

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 Стратегия перевода руководства по созданию текстов музейных
этикеток с английского на русский язык

Обучающийся Е. А. Шевченко

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель к. филол. н., доцент С.М. Вопяшина

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

Тольятти 2023

Аннотация

Музейная коммуникация является важным аспектом в современном музейном деле, так как от нее зависит эффективность передачи информации о музейных экспонатах и образовательного воздействия на посетителей. В свою очередь, перевод руководств музейных этикеток на разные языки становится все более **актуальным** в условиях глобализации и роста межкультурных контактов.

Объектом исследования данной темы являются руководства по созданию музейных этикеток «Exhibit Label Script Guidelines» и «Guide to writing panels and labels».

Цель данного исследования заключается в описании стратегии перевода руководств «Exhibit Label Script Guidelines» и «Guide to writing panels and labels» с английского языка на русский.

Для достижения этой цели были поставлены **задачи**, связанные с определением понятия «стратегия перевода», изучением жанровых черт руководств, проведением предпереводческого анализа руководств и описанием процесса перевода руководств с английского языка на русский.

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

В первой главе «Теоретические основы исследования» проводится анализ определения и понятия «стратегия перевода», а также руководства как жанр.

Вторая глава посвящена предпереводческому анализу руководств по созданию текстов музейных этикеток и анализу переводов руководств.

Список используемой литературы включает 31 источник научной литературы.

Общий объём работы составляет 42 страницы.

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Теоретические основы исследования.....	6
1.1 Определение понятия «стратегия перевода.....	6
1.2 Руководство как жанр.....	13
Глава 2 Реализация стратегии перевода руководств по созданию этикеток с английского на русский.....	20
2.1 Предпереводческий анализ руководств по созданию этикеток.....	20
2.2 Анализ переводов руководств по созданию текстов этикеток с английского на русский язык.....	32
Заключение.....	48
Список используемой литературы.....	50

Введение

В современном мире музеи играют значимую роль в сохранении культурного наследия и формировании общественного мнения. Однако, музейная информация, которая передается посетителям, часто бывает сложна для понимания из-за специфической лексики и терминологии, что затрудняет взаимодействие музея с аудиторией. Одним из основных инструментов передачи информации в музеях являются музейные этикетки. Их главной задачей является сделать музейную информацию доступной для понимания и интересной для восприятия посетителей. Исследование **актуальности** перевода руководств по созданию музейных этикеток стало важным из-за растущей международной значимости музейной коммуникации.

Объект – руководства по созданию музейных этикеток «Exhibit Label Script Guidelines» и «Guide to writing panels and labels».

Предмет – перевод руководств «Exhibit Label Script Guidelines» и «Guide to writing panels and labels» с английского на русский язык.

Цель – изучить и описать стратегию перевода руководств по созданию музейных этикеток «Exhibit Label Script Guidelines» и «Guide to writing panels and labels» с английского на русский язык.

Для достижения этой цели были поставлены следующие **задачи**:

- определить понятие «стратегия перевода»;
- изучить жанровые черты руководств;
- провести предпереводческий анализ руководств по созданию текстов музейных этикеток;
- описать процесс перевода руководства по созданию текстов музейных этикеток с английского на русский язык

Материалом исследования стали руководства по созданию текстов музейных этикеток «Exhibit Label Script Guidelines» и «Guide to writing panels and labels» на английском языке общим объемом 35 тысяч знаков с пробелами.

В работе использовались **методы** анализа и синтеза,

предпереводческого, лингвостилистического и дефиниционного анализа.

Теоретической базой исследования послужили следующие работы: В. В. Сдобников, Н. А. Герте, Д. Н. Шлепнев, Н. А. Карабань и другие.

Практическая значимость исследования заключается в том, что материалы и результаты исследования могут быть использованы на практических занятиях по переводу с английского языка на русский в спецкурсе по переводу текстов музейной коммуникации.

Структура бакалаврской работы состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников.

Первая глава «Теоретические основы исследования» включает в себя анализ определения и понятия «стратегия перевода» и руководство как жанр.

Вторая глава посвящена предпереводческому анализу руководств по созданию этикеток и анализу переводов руководств.

