической базой исследования послужили работы по описанию текстов музейной экспозиции Н.В. Богдановой-Бегларян, Т.С. Сулимовой, Е.Я. Шклярук, А.В. Гундровой, Ю.Э. Комлева, А.Ю. Кореневой, Н.Ю. Паудяль, Л.В. Филиндаш, устной монологической речи А.С. Гнединой, Е.И. Пассова, М.Г. Милиевой, Л.Р. Нуртдиновой, Е.А. Тарлаковской и изучению особенностей текстов аудиоэкскурсий С.С. Примака, С.Г. Баричева, Н.В. Ходякова, Д.А. Ходяковой, Э. Хупер-Гринхилла и Х. Страчана.

Практическая значимость исследования состоит в том, что данную работу можно использовать как рекомендации для создания аудиотекстов музейной экспозиции и их перевода, а также применять в собственных целях для определения своей индивидуальной стратегии создания текста.

Апробация работы. Основные положения данного исследования докладывались на научной конференции «Студенческие дни науки в ТГУ» (апрель 2022 г.), на которой удостоилась третьего места. По результатам выступления на конференции в печать были направлены тезисы доклада.

Структура и основное содержание работы. Дипломная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемой литературы и приложений.

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

Первая глава «Теоретическая основа исследования» посвящена изучению особенностей текстов музейной экспозиции, устной монологической речи и составлению определенной стратегии по созданию текстов музейной экспозиции.

Во второй главе «Лингвостилистический анализ текста аудиозаписи экскурсии» происходил анализ текстов аудиозаписи экскурсии Гольяттинского краеведческого музея, посвященных экспозиции «20 век» для выявления языковых особенностей представленных текстов для их дальнейшего перевода.

В заключении обобщаются выводы, которые были получены в ходе проведенного исследования.

Список используемой литературы включает в себя 40 источников.

Глава 1 Теоретические основы исследования

1.1 Общая характеристика текстов музейной коммуникации

Процессы, связанные с поиском, предоставлением или изучением какой-либо информации существуют уже много лет. Одним из способов ее предоставления является музейный текст, который можно встретить в определенном месте и пространстве, а именно в музее. На протяжении нескольких сотен лет данное учреждение дает возможность людям, вне зависимости от занимаемого социального уровня, получать информацию о той или иной интересующей их теме [25].

Необходимо обратить внимание на тот факт, что в словарях отсутствует такое понятие как «музейный текст» [22]. Однако при рассмотрении двух понятий слов отдельно, можно сделать общий вывод о том, что подразумевается под данным словосочетанием. Текст в музее – это определенное собрание сведений в сжатом, но информативном сообщении, размещенном в определенном музейном пространстве. Если говорить о самом музее, то это пространство, в котором находятся тематические смыслы, понятия, знаки и определенные коммуникативные структуры для формирования эмоциональной картины экспозиции [23]. Главной задачей музея является просветить и распространить определенного типа информацию благодаря осуществлению процесса коммуникации между музеем и определенным лицом или группой.

Таким образом, музейным текстом будет являться обладающий определенными свойствами связности и цельности текст с музейным предикатом и объектом, использующимся в музейном пространстве для просветительской деятельности в процессе проведения музейной коммуникации [37].

В лингвистике существует множество типов описания характеристик музейных текстов и процессов осуществления коммуникации в них. Ученые

выделяют отдельные характеристики черт музейного текста, но подчеркивают отсутствие общего плана работы с ним. Поэтому необходимо выявить наиболее общую характеристику текстов музейной коммуникации, чтобы понять все особенности и производить успешную работу над его созданием [34].

Стоит начать с того, какие лица задействованы в создании и передачи музейного текста посредством коммуникации в музее. Существует три главных лица: адресант, которым является музейный работник, гид и т. п., музейный предмет, как связующий фактор в процессе коммуникации и адресат, который получает информацию об объекте через адресанта [28].

Необходимо определить какие типы музейных текстов существуют и в чем их разница. В лингвистике выделяют 4 вида: этикетаж, ведущий, пояснительный, а также заглавный тексты. Под этикетажом подразумевают собрание самой важной атрибутивной информации о рассматриваемом предмете. К ней относятся данные о размере объекта, авторе, этническом происхождении, психологическом факторе и историческом значении. Иными словами, это собрание самых важных данных об объекте в сжатой форме. Этикетаж является вступительным текстом для представления образа и эмоции об объекте. Вторым считается ведущий текст. В нем заключается основная идея экспозиции или тем, залов или комплексов отдельно. Он является основным источником объяснительной составляющей экспонатов. К третьему относят пояснительный текст, который является также объяснением для посетителя. Однако данный тип помогает понять информацию, заключенную за пределами того, что может увидеть посетитель, объясняет психологическую составляющую рассматриваемого объекта. Последним считается заглавный текст. Его задача состоит в предоставлении легкого и быстрого ориентирования между залами и объектами изучения в сжатой форме, как это свойственно заголовкам. Необходимо, чтобы в них отражалась главная мысль, заложенная в объект, зал или комплекс [15], [23]. Исходя из этого, мы смогли выявить 4 главных типа музейных текстов и

разницу между ними, чтобы в дальнейшем на основе этого определить стратегию по работе с необходимым видом.

Кроме типа значение также имеет стиль. Так как данного типа тексты обладают повышенной точностью значений языковых единиц, большим количеством терминов, а также логически структурированными предложениями, их зачастую относят к научному стилю. Однако при рассмотрении картин или иных объектов культуры, в пояснительном, ведущем тексте или этикетаже мы можем использовать большое количество метафорических конструкции для создания эмоциональной картины для адресата, что является характеристиками литературно-художественного стиля [3]. В дополнении к этому, представленному типу музейных текстов присущ публицистический стиль по причине большого количества предоставляемой информации в понятном, сокращенном, упрощенном варианте. Кроме всего этого, в текстах рассматриваемого стиля отмечается эмоциональность и возможность использования жаргонных лексических средств, что позволяет утверждать о том, что мы можем встретить и разговорный стиль в музейных текстах. Таким образом, от нашей цели составления музейных текстов будет зависеть, какой стиль будет использоваться [8], [9].

Стоит отметить, что данного типа тексты могут быть также написаны в научно-популярном стиле. Он отличается большим количеством повторений, терминов и фразеологизмов. Главной задачей текстов, написанных в этом стиле, является передать человеку информацию, помочь человеку получить новые знания. Именно для этой цели создаются музеи и строятся целые выставки с экспонатами [30].

В результате, музейному типу текстов не может быть присущ только один стиль текста, так как музейные тексты для разных объектов и целей могут быть написаны в разных текстах. Стилистические особенности будут отражать ряд экстралингвистических параметров, связанных с музеем и аудиторией. Данные параметры будут учитываться при составлении

описания того или иного рассматриваемого объекта экспозиции и зала. В зависимости от того, что является музейным объектом, и в какой тематике автор хочет представить его, стиль текста может измениться [14]. Однако в основе всегда будет находиться научный стиль, так как главная задача, стоящая перед текстами данного типа – это передать общую информацию в общепринятом и нейтральном виде с большим количеством клишированных фраз. По этой причине тексты пишутся в комбинированном виде с научным стилем [39].

Благодаря такой многогранности музейных текстов, можно считать возможным проведение качественной и эффективной музейной коммуникации. Для того чтобы отразить всю всесторонность музейного объекта, были созданы основные законы музейного проектирования. К ним относятся: наличие научной, архитектурно-художественной концепции и экспозиционного сценария. Они позволяют не только проведение упорядоченной и практичной работы в музейной среде, но и предоставляют возможность правильно составить описательную часть объекта для аудитории [24]. Наиболее важным пунктом для работы с музейным текстом можно считать экспозиционный сценарий, так как в нем отражаются все важные характеристики и задачи в работе с составлением музейных текстов. В данном разделе производится работа с музейной экспозицией, главными характеристиками которой являются:

- размещение музейного предмета для изучения аудиторией;
- наличие пространства, субъектов, отношений с преобразованием информации от одного человека другому посредством текста культуры;
- зависимость текста от визуальной составляющей экспозиции и этнографической реалии;
- прагматическое воздействие презентацией продукта [24].

Таким образом, данные проявления музейной экспозиции являются примером осуществления работы над представлением объекта и получением

определённой реакции от его образа аудиторией. Это является проявлением музейной коммуникации, которая, в свою очередь, обладает своими особенностями. К ним можно отнести:

- переплетение различных многоуровневых и многовременных информационных потоков и взаимодействующих между собой сигналов;
- пересечение разных потоков интерпретаций (авторских, адресных) для побуждения ответной реакции путем обмена информацией;
- использование сведений о внешней и внутренней средах музея и мира [32].

Если сравнить обе представленные характеристики, можно заметить ряд сходств. Это говорит о взаимосвязанности экспозиции и коммуникации объектов между собой, а значит и о важности сохранения данной связи в музейных текстах. Однако так как они являются общим описанием характеристики отдельных компонентов работы с музеем, необходимо объединить понятия обеих характеристик и выделить только самые главные черты. Таким образом, мы получим основные характеристики коммуникации музейного текста, а именно:

- размещение предмета, относящегося к определенному уровню, пространству и временной рамке в виде правильной системы знаков в зависимости от экспоната и вида музейного текста;
- презентация продукта для осуществления коммуникационного воздействия на человека, в целях получения эмоциональной реакции;
- зависимость текста от объекта экспозиции для осуществления эмоциональной реакции [24], [32].

В результате этого мы смогли составить общую характеристику коммуникации музейного текста и путей ее проявления, чтобы понимать всю

многогранность данного аспекта для дальнейшей успешной работы с текстом в музеях.

На протяжении многих лет музей не теряет своей актуальности в силу постоянного изменения представления формата музейного текста. Они стараются не отставать от появляющихся в мире технологии, чтобы привлекать как можно больше людей в посещение культурного места[26]. Изучая особенности и интересы общества, ученые пришли к выводу, что молодое поколение более заинтересовано получать информацию в визуальном и аудиальном варианте. Из этого можно сделать вывод, что процесс музейной коммуникации в виде текста можно считать постоянно меняющимся и отвечающим все веяниям общества путем сообщения информации, несмотря на свое долгое сосуществование [24].

1.2 Общая характеристика устной монологической речи

Одним из видов предоставления музейного текста в устной форме, набирающим популярность, становится музейный аудиотекст, который, в свою очередь, является вариантом устной монологической речи. Для того чтобы правильно составлять устное сопровождение в музее, необходимо понять, как работает монологическая речь, которую аудитория в музее будет получать [16].

Необходимо понимать различия устной монологической речи от текста, имеющего письменную форму, а также понимать, как предоставляется информация об объекте, речь о котором пойдет в записи. Поэтому стоит обратить внимание на то, в чем состоят различия предоставления монологической речи и устно представленного текста от письменного в структурном, семантическом и фонетическом плане. Определив аспекты, мы сможем успешно работать над созданием записей этого типа [7], [28].

Для того чтобы выделить особенности монологической речи, стоит рассмотреть какие определения дают данному типу текстов. Л.Р. Нуртдинова провела анализ нескольких определений, данных монологическому высказыванию, что считается синонимом монологической речи. Все они имеют одну общую структуру, где монологическим высказыванием является продукт умственной работы человека в предоставлении информации другому объекту. Он обладает определенными особенностями, которые определяются целями и планами высказывания [20].

Существует другое утверждение, сформулированное Е.И. Пассовым, где речь воспринимается как объединение высказываний, находящихся на разном уровне. Однако при их объединении получается монологическое высказывание. На одном уровне находится определенная часть предложения, будь это слово, словосочетание, фраза и т. п., а на другом процесс взаимодействия людей. Посредством объединения двух уровней происходит коммуникация в виде разговора между людьми [8], [21].

Сравнив два понятия, можно сделать вывод, что в каждом из них речь идет о разных аспектах монологического высказывания. Рассмотренный нами вариант обобщения множества разных понятий Л.Р. Нуртдиновой выделяет индивидуальный характер монологического высказывания, в то время определение Е.И. Пассового подчеркивает саму концепцию монологической речи [8], [20].

Если мы объединим два понятия между собой, то получим целостное восприятие о том, что подразумевается под монологической речью и ее основную концепцию. Таким образом, устная монологическая речь – это продукт умственной работы человека в предоставлении информации другому объекту путем проведения взаимодействия человека через устно представленный текст, образованного с помощью слов выражений и утверждений. Выбор объектов будет зависеть от цели и плана высказывания [21].

Определив общее понятие монологической речи, как продукт умственной работы человека, можно сделать вывод, что данная логическая работа является результатом изучения источников информации, их анализа и в последующем предоставления в устном формате для аудитории [18].

При рассмотрении особенностей построения высказывания, стоит выделить детальную продуманность логических связей предложений между собой. Отправитель информации представляет объединение сверхфазового единства, фраз, обладающих логически структурно-смысловым единством на уровне целого текста с законченной мыслью. В тексте может идти речь сразу же о нескольких темах или проблемах, но объединять их должен один общий заголовок, актуальность или сфера деятельности [3].

Таким образом, в монологическом высказывании необходимо составить предложения коммуникативно слабые и зависимые от подчиненности с другими предложениями, но изначально состоящие из опорных коммуникативно сильных предложений, которыми являются основные в тексте утверждения. Главной задачей является создать цепную реакцию между предложениями, где одна общая мысль развивается от одного предложения к другому. Л.Р. Нуртдинова выделяет тематическую связь, где общий смысл текста обеспечивается введением мысли в двух соседних предложениях об одной и той же теме, а введение новой темы осуществляется путем добавления новых предметов речи в виде предикатов, новой информации об объекте. Из этого можно сделать вывод, что необходимо создать целостное монологическое высказывание, не перегруженное лишними сведениями и обладающее одной тематикой [20], [23].

Если в высказывании будет нарушена цепочка передачи смыслов, то возникнет проблема в получении заложенной в текст информации. Поэтому, важным моментом в составлении монологического высказывания в устной форме является сохранение передачи смысла из одного предложения в другое. Таким образом, мы смогли определить структурную характеристику

монологической устной речи, определить ее проблематику и составить ее определение, в котором будет отражаться образ текста, представленного в устной форме.

Стоит взглянуть и на особенности монологической речи в семантическом плане. К ним можно отнести: указатели начала, развития дальнейшей мысли, заключения в устной речи без частого использования клише, единство видовременных форм глаголов, превалирование простых форм предложений над сложными, отсутствие большого количества чисел, номеров и дат, употребление нейтральной научной лексики и возможность использования изобразительно-выразительных средств, чтобы создать легкость и интерес при прослушивании текста. Необходимо представить текст, который семантически трудно воспринимаемым в устной форме и будет передавать суть и проблему высказывания в облегченном варианте [6], [17].

Целостный и законченный вид устной монологической речи придает фонетическая составляющая. Система коммуникативных сигналов, тональность и громкость являются основными компонентами при воспроизведении монолога в устную речь. Благодаря таким признакам как интенсивность, паузация, темп и длительность высказывания, получатель информации может четко проследить, на что необходимо обратить пристальное внимание при прослушивании монологического высказывания, а что считается предметом связывания или второстепенным членом предложения [17].

Паузация позволяет понять слушателю, когда происходит завершения мысли и начнется ее развитие или представление следующей проблемы. Она является одним из основных сигналов при прослушивании для выделения основного хода мысли. Изучая особенности темпа и длительности высказывания в монологической речи, стоит отметить неторопливость и четкость дикции. Она должна быть с комфортной скоростью, с которой мы говорим в обычной жизни. Это позволяет донести мысль ясно и без

затруднений для аудитории. В добавление к ним стоит отметить тональность речи. Она позволяет создать увлекательность и заинтересованность при прослушивании [6].

Проведя анализ устной монологической речи, стало возможным создать определенный план, который отражает все ее особенности в структурном, семантическом и фонетическом плане:

а) структурные особенности:

- 1) презентация объекта для осуществления коммуникационного воздействия;
- 2) обеспечение смысловой связи введением мысли в двух соседних предложениях об одной и той же теме и проявлением новой темы путем добавления предикатов;
- 3) целостность, представленная в общем заголовке, актуальности и сфере деятельности;

б) семантические особенности:

- 4) указатели начала, развития дальнейшей мысли, заключения;
- 5) единство видовременных форм глаголов;
- 6) использование простых форм предложений;
- 7) отсутствие большого количества чисел, номеров и дат;
- 8) употребление нейтральной, научного типа лексики;
- 9) возможность использования изобразительно-выразительных средств;

в) фонетические особенности:

- 1) паузация;
- 2) неторопливость и четкость дикции;
- 3) тональность речи [6], [9], [17], [29].

1.3 Аудиоэкскурсия как жанр музейной коммуникации

С каждым годом появляется все больше технологий и способов сделать процесс получения информации в музеях более эффективным и удобным для каждого. Вне зависимости от класса или уровня дохода, любой может прийти и получить интересующие их сведения в различном виде. Однако такого многообразия не существовало изначально. По мере необходимости и расширения возможностей, в музеях появлялись новые способы преподнесения информации. Теперь посетитель музея сам решает, каким образом он будет получать новые сведения. Одним из таких способов является аудиоэкскурсия. Описанный тип текстов позволяет получить сведения о музейном экспонате путем предоставления данных в аудиальной форме [35]. Он представляет собой отдельный вид со своими чертами и стилевыми особенностями, которые отделяют его от обычного монологического высказывания и показывают связь с музейной экспозицией [39].