Список используемой литературы включает 31 источник научной литературы.

В заключении работы представлены общие выводы, сделанные на основе проведенного исследования.

Общий объём работы составляет 42 страницы.

Глава 1 Теоретические основы исследования

1.1 Определение понятия «стратегия перевода»

В современном мире перевод играет ключевую роль в различных сферах нашей жизни. Это связано со стремительным развитием высоких технологий, а также международного сотрудничества. Благодаря переводу у нас появляется возможность расширить область своих знаний и применять их на практике.

Н. А. Герте считает, что перевод – это вид языкового посредничества, который отличается от других видов посредничества (таких как реферат, аннотация, пересказ) своей особой функцией: перевод может служить полноправной заменой исходного текста [5].

Перевод – это сложный вид деятельности, ведь в процессе перевода перед переводчиком стоит задача представить оригинал иноязычному реципиенту с учетом культурных и личных особенностей.

Важно отметить, что каждый раз перед осуществлением перевода перед переводчиком стоит задача проанализировать текст и разработать стратегию работы с ним.

Стратегия перевода является одним из важнейших понятий в области переводоведения. Она представляет собой систему принципов и рекомендаций, которые применяются переводчиком для передачи информации из исходного языка на язык перевода.

В настоящее время термин «стратегия перевода» является одним из самых распространенных и обсуждаемых в современной науке о переводе. Критический анализ научной литературы показывает, что при определении стратегии перевода разные ученые руководствуются различными соображениями [25]. Многие из них занимались исследованием этого термина, пытаясь дать ему точное определение, создать классификацию, выделить цели, преимущества и недостатки. Однако определение «стратегии перевода»

все еще остается неоднозначным [21].

Многие ученые считают, что под стратегией перевода можно понимать поведенческие характеристики переводчика, а также конкретные операции, которые он использует во время работы.

Некоторые исследователи, такие как И. С. Алексеева, И. В. Войнич, Н. К. Гарбовский и В. Н. Комиссаров, используют термины «стратегия перевода» и «переводческая стратегия» как синонимы [7]. Именно из-за различий в понимании данного термина возникают трудности с его определением.

В. В. Сдобников отмечает, что стратегия перевода – это программа осуществления переводческой деятельности, формирующаяся на основе общего подхода переводчика к выполнению перевода в условиях определенной коммуникативной ситуации двуязычной коммуникации, определяемая специфическими особенностями данной ситуации и целью перевода и, в свою очередь, определяющая характер профессионального поведения переводчика в рамках данной коммуникативной ситуации.

Кроме того, он выделяет несколько особенностей, связанных со стратегией перевода:

- выработка стратегии перевода предполагает ориентирование переводчика в коммуникативной ситуации, учет ее первичных и вторичных параметров;
- одним из важнейших параметров коммуникативной ситуации является цель осуществления перевода, напрямую определяющая стратегию перевода;
- стратегия перевода, в свою очередь, определяет общую линию поведения переводчика в процессе осуществления перевода;
- поведение переводчика проявляется в совершении определенных действий и использовании определенных тактик, необходимых для достижения цели перевода [22].

А. В. Штанов считает, что «стратегию перевода» можно определить как «искусство ведения межъязыковой коммуникации коммуникантом-посредником в лице переводчика; общий план, концепция, идея перевода (перехода от исходного текста к тексту перевода с сохранением коммуникативного содержания), основывающаяся на моделирующем прогнозировании, анализе и синтезе содержания» [27].

О. В. Кафискина также дает свое определение термина «стратегия перевода» и считает, что это сложное многокомпонентное понятие, в центре которого — целенаправленное когнитивное поведение переводчика, направленное на решение коммуникативной задачи перевода. Она считает, что в содержание понятия стратегия перевода входят такие неотъемлемые компоненты, как определённый набор методов, техник и приёмов перевода, необходимых для достижения репрезентативности перевода [11].

В. Н. Комиссаров в своих работах часто использовал термин «стратегия перевода» и считал, что «под стратегиями перевода понимаются потенциально осознанные планы переводчика, направленные на решение конкретной переводческой проблемы в рамках конкретной переводческой задачи» [13].