Необходимо более детально взглянуть на его характеристики и особенности, чтобы понять, как работает рассматриваемый тип взаимодействия и на какие аспекты необходимо обращать внимание при написании аудиоэкскурсии, чтобы происходила передача смысла высказывания во время музейной коммуникации.

При поиске информации, связанной с аудиоэкскурсиями, в поисковых системах зачастую появлялись источники, которые были связаны с другим понятием в современной музейной коммуникации. Им является понятие аудиогид. Из этого можно сделать вывод, что данные понятия имеют схожие значения. Однако между ними есть определенные отличия, которые разделяют два понятия. Под аудиогидом подразумевают технологию, которая используется составителями аудиоэкскурсий для создания аудиального сопровождения при осуществлении зрительного просмотра объекта экспозиций. Информацию, которую человек получает, является дополнением

к основной, которую он узнал при личном, индивидуальном изучении экспоната. Аудиоэкскурсия, в свою очередь, является противоположностью аудиогиду. Она осуществляет контакт между местами и событиями, переходя от одной достопримечательности к другой [31], [38]. Аудиоэкскурсия составляется с дополнительным описанием места, в котором человек находится, чтобы создать целостную картину для слушателя об объектах, которые находятся в определенном музее. Также присутствуют вступительные слова и заключения. Данная характеристика отсутствует в аудиогиде, так как их главной задачей является донести факты и информацию о каждом объекте индивидуально путем четко прикрепленных за одним объектом записей, а не в виде одной объединённой записи в качестве целостного рассказа. Местность и окружение не описываются.

Определив главное различие между двумя понятиями, стоит перейти к выявлению ее главных характеристик. К ним относится определение, кто является ее субъектом и объектом, и в какой среде это существует. В дополнение к этому важно указать цель и содержание в осуществлении данного вида коммуникации [33]. В каждом из рассматриваемых аспектов отмечаются важные стороны и структурные особенности аудиоэкскурсии:

- субъектом коммуникации будет являться отправитель информации в виде адресанта и получателем считается адресат или экскурсант;
- средой взаимодействия двух сторон считается определенная тематическая территория, пространство или группа людей;
- целью считается предоставление экскурсионно-туристической услуги для удовлетворения познавательного желания аудитории узнать информацию [12], [33].

Данные черты обладают схожестью в свойствах текстов музейной коммуникации, что может говорить нам о взаимосвязи аудиоэкскурсии и текстов музейной коммуникации.

Аудиоэкскурсии могут быть представлены в различном виде. В зависимости от типов объектов, речь о которых будет идти в экскурсии, мы

выделяем разные типы. К ним относятся: тематические экскурсии, обзорные, пешие, экскурсии с использованием транспорта, в виде квеста и т.п. В зависимости от того, о чем будет ваша экскурсия и каким образом устроен ее маршрут и процесс повествования, вы выбираете тот или иной вид [36].

Другой важной составляющей аудиоэкскурсии является прагматическое воздействие, которое осуществляется путем объединения работы языковых знаков, речи. Все вместе окажет воздействие на адресата и заставит его анализировать и задаваться вопросами, связанными с полученной информацией. Оно зависит от объекта, речь о котором будет идти в музейном тексте. Благодаря осуществлению воздействия экскурсионных сведений на экскурсанта, происходит прагматическое отношение между человеком и сведениями и образуется коммуникация в пределах музейного экспоната. Иными словами, создаются отношения и коммуникация между объектом и субъектом путем прагматического воздействия в тексте. Схожей характеристикой обладают музейные тексты, что свидетельствует об их взаимосвязи [10], [35].

Важность данного аспекта также отмечается при написании аудиоэкскурсий для людей с проблемами со зрением. В силу отсутствия возможности самостоятельно визуально изучить объект и получить необходимую и важную для посетителя информацию, ему необходимо получить четкое, верно составленное сообщение об объекте [31].

Для того чтобы произвести прагматическое воздействие на аудиторию, в обоих случаях составления аудиоэкскурсии, как для людей с проблемами со зрением и без, существует план составления аудиоэкскурсии:

- а) Детальная проработка маршрута экскурсии:
 - 1) длительность экскурсии;
 - 2) траектория движения;
- б) Создание экскурсионного рассказа:
 - 3) описание места, где находится слушатель;
 - 4) имитирование живого общения;

- 5) лаконичность;
 - 6) наличие начала и конца экскурсии в форме, которая принята в экскурсионных группах;
- в) Создание звукового ряда:
- 7) осуществление записи на высококачественную аппаратуру для избавления от звуков помех при записи;
 - 8) минимизировать употребление музыки;
 - 9) использование реальных звуков места или действий, о которых идет речь;
- г) Наложение звукового ряда на экскурсионный рассказ:
- 1) необходимость правильно выставить громкости и сопоставить рассказ с музыкальным сопровождением;
 - 2) Экспериментальная проверка эффективности аудиоэкскурсии:
 - 3) осуществление проверок с несколькими тестирующими и экспертами для выявления проблем, помех и искажений в аудиоэкскурсии [31].

Данный план показывает пошаговое выполнение и составления аудиоэкскурсии, что позволит качественно написать ее. Для реализации потребуются несколько специалистов из разных сфер и определенный капитал для осуществления получения необходимого оборудования. К примеру, текст также должен пройти адаптацию для заказчика. Составленные материалы отправляются к линейному редактору, в задачу которого входит проверка и корректировка текста, оценка его «интересности». Он проверяет данные в текстах и дополняет его связками для лучшего эмоционального восприятия [31], [40].

Не стоит забывать, что аудиоэкскурсия является устным представлением данных. При сравнении ее характеристик с монологической речью, мы можем также наблюдать схожие способы создания и осуществления данного способа передачи информации. К ним относятся:

- грамотность речи;

- выразительность речи;
- указатели начала, развития дальнейшей мысли, заключения ;
- единство видовременных форм глаголов;
- использование простых форм предложений;
- отсутствие большого количества чисел, номеров и дат;
- правильно поставленное дыхание и т.п. [17].

Таким образом, нам удалось доказать смысловую связанность понятия аудиоэкскурсии с монологической речью и текстами музейной коммуникации и получить понятие, в котором будет отражаться данная связь. Аудиоэкскурсия – это жанр музейной коммуникации, оформленный в виде монологического высказывания для представления его в будущем в музее в аудиальной форме. Это свидетельствует о том, что составленный план работы над созданием текстов аудиоэкскурсий для осуществления музейной коммуникации может быть использован при составлении текстов аудиоэкскурсии.

С.С. Примак отмечает важную особенность в наполнении аудиоэкскурсий. Так как в ограниченных по времени записях необходимо изложить как можно больше полезной информации, в них может чувствоваться определенная «сухость» повествования и, в силу пространственных отношений, присутствует дистантность в общении адресанта и адресатов [40]. Из-за данных факторов текст может казаться довольно безличным или несвязным, однако это объясняется основными задачами, заложенными в музейных текстах.

С другой стороны, Д.А. Ходяков и Н.В. Ходякова отмечают, что, несмотря на «сухость» в предоставлении информации и фактов о том или ином объекте, о котором рассказывается в аудиоэкскурсии, их нельзя назвать безэмоциональными или несвязанными. Благодаря использованию музыкального сопровождения и создания описательного содержания места или вещи, о которой идет речь, данная проблема менее сказывается на содержании. Кроме этого, благодаря имитированию живого общения в

аудиоэкскурсиях, проблема с дистантностью между адресантом и адресатом становится почти незаметна. В дополнение, осуществляемые линейным редактором исправления в тексте позволяют сделать его более связанным и эмоциональным за счет внесения изменений на лексическом, грамматическом или семантическом уровне. Таким образом, стало возможным определить способы решения проблемы.

При составлении аудиоэкскурсий необходимо обладать не только общим планом ее составления, но также понять, как на синтаксическом уровне обеспечить осуществление всех особенностей музейных текстов. Для этого мы можем объединить особенности текстов музейных аудиоэкскурсий с пошаговым планом их создания.

Таким образом, аудиоэкскурсия как жанр музейной коммуникации является результатом совместного проявления особенностей и характеристик текстов музейной коммуникации, а также проявлением устной монологической речи. При ее создании, текст должен обладать всеми качествами для осуществления музейной коммуникации, а также быть легок в восприятии в силу представления информации в аудиальном виде.

Выводы по первой главе

Музейный текст – это текст, обладающий определенными свойствами связности и цельности. Он является музейным предикатом и объектом, используемым в музейном пространстве для просветительской деятельности в процессе проведения музейной коммуникации. Существует три главных лица, которые будут задействованы в создании и передаче музейного текста: адресант, которым является музейный работник, гид и т. п., музейный предмет, как связующий фактор в процессе коммуникации и адресат, который получает информацию об объекте через адресанта. Форма представления, в которой будет написан текст, возможна в 4 вариантах: этикетаж, ведущий, пояснительный, а также заглавный тексты. Под этикетажом подразумевают собрание самой важной атрибутивной

информации о рассматриваемом предмете. Стилистически данные тексты могут быть написаны в разных стилях. Все зависит от объекта и целей, которые необходимо достигнуть благодаря тексту. В добавление к этому для содержательной части текста важно знать все сведения, связанные с размещением экспоната, каким образом будет происходить его презентация и также насколько будем зависеть текст презентации от объекта. Одним из таких способов предоставления информации является аудиоэкскурсия.

Аудиоэкскурсия является устной монологической речью. Таким образом, тексты музейной экспозиции переходят в аудиальный формат. Она осуществляет контакт между местами и событиями, переходя от одной достопримечательности к другой. Аудиоэкскурсия составляется с дополнительным описанием места, в котором человек находится, чтобы создать целостную картину для слушателя об объектах, которые находятся в определенном музее. Существует определенный план ее создания, который позволяет не только поэтапно выстроить процесс работы, но также выделяет определенные особенности, характерные данному типу текстов.

Таким образом, было определено, что аудиоэкскурсией является текст музейной экспозиции, который будет представлен в устной монологической форме. Музейная коммуникация осуществляется благодаря совместному проявлению особенностей и характеристик текстов музейной коммуникации, а также устной монологической речи. Данного типа тексты обладают всеми качествами для осуществления музейной коммуникации. Они должны быть легки в восприятии в силу представления информации в аудиальном виде.

Глава 2 Стратегия перевода текстов аудиоэкскурсии «20 век» с русского на английский язык

2.1 Предпереводческий анализ аудиоэкскурсии «20 век»

В начале работы над переводом текстов необходимо провести предпереводческий анализ текста для выявления главных черт и их особенностей, чтобы в будущем произвести качественный перевод на основе этих данных. В начале работы важно прочитать текст оригинала для изучения и поиска особенностей, понять основной смысл текстов и определить цели перевода.

Предметом анализа являются 14 текстов аудиоэкскурсии Тольяттинского краеведческого музея «20 век». Основным смыслом и прагматической задачей аудиоэкскурсии является рассказать об истории города. Несмотря на то, что все 14 текстов написаны про разные десятилетия и важные моменты в жизни города, они все объединены общей тематикой, а именно всем событиям, произошедшим в течение 20 века в городе. Ведущей композиционно-речевой формой является описание.

Рассматриваемая аудиоэкскурсия написана на основе текстов этикетажей. Их задача состоит в том, чтобы осуществить описание типа объекта. От этого зависит, как экспонат будет изучен и понят аудиторией. Это подчеркивает важную роль музейных этикетажей в основной части описания экспоната путем описания типа объекта. Наряду с этим, данные тексты были написаны с учетом того, что будут представлены в аудиальной форме для аудиоэкскурсии. На основе изученных характеристик монологических высказываний, а также аудиоэкскурсий, мы знаем, что рассматриваемый тип текстов должен обладать легкостью и четкой структурой представления фактов. При переводе были сохранены особенности текстов по просьбе заказчика, так как тексты изначально были подготовлены к аудиальной форме.

Данная аудиоэкскурсия интересна людям широкой аудитории. Вне зависимости от возраста, любой человек интересуется событиями истории. Следовательно, невозможно определить адресатом текстов определенную группу людей. Кроме этого, стоит учитывать культурное многообразие страны и заинтересованность туристов в посещении экспозиции. Поэтому тексты аудиоэкскурсии должны содержать объяснение всех особенностей и быть понятными любому возрасту и посетителю, несмотря на возраст или другие факторы.

Другой важной частью предпереводческого анализа является этап сбора необходимой информации о вещах и явлениях, о которых идет речь в аудиоэкскурсиях в оригинале. Так как рассматриваемым типом музейного текста является этикетаж, который является основной частью музейного текста, описывающим и содержащим основную информацию об объекте, важно понимать каждое явление или объект, который в нем описывается для дальнейшего качественного перевода.

Рассматриваемые 14 текстов рассказывают о разных исторических периодах города. Для того чтобы сократить объем и процесс представления сведений о каждом временном интервале, все данные об экспозиции были переданы в первом тексте аудиоэкскурсии «*Вступление*». Благодаря данному тексту создается общая картина понимания того, что будет представлено и чего стоит ожидать посетителю.

Кроме этого, в аудиоэкскурсии присутствует текст «*Заключение*», в котором завершается повествование об истории города в первую половину XX века. Это позволяет посетителю увидеть определенное завершение в рассказе и проанализировать полученную информацию. Представленные тексты являются отражением важной части устного монологического высказывания для слушателя аудиоэкскурсии о том, какая информация присутствует в экспозиции.

Сведения в текстах аудиоэкскурсии излагаются в полном объеме. Однако грамматические конструкции в текстах были упрощены для

придания легкости восприятия данных и их понимания. В добавление к этому они являются музейными этикетажами. Их отличительной чертой является краткость и лаконичность. По этой причине данные тексты содержат в себе только основную информацию об объекте. Они должны быть легкими в устном восприятии, так как тексты аудиоэкскурсии предназначены к аудиальному восприятию.

Такие особенности грамматического построения текстов как побудительного типа предложения, превалирование простых основ, односоставность, наличие в некоторых предложениях только одного предикативного члена, членение предложений и в целом использование неполных предложений помогают добиться данного результата [4]. Кроме этого, так как тексты созданы для последующего перевода их в аудиальный формат, они также соответствуют всем показателям устной монологической речи [16]. В работе насчитывается 27 предложений, в которых использовалось членение. 18 односоставных предложений и 15 побудительных предложений.

Такие особенности как наличие простых основ, неосложненных предложений в тексте и зачастую их членение для облегчения смысловой нагрузки можно наблюдать в следующих предложениях: «Взвешивали и отмеряли товар прямо в лавке. Гири и конторские счета облегчали взвешивание и подсчет товара. На прилавке вы видите столовые чашечные весы системы «Беранже...», «Его длина позволяла уверенно использовать кинжал при рубке. Малая кривизна не препятствовала колющим действиям. Обоюдоострость клинка и симметричность рукояти позволяла производить режущие и секущие действия при разных захватах», «Каждый колхоз должен был выполнять план хлебозаготовок. Активизировалась борьба с кулачеством, переросшая в настоящие репрессии» и т. п.

Подобные цели также достигаются путем использования односоставных предложений: «Двухэтажных очень мало», «Обычно первый этаж у них кирпичный, капитальный, а второй-деревянный», «На полу сельди

в бочках» и неполных предложений: «Свой выбор он уже сделал – на его папаше красная звезда. Но и прежняя награда – георгиевский крест – все еще дорога», «Прямо перед вами – дети из ставропольских яслей-сада со своими воспитателями», «Новые рисунки делались только для механических видов воспроизведения – для печати и для аэрографа». Путем исключения одного из главных членов предложения получалось также сократить объем сообщения.

Кроме снижения смысловой нагрузки предложений также наблюдается интересный способ сохранения тема-рематической связи [24]. Если взглянуть на каждый текст в отдельности, то в каждом из них присутствует большое количество абзацев. Данные абзацы разбиты на определенные смысловые группы. В каждом из них идет речь об отдельном событии или факте о предмете или явлении, о котором повествуется в тексте в целом. Таким образом, для сохранения тема-рематической зависимости одного предложения от другого происходит их деление и, где это крайне необходимо, связка с помощью нужных слов: «Борьба в столице откинулась многовластием на местах: какое-то время в нашем городе одновременно работали земские, буржуазные и революционные органы управления. Однако лозунг «Вся власть Советам!» все больше набирал силу» Благодаря слову «Однако» происходит объединение. Тем не менее, как только меняется мысль и направление события, создается отдельный абзац.