Концепция стратегий перевода, предложенная им, имеет большой интерес в контексте переводческой деятельности в целом и является основой понимания переводческого мышления. Взгляд Комиссарова заключается в том, что определенные стратегии формируются через переводческое мышление, и поэтому теория реализуется через стратегически оформленное действие [13].

Кроме того, О. В. Кафискина отмечает, что следует понимать, что теоретические основы понятия «переводческая стратегия» не всегда четко определены [11]. Однако, необходимо учесть, что стратегии перевода включают в себя различные аспекты, такие как выбор подходящих терминов и грамматических конструкций, а также учет культурных различий и особенностей языка, на который происходит перевод.

И. Н. Пузенко описывает стратегию перевода как набор

последовательных действий, которые направлены на получение нового текста с заданными свойствами адекватности и полноценности. Он считает, что данный термин можно рассматривать как общий план действий, который переводчик сам для себя определяет [18].

А. Г. Витренко предлагает обширный обзор подходов к пониманию термина «стратегия перевода». Он указывает, что этот термин может быть использован в самом широком смысле, означая «искусство перевода», «план действий, которые вырабатывает переводчик» или «программа переводческих действий». Данный термин также может обозначать стратегические задачи при переводе в различных областях, а также для общих переводческих подходов (например, «стратегия девербализации», «стратегия буквального/вольного перевода», «стратегия жанровой поэтической стилизации», «стратегия доместикации/форенизации») [3].

Подход к стратегии перевода часто сводится к набору переводческих приемов. Например, Т. А. Волкова определяет стратегию перевода как неконечную совокупность профессиональных, эффективных, динамических, логически взаимосвязанных, последовательных универсальных и индивидуальных приемов и тактик. Таким образом, стратегия перевода в этом контексте представляет собой комплексный подход, включающий в себя множество различных приемов, используемых переводчиком для достижения наилучшего качества перевода [22].

В работе Т. А. Волковой представлена точка зрения, согласно которой стратегия перевода формулируется на основе выделения особенностей и трудностей исходного текста и нахождения для них переводческих решений. Алгоритм действий переводчика, который строится по такой схеме, состоит из нескольких этапов: выделение особенностей исходного текста, группировка особенностей для определения переводческих трудностей, нахождение решений для групп трудностей и создание на этой основе стратегии перевода. Это позволяет систематизировать процесс перевода и учитывать особенности и трудности исходного текста при разработке стратегии перевода

[22].

А. Ю. Ивлева, основываясь на других научных работах считает, что стратегия перевода представляет собой программу деятельности переводчика в условиях определенной специфичной коммуникативной ситуации, в рамках которой формулируется цель перевода, во многом определяющая поведенческую линию переводчика [8].

И. С. Алексеева рассматривает стратегию перевода как динамически изменяющуюся величину, которая зависит от конкретных этапов процесса перевода. Она считает, что стратегия перевода формируется на этапе предпереводческого анализа, где переводчик решает ряд ключевых задач, таких как сбор важной информации о тексте, определение источника, реципиента и цели перевода [1].

Однако, утверждение И. С. Алексеевой о том, что на этом этапе можно точно определить все операции, которые будут использоваться при переводе и их последовательность является спорным. Несмотря на то, что на этапе предпереводческого анализа переводчик может составить план своих действий, он вряд ли может определить все детали и последовательность переводческих операций [8].

Д. Н. Шлепнев не рассматривает стратегию перевода как тактику перевода и сводит ее к набору переводческих операций для решения переводческих проблем [30].

Основываясь на различных определениях ученых, можно сделать вывод о том, что стратегия перевода – это план действий, который составляет переводчик для реализации адекватного перевода с учетом особенностей текста.

Кроме того, разные ученые по-разному определяют типы и классификации стратегий перевода. Например, В. В. Сдобников выделяет 3 стратегии перевода:

- стратегия коммуникативно-равноценного перевода, которая нацелена на передачу коммуникативной интенции автора;

- стратегия терциарного перевода, которая не предполагает воссоздание коммуникативной интенции автора;
- стратегия переадресации, которая подразумевает сохранение коммуникативной