Таким образом, отсутствует нарушение тема-рематической связи, мысль в каждом тексте не кажется оборванной и сохраняется необходимость семантической структурной связанности в устной монологической речи: сохраняется связь предложений между собой путем ведения мысли в двух соседних предложениях об одной и той же теме и добавления новой темы путем использования предикатов. Благодаря этому обеспечивается целостность главной мысли текста, представленной в общем заголовке. В добавление, в данном процессе происходит определение ядерных и

околоядерных частей в предложении, что поможет при переводе выделить важные для перевода части и те, которые можно опустить.

Рассматриваемые тексты являются сопровождением к визуальной составляющей композиции, поэтому они обладают такой недосказанностью и неполным содержанием. Эти проблемы восполняются благодаря наблюдению за определенными объектами экспозиции, с которыми тексты связаны во время прослушивания текста во время аудиоэкскурсии. Для сохранения связи со слушателем в записях присутствует большое количество побудительных предложений: «В экспозиции вы сможете стать не только зрителем, но и действующим лицом кинокартины...», «Его вы видите в большой витрине», «В маленькой витрине под цифрой 2 вы видите бегут в ножнах 1916 года выпуска», «Обратите внимание на наградную каску 1931 года, принадлежавшую Г. В. Авдееву, уроженцу г. Ставрополя» и т.п. Во многих из них не наблюдается прямого побуждения, чтобы направить слушателя выполнить указанные действия. Однако, благодаря использованию официальной формы побуждения в виде указания на обращение внимания на нужное направление наблюдения за экспозицией, слушатель связывает для себя визуальную составляющую с аудиотекстом и получает общую картину предоставленных данных. В результате, оба типа информации накладываются друг на друга, и получается интерактивный способ передачи новых данных об объекте экспозиции. В добавление к этому текст приобретает связь с аудиторией.

Исследовав примеры разных видов предложений, а именно: побудительного типа, простых основ, односоставных, предложений только с одним предикативным членом и неполных, возможно аргументированно доказать, что тексты Тольяттинского краеведческого музея, посвященные экспозиции под названием «20 век», являются примером музейных этикетажей, подготовленных в устном формате аудиоэкскурсий и написанных в научно-популярном стиле.

Представленные характеристики были выделены на структурном и грамматическом плане, что позволяет понять, какой стиль и вид присущ текстам. Кроме этого, для передачи прагматического аспекта текстов, стиля, а также атмосферы и необходимой информации в текстах, необходимо рассмотреть лексические особенности. В текстах использовались 117 реалий, 54 термина, 34 историзма и около 5 типов слов для повторения. Все они являются доказательством использования научного стиля в текстах. Наряду с этим в текстах также присутствуют 4 риторических вопроса, 10 слов торжественной лексики, и изобразительно-выразительные средства, добавляющие тексту большей эмоциональности для привлечения внимания аудитории к аудиоэкскурсии и снижения «сухости» в тексте [13], [27].

Так как данные тексты охватывают довольно большой период времени, а также сразу несколько сфер жизни человека, в них присутствует достаточное количество реалий и терминов, которые помогают охарактеризовать определенные явления, события или вещи. Термин подразумевается слово точного выражения специальных понятий и обозначения определенных предметов. К основным характеристикам термина относят однозначность и функциональную специфику, как слово с особой функцией [2]. В представленных текстах находится около 54 терминов: «многовластие», «земские, буржуазные, революционные органы», «пеший строй», «артель», «коммуны», «ставропольчане», «Петросовет», «портупейная пряжка» и т.п.

Другой лексической единицей, которая использовалась в текстах довольно часто, является реалия. Реалией является понятие или явление, характерное для культуры и истории, быта и уклада жизни того или иного народа и страны, а также как слова, обозначающие предметы, понятия, явления, или же словосочетания (фразеологизм, поговорка, пословица) [11], [19]. Данные слова не имеют аналогов или соответствий в другом языке. Из-за этого возникает проблема во взаимопонимании культур. Однако, благодаря развитию практики межкультурного общения, существует

несколько возможных способов решения существующей проблемы. Преодоление этих трудностей называется переводом реалий.

В ходе исследований было выделено около 117 слов-реалий, каждое из которых можно разделить на разную классификацию по причине разной сферы их применения и использования. При изучении разных видов классификаций, а также проведения предпереводческого анализа представленных текстов, была определена наиболее подходящая классификация С. И. Влахова и С. П. Флорина [5].

Данная классификация наиболее подходит нам, так как включает в себя все необходимые разделы: географические, этнографические и общественно-политические реалии. В географические реалии входят два раздела: названия объектов физической географии и географических объектов, связанных с человеческой деятельностью. Этнографические подразделяются на бытовые, трудовые, культурные, этнические и еще одни, связанные с мерами и деньгами. В общественно-политических выделяют реалии административно-территориального устройства (населенные пункты), органов и носителей власти, общественно-политической жизни, а также военной тематики (оружие, подразделения и т.п.).

Кроме этого в текстах также встречаются около 34 историзмов. Это слова, которые вышли из использования в общении людей по причине исчезновения того или иного элемента из обихода человека. Важно отметить использование соответствующей временному периоду лексики или терминов, появившиеся в то время, которое описывалось в том или ином тексте [1]: «артель», «ставропольчане», «уисполком», «губисполком», «коммуна» «многовластие», «земские, буржуазные, революционные органы» «пеший строй», «папах», «ставропольчане», «Петросовет», «портупейная пряжка» и т.п. Историзмы позволяют узнать больше о том или ином периоде времени.

Таким образом, термины и реалии дают возможность получить более детально проработанные сведения об экспонатах и событиях указанного времени путем представления культурных особенностей. Стоит отметить,

что за каждым периодом закрепляются определенные явления, организации и компании, которые при прослушивании текстов отождествляются с ними. Тем самым, они позволяют произвести связь между историческим периодом и памятью человека. Это позволяет аудитории лучше запомнить полученную информацию.

В текстах также присутствуют полные имена важных и известных в истории города личностей. Они осуществляют такую же связь с тем или иным периодом как реалии и термины.

Нельзя не отметить такую характеристику текстов как повторение. Оно позволяет упростить восприятие текста для слушателя путем использования одно и того же слова и сконцентрировать внимание на фактах и новой информации. В предложении: «Его длина позволяла уверенно использовать кинжал при рубке. Малая кривизна не препятствовала колющим действиям. Обоюдоострость клинка и симметричность рукояти позволяла...» отмечается повторение слова «позволять». Благодаря его повторению слушатель будет знать, какого типа информацию ожидать дальше и сможет запомнить новые сведения. При аудиальном восприятии данных человек старается выделить для себя главный смысл. В дополнение к этому повторение является одним из проявлений научно-популярного стиля.

Для привлечения внимания и заинтересованности аудитории при прослушивании была также использована торжественно-возвышенная лексика. Такие выражения как «уважаемый гость», «зрелищные кинопанорамы», «главные вехи», «войти в кадр» делают текст более эмоциональным и живым, несмотря на формальный стиль и значительное количество научной информации в тексте. Для схожей цели в тексте была применена гипербола в начале аудиоэкскурсии: «В экспозиции вы сможете не только стать не только зрителем, но и действующим лицом кинокартины: «войти в кадр», прикоснуться к предметам, изучить документы и фотографии, даже провести расследование». Каждый новый глагол используется для выражения усиления вовлеченности слушателя в

программу аудиоэкскурсии. Представленные лексические особенности были использованы в первом тексте аудиоэкскурсии. Благодаря их использованию удастся заинтересовать и создать благоприятную атмосферу для изучения информации об объектах экспозиции. Это отражает особенность монологической речи и музейных текстов подготавливать аудиторию к информации, которую они узнают, чтобы она лучше запомнилась и была понята аудиторией.

В результате были определены особенности текста на структурном, грамматическом и лексическом уровне. Проведенный предпереводческий анализ позволит произвести качественный перевод текстов аудиоэкскурсии экспозиции Тольяттинского краеведческого музея под названием «20 век». Наряду с этим стоит отметить, что выявленные черты в текстах на указанных языковых уровнях указывают на научно-популярный стиль в текстах.

2.2 Способы и приемы стратегии перевода аудиоэкскурсии

При исследовании особое внимание уделяется изучению специфики перевода текстов музейной экспозиции с русского на английский язык с точки зрения сохранения лингвостилистических особенностей и обеспечения адекватности перевода. В предпереводческом анализе в параграфе 2.1 были выделены основные характеристики, присущие научно-популярному стилю, в котором данные тексты были написаны. Все изученные сведения определяют способ их перевода для передачи оригинальной информации настолько ближе, насколько это возможно.

Процесс перевода 14 текстов осуществляется с предпереводческим анализом текста, при котором прочитывается и понимается текст оригинала, определяется цель перевода и коммуникативное задание, устанавливаются функционально-стилистические доминанты текста, выявляются структурные особенности организации текста и изучается справочная информация на тему общественно-политических отношений, бытовой лексики для дальнейшего

использования. Затем при переводе текстов используется тактика максимально точной и полной передачи информации. Следующим шагом осуществления стратегии перевода является определение переводческих операций, то есть необходимых преобразований для сохранения доминант и категорий текста. Заключительным этапом стратегии является создание самого текста перевода, то есть работа с коммуникативно-равноценным аналогом оригинала.

Одним из главных принципов составления текста музейной этикетки является информативность. Она сопровождается четкой аргументацией и точной передачей сведений, так как главная задача рассматриваемого типа текста – рассказать и пояснить. В силу ограничения по времени возможности человека удерживать свое внимание слишком долго при устном восприятии информации, тексты также должны быть лаконичны и свободны от сложных конструкций. Рассматриваемая особенность отмечается и в текстах оригинала.

Осуществление перевода начинается с исследования грамматических особенностей для будущего понимания важности того или иного фрагмента текста и возможном опущении в случае перегрузки этой особенностью текста в оригинале. Такие грамматические особенности текстов аудиоэкскурсии как односоставные и неполные предложения, на английский были переведены с восполнением пропущенной части речи. К примеру, односоставные предложения: «Двухэтажных очень мало», «Обычно первый этаж у них кирпичный, капитальный, а второй-деревянный» в переводе были объединены с предыдущим предложениями для соединения с существительным, связанным с домом: «It was built up with log houses. Only a dozen and a half buildings were made out of red bricks and only a few were two-storey. The first floor was considered to be fundamental and made out of brick and the second just wooden». В данном случае был применен такой тип трансформации как объединение предложений.

В случае с неполными предложениями произошло синтаксическое уподобление для сохранения синтаксической структуры предложения. «Свой выбор он уже сделал – на его папaxe красная звезда. Но и прежняя награда – георгиевский крест – все еще дорога», «Прямо перед вами – дети из ставропольских яслей-сада со своими воспитателями» были переведены как «The soldier has already made his choice – there is a red star on his papakha (tall Caucasian fur hat). But the former award – the St. George's Cross is still much loved» и «Here are children in a Stavropol day-care with their teachers».

Кроме этого, в тексте было применено членение предложений для упрощения конструкции. Предложения «Взвешивали и отмеряли товар прямо в лавке. Гири и конторские счета облегчали взвешивание и подсчет товара. На прилавке вы видите столовые чашечные весы системы «Беранже...», «Его длина позволяла уверенно использовать кинжал при рубке. Малая кривизна не препятствовала колющим действиям. Обоюдоострость клинка и симметричность рукояти позволяла производить режущие и секущие действия при разных захватах», «Каждый колхоз должен был выполнять план хлебозаготовок. Активизировалась борьба с кулачеством, переросшая в настоящие репрессии» были также переведены членением предложений: «The goods were weighed and measured right in the shop. Weights and office accounts made this process easier. The table cup scale of the system Berange was on the counter. It was produced in the USSR in the 1920s and could weigh up to 44lb».

В добавление к этому, многие предложения были представлены в виде пассивного или активного залога. Количество предложений представленных типов относительно одинаково во всех текстах. При переводе сохранялась грамматическая структура предложения, так как она позволяла поддержать морфологическую составляющую текстов. Предложения пассивного залога: «13 марта Ставрополь был взят», «По данным Фрунзе в уезде при подавлении восстания было убито не менее 1000 и затем расстреляно свыше 6000 участников восстания», «Образован здравотдел, который занимается

борьбой...», «Открыты театры, музей местного края...» и т. п. были переведены как «On March 13, Stavropol was taken», «According to Frunze, at least 1,000 participants of the uprising were killed in the country during the suppression of the uprising and then more than 600 participants of the uprising were shot», «A health department was formed to work with...», «A theater, a museum of the local region were open...» и т. п.

Другой особенностью данных текстов являлось использование побудительных предложений. Для представления этой характеристики в переводе применялся модальный глагол «can», а также конструкция для выражения запланированных действий, планов в будущем «to be going to». Такие предложения как «В экспозиции вы сможете стать не только зрителем, но и действующим лицом кинокартины...», «Его вы видите в большой витрине», «В маленькой витрине под цифрой 2 вы видите бебут в ножнах 1916 года выпуска», «Обратите внимание на наградную каску 1931 года, принадлежавшую Г. В. Авдееву, уроженцу г. Ставрополя», «Перед вами собрание фото, кино и видеоаппаратуры разных лет...» и т. п. были переведены как «In the exhibition, you are going to be not only a spectator, but also an actor of a motion picture», «You can see it in a large showcase», «In a small showcase under the number 2, you can see a type of dagger called bebut in a sheath dated back 1916», «Look at the award helmet of 1931, which belonged to Grigory Avdeev», «Here are photo, film and video equipment...» и т. п.

Таким образом, можно сделать вывод, что в большинстве случаев происходило сохранение грамматических особенностей текста. Причиной этому является уже качественно выполненное сокращение и подготовка текста аудиоэкскурсии для их устного представления в виде записи и универсальность текстов аудиоэкскурсий в мире. Однако стоит отметить, что в некоторых предложениях, в таких как «Look at the award helmet of 1931, which belonged to Grigory Avdeev» и «Here are photo, film and video equipment...», где проявление вежливой формы опускается. Причиной этому

является особенностью конструкции предложения и важность подчеркивания прагматически важной единицы в данных предложениях.

При рассмотрении синтаксических особенностей наиболее частотным по использованию лексическим средством были реалии. В предпереводческом анализе мы выбрали классификацию с тремя типами реалий. В нашем случае топонимы, с точки зрения культурологии, можно рассматривать как объект географических реалий, подразделяющихся на физические объекты географии и географические объекты человеческой деятельности. Они позволяют произвести собирательный образ картины истории того периода города, а также осуществляют прагматическое и культурное воздействие на аудиторию. Так как аудиоэкскурсия посвящена истории города, его строительству и развитию, то в тексте присутствуют наименования нескольких географических объектов и названиях зданий, которые связаны с историей города. Все названия были переведены путем калькирования и транскрибирования.

Таблица 1 – Географические реалии текстов экспозиции «20 век» Тольяттинского краеведческого музея

Оригинал на русском языке	Перевод на английском языке
Кинотеатр «Буревестник»	The cinema Burevestnik
Кинотеатр «Авангард»	The cinema Avangard
Кинотеатр «Маяк»	The cinema Mayak
Кинотеатр «Космос»	The cinema Kosmos
Кинотеатр «Сатурн»	The cinema Saturn
Мелекесс	Melekess
Финляндский вокзал	Finlyandsky Railway Station
Полуостров Копылово	The Kopylovo peninsula
Река Волга	The Volga river
Улица Базарная	The Bazarnaya street
Дулёвский фарфоровый завод	Duly porcelain factory
«Куйбышевгидрострой»	Kuibyshev Hydrostroy
Красногородский механический завод	the Krasnogorsk Mechanical Plant
Военный факультет Второго Московского государственного педагогического института	The Military Faculty of the Second Moscow Pedagogical State University
Кунеевский исправительно-трудовой лагерь	The Kuneyevsky Corrective labour camp

Следующего типа реалии называются общественно-политическими. В данном виде были выделены несколько категорий: административно-территориального устройства, органов власти, реалии общественно-политической жизни (политические организации, движения и т.п.) и военного типа. Все они были переведены путем транскрибирования и калькирования.

Таблица 2 – Общественно-политические реалии категории административно-территориального устройства текстов экспозиции «20 век» Тольяттинского краеведческого музея

Оригинал на русском языке	Перевод на английском языке
Ставрополь	Stavropol
Село Ягодное	The village Yagodnoe
Село Федоровка	The village Fedorovka
Село Новодевичье	The village Novodevichye
Сенгилеевский уезд	The Sengileyevsky district
Симбирская губерния	The Simbirsk Uyezd
Ставропольский уезд	The Stavropol Uyezd

Таблица 3 – Общественно-политические реалии категории общественно-политической жизни текстов экспозиции «20 век» Тольяттинского краеведческого музея

Оригинал на русском языке	Перевод на английском языке
Петросовет	Petrograd Soviet
Съезд заведующих отделами наружной охраны	The outdoor security head department congress
КВД СКСО (Комиссариат внутренних дел Союза коммун Самарской области)	Commissariat of Internal Affairs of the Union of Communes of the Samara Region
Ленинградское оптико-механическое объединение	the Leningrad Optical and Mechanical Association (LOMO)
Революционно-полевой штаб	the pro-Socialist-Revolutionary Council of Workers' and Peasants' deputies
Реввоенсовет Республики	The Revolutionary Military Republic Council
Уисполком Ставрополя	The executive Committee of Stavropol
Чапан	The chapan uprising

Таблица 4 – Общественно-политические реалии текстов военной категории текстов экспозиции «20 век» Тольяттинского краеведческого музея

Оригинал на русском языке	Перевод на английском языке
Военное ведомство	Military Department Order
Народный комиссариат по военным делам	Military Affairs people Commissariat
Ставропольский военком	Stavropol military commissar
Артель «Заря»	Zarya Artel
Колонна «Куйбышевский колхозник»	Kuibyshevsky kolkhoznik military convoy
Колонна «Совхозный рабочий»	Sovkhozny rabochy military convoy
Колонна «Потребкооперация»	Potrebkooperatsya military convoy
Колонна «Нефтяник»	Neftyanik military convoy
Колонна «Медицинский работник»	Medical Worker military convoy
Красная армия	Red Army
Первая конная армия	The First Cavalry Army
Чехословацкий корпус	Czechoslovak Legion

Кроме данной особенности в текстах также можно встретить этнографические реалии, подчеркивающие быт, труд народа. Используемые слова в текстах были переведены транскрибированием, так как не имеют лексического аналога в английском языке. В добавление к этому в текстах присутствует объяснение значения и использования данных реалий. Функциональное предназначение реалий присутствует в виде описания объекта экспозиции в самом тексте.

Таблица 5 – Этнографические реалии культурной и трудовой категорий текстов экспозиции «20 век» Тольяттинского краеведческого музея

Оригинал на русском языке	Перевод на английском языке
Трактор «Фордзон-путиловец»	Tractor model Fordzon-Putilovets
Всесоюзная сельскохозяйственная выставка	All-union Supreme Soviet of the USSR
Бибут	Bebut

Таблица 6 – Этнографические реалии бытовой категории текстов экспозиции «20 век» Тольяттинского краеведческого музея

Оригинал на русском языке	Перевод на английском языке
Папаха	Papakha
Богатырка	Bogatyrka
Фрунзевка	Frunzevka

Продолжение таблицы 6

Буденовка	Budenovka
Кумыс	Koumiss (processed mare's milk)

Другой лексической единицей по частоте использования является термин. Многие термины как «многовластие», «земские, буржуазные, революционные органы» «пеший строй», «артель», «коммуны», «ставропольчане», «Петросовет», «портупейная пряжка» и т.п. были переведены такими лексическими трансформациями как транскрибирование и модуляция: «multiplie authority», «non-soviet, revolutionary governing bodies», «belt buckle», «communes». Причиной использования данных лексических единиц является цель, как можно более точно передать прагматическое значение слов в тексте и сохранить их связь с исторической эпохой, к которой они относятся. В текстах выделяется около 54 терминов.

Таким образом, мы на примере провели исследования, как был произведен перевод лексических особенностей и грамматических особенностей текстов, а также как в переводе стоит отражать стилистические и структурные особенности представленных текстов. Стоит отметить, что лексические особенности были переведены путем калькирования и модуляции, а грамматические, в свою очередь, были либо сохранены, либо переведены путем членения предложений.

После определения основной цели и путей осуществления перевода 14 текстов, был осуществлен перевод представленных текстов. Опираясь на стратегию и предпереводческий анализ, нам удалось осуществить перевод текстов и наглядно показать, как осуществляется перевод текстов на структурном, грамматическом и лексическом уровне. По запросу заказчика, особенности и структура текстов были сохранены и переданы в переводе.

Выводы по второй главе

Представленные тексты аудиоэкскурсии «20 век» Тольяттинского краеведческого музея обладают рядом структурных, грамматических и лексических особенностей, на которые необходимо обратить внимание при переводе для определения трансформаций.

В нашей бакалаврской работе за основу были выбраны стратегия коммуникативно-равноценного перевода и коммуникативно-функциональный подход. Опираясь на это, была выведена собственная стратегия перевода: выполнение предпереводческого анализа текста, определение цели перевода и коммуникативных заданий, установление функционально-стилистических доминант текстов, изучение справочной информации, посвященной общественно-политической и городской тематикам, выделение прагматически значимых категорий текстов, осуществление перевода путем использования тактики максимально точной и полной передачи сведений и определение переводческих преобразований для сохранения доминант текстов. Последним этапом стратегии является создание коммуникативно-равноценного аналога оригинала.

Предметом анализа являются 14 текстов аудиоэкскурсии Тольяттинского краеведческого музея «20 век». Основным смыслом и прагматической задачей аудиоэкскурсии является рассказать об истории города. Тексты посвящены разным десятилетиям и важным моментам в жизни города, однако все объединены общей тематикой. Ведущей композиционно-речевой формой является описание. Сведения в текстах аудиоэкскурсии излагаются в полном объеме, однако грамматические конструкции в текстах были упрощены для придания легкости в изучении данных. Тексты предназначены для широкой аудитории. Вне зависимости от возраста, любой человек интересуется событиями истории.

При изучении структурных особенностей, было выявлено, что тексты аудиоэкскурсии характеризуются краткостью и лаконичностью. По этой причине они содержат в себе только основную информацию об объекте.

Кроме этого, одним из главных принципов составления текста музейной экспозиции является информативность. Она сопровождается четкой аргументацией и точной передачей информации, а также использованием терминов, имен собственных и объяснений их значений и роли в текстах.

Путем исследования были определены и переведены 27 предложений, в которых использовалось членение. 18 односоставных предложений и 15 побудительных предложений. Говоря о лексических особенностях, то здесь работа велась со 117 реалиями, 54 терминами, 34 историзмами и с около 5 типами слов для повторения.

При рассмотрении грамматических особенностей, односоставные предложения были переведены путем объединения предложений. В случае с неполными предложениями произошло синтаксическое уподобление для сохранения синтаксической структуры предложения, а структура члененных предложений не изменилась при переводе. Побудительного типа предложения были переведены с использованием модального глагола «can» и конструкции для выражения будущих планов «to be going to». Пассивные и активные залоги были зачастую сохранены, чтобы сохранить морфологическую составляющую.

Изучая лексические особенности текстов, было определено, что все указанные единицы были в основном переведены калькированием, транскрибированием, модуляцией и эквивалентным переводом для передачи культурной составляющей текста.

Заключение

На протяжении многих лет музей не теряет своей актуальности в силу постоянного изменения представления формата музейного текста. Кроме этого, мы живем в период глобализации и объединения людей разных языковых и культурных групп. Возрастает интерес к посещению новых мест, и изучению информации о них, несмотря на невозможность ее понимания на другом языке. Чтобы избежать данной проблемы, необходимо подготовить культурную базу для туристов путем перевода имеющихся в музеях сведений.

Таким образом, возникает высокая потребность в предоставлении музейной информации в аудиальном формате на разных языках. Благодаря проведенному тщательному анализу и составлению данного плана, была получена детально проработанная система по созданию текстов аудиоэкскурсии и их переводу. Все это может быть использовано при создании подобных текстов, а также использоваться при их переводе.

Аудиоэкскурсией является текст музейной экспозиции, который будет представлен в устной монологической форме. Музейная коммуникация осуществляется благодаря совместному проявлению особенностей и характеристик текстов рассматриваемого типа, а также устной монологической речи. По этой причине, тексты аудиоэкскурсий должны обладать всеми качествами для осуществления музейной коммуникации, а также быть легки в восприятии в силу представления информации в аудиальном виде.

Выявленные на структурном, лексическом и грамматическом уровне особенности позволяют сделать вывод, что тексты были написаны в научно-популярном стиле. Кроме этого, ведущей композиционно-речевой формой является описание. Это свидетельствует о том, что сведения в текстах аудиоэкскурсии излагаются в полном объеме. Однако грамматические

конструкции в текстах были упрощены для придания легкости восприятия данных и их понимания в силу представления текстов в аудиальной форме.

Тексты аудиоэкскурсии характеризуются краткостью и лаконичностью. По этой причине они содержат в себе только основную информацию об объекте. Изучая грамматические черты, удалось установить, что тексты не должны быть наполнены сложными конструкциями, а прагматическое значение необходимо передавать слушателю в легкой и понятной форме. При анализе лексических особенностей были выявлено большое количество реалий и терминов, относящихся к истории города и к определенному ее периоду. Тексты сохраняют в себе характерные черты научно-популярного стиля, описанные в теоретической части: структурность, последовательность, лаконичность и доступность широким массам людей.

В ходе сопоставительного анализа были выявлены способы передачи реалий при переводе на английский язык, а именно: транскрибирование, калькирование и эквивалентный перевод.

После выявления всех вышеперечисленных особенностей музейных текстов, нам удалось выработать наиболее подходящую стратегию перевода таких текстов, однако внесённые нами предложения ни в коем случае не могут быть названы «образцовыми вариантами» перевода содержания аудиотекстов.

Стратегия была образована путем изучения разного типа определений, описанных в работах Н. В.Богдановой-Бегларян, Т. С.Сулимовой, Е. Я.Шклярчук, А. В.Гундровой, Ю. Э.Комлева, А. Ю.Кореневой, Н. Ю.Паудяль, Л. В.Филиндаш по характеристикам текста музейной коммуникации. Также, стратегия основана на работах А. С. Гнединой, Е. И.Пассова, М. Г.Милюевой, Л. Р.Нуртдиновой, Е. А. Тарлаковской, связанных с описанием устной монологической речи и изучению особенностей текстов аудиоэкскурсий С.С.Примака, С.Г.Баричева, Н.В.Ходякова, Д.А.Ходяковой, Э.Хупер-Гринхилла, Х.Страчана. Исследования на основе работ лингвистов позволили изучить особенности

музейных текстов, которые в будущем будут представлены в аудиальном формате и понять принцип работы с ними. Это позволяет понять их структуру и построить переводчику стратегию перевода данных текстов. Осознавая важность прагматического аспекта в текстах музейной экспозиции, мы старались принимать такие решения в переводе, чтобы в полной мере передавать рассматриваемую характеристику при переводе.

Таким образом, можно сделать вывод, что мы выполнили все поставленные задачи: описать специфику текстов музейной экспозиции, изучить особенности монологической речи, характеристику текстов аудиоэкскурсии, проанализировать аудиотексты для определения особенностей работы с ними и осуществить перевод данных 14 текстов аудиоэкскурсии, основываясь на выделенных особенностях. В конце предпереводческого этапа, переводчик ставит определенную цель, которую необходимо выполнить в переводческом этапе стратегии перевода.

Анализ результативного этапа подтверждает, что переводчик достигает поставленных целей, а именно сохраняет стилевое оформление, присущее жанру и стилю текстов музейной экспозиции.

Изучение лингвостилистических особенностей аудиотекстов является новым аспектом изучения в лингвистике. Анализ результативного этапа подтверждает, что переводчик достигает поставленных целей, а именно сохраняет стилевое оформление, присущее жанру и стилю этикеток.

Список используемой литературы

1. Аксенова Т. В. Субъективная модальность в научном и научно-публицистическом дискурсе // Вестник Марийского государственного университета. 2021. №3 (43). С. 335-341.
2. Барахоева Ж. М. Терминологическое пространство современной лингвостилистики // МНИЖ. 2016. №6-4 (48). С. 6-8.
3. Богданова-Бегларян Н. В., Сулимова Т. С., Шклярук Е. Я. Мультимедийные средства как дополнительный способ установления статуса речевых единиц // Анализ разговорной русской речи (АРЗ-2021) Труды девятого междисциплинарного семинара. Санкт-Петербург: ООО "Скифия-принт", 2021. С. 11-16.
4. Борисова С. В. Лексические, словообразовательные, грамматические, стилистические особенности текстов официально-делового стиля речи в современном русском языке // Новая наука: От идеи к результату. 2016. № 2(90). С. 68-69.
5. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. М.: Международные отношения, 1986. С. 416.
6. Габеева К. А. Развитие умения монологической речи на английском языке: этапы работы // Ценности и смыслы. 2018. №5. С. 189-205.
7. Гаврилова Е. С. Структура речевого воздействия // Вестник НовГУ. 2015. №4-1 (87). С.145-148.
8. Гнедина, А. С. Монологическая концепция Е.И. Пассова по формированию монологического высказывания: сборник статей XI Международного научно-исследовательского конкурса. Пенза. МЦНС «Наука и Просвещение», 2018. С. 56-58.
9. Гундрова А. В. Трансляция культурных ценностей и смыслов в процессе музейной коммуникации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2021. №3 (845). С. 294-302.

10. Данилкина Е. А. Прагматическая роль высказываний со значением возможности в научном тексте // Гуманитарный вестник, №. 6 (56).[] 2017. С. 8.
11. Исакова Л. Д. Проявление универсальности в лингвостилистике // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2016. №5 (744). С. 9-16.
12. Каверина Н. Б. Образовательные возможности аудиогидов // Социально-гуманитарные знания как фактор изменений современного общества. М., 2020. С. 272-277.
13. Кобакова Ю. Г. Лингвостилистические особенности научно-популярных текстов на английском языке // Огарёв-Online, № 15 (168), 2021, С. 1-6.
14. Коренева А. Ю. Музейная экспозиция как текст: теоретические аспекты // Электронное научное издание. Альманах: Пространство и Время. 2015. №1, С. 43.
15. Лапин Е. С. Гипертекстовая модель музейной коммуникации // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2021. №55. С. 90-99.
16. Мещерова Ю. Н. Использование информационных технологий на уроках литературы для развития монологической речи // Казанский вестник молодых учёных. 2019. №5 (13) С. 78-81.
17. Миличева М. Г. Психолингвистические аспекты восприятия устной речи (зависимость восприятия от речевых характеристик говорящего). // European research, 2018. №1 (35). С. 73-75.
18. Назарова А. В. К вопросу о понятии иноязычной монологической речи // Проблемы романо-германской филологии, педагогики и методики преподавания иностранных языков. 2016. №12. С. 182 – 185.
19. Норлусенян В. С. Прагматический потенциал фразеологизмов в научно-популярном тексте // БГЖ. 2017. №3 (20).

20. Нуртдинова Л. Р. Характеристика монологического высказывания // Вояджер: мир и человек. 2016. № 6. С. 157-162.
21. Пассов Е. И. Основы коммуникативной методики обучения иноязычному общению // Рус. яз. 1989. С. 276
22. Паудяль Н. Ю., Филиндаш Л. В. Актуальные условия успешного сервиса в музее. 2013. Сервис plus №3. С. 78-86.
23. Пилатова В. Н. Мысль и чувство в монологическом описании // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. №4-1 (82). С. 152-155.
24. Ростецкая А. М. Лингвостилистические особенности музейных текстов виртуальной среды // Апробация. 2017. № 1(52). С. 185-187.
25. Рябкова И. П. Искусствоведческий текст как объект перевода (на материале музейных текстов на русском, английском и финском языках) // Многоязычие в образовательном пространстве. 2020. № 12. С. 135-141.
26. Сливная З. А., Тихонова С. В. Музейный медиатекст в пространстве дополненной реальности // Новая культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: право, медиа и национальная идентичность: сборник материалов Международной научно-практической конференции. Москва. 2019. С. 499-506.
27. Сорокин Р. В., Поповичева И. В. Активные способы словообразования в русском языке советского периода (1960–1970-е гг.) // Вестник ТГУ. 2012. №10. С. 36-42
28. Тарлаковская Е. А. О принципах обучения монологической речи с целью воздействия на слушателей // Вестник ВятГУ. 2008. №3. (3). С. 96-99.
29. Удовидченко З. Г. Развитие навыков монологической речи // Вестник КамчатГТУ. 2009. №8. С. 168-175.

30. Федюк М. О. Статус научно-популярной литературы в системе функциональных стилей языка // Вестник науки и образования, №21-1 (75), 2019, С. 71-74.
31. Ходяков Д. А., Ходякова Н. В. Аудиоэкскурсия как средство проектирования доступной среды для слабовидящих людей // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2016. № 10 (1). С. 92-97.
32. Черныш Ю. А. // Актуальные социологические аспекты музейной коммуникации // Общество: социология, психология, педагогика. 2021. №5 (85). С. 52-56.
33. Hooper-Greenhill E. Museums and Their Visitors / Taylor & Francis, 2013. С. 34-47.
34. Lord, B., Piacente, M. (2014). Manual of Museum Exhibitions / Rowman & Littlefield. 2014 С. 42-45.
35. Munday J. Introducing Translation Studies: Theories and Applications. Taylor & Francis, 2016 С. 45-61.
36. Rall M. Recontextualisation in museum displays: refracting discourses over time. 2018. С. 66-75.
37. Ravelli L. Museum Texts: Communication Frameworks. 2006. P. 15-25.
38. Rodriguez S. Le texte dans l'exposition : enjeux et évolutions d'un outil de médiation au service des musées. 2015. С. 119-123.
39. Strachan H. Developing Effective Museum Text: A Case Study from Caithness, Scotland. 2017. С. 4-15
40. Walz M. Handbuch Museum: Geschichte, Aufgaben, Perspektiven. 2016. С. 253-256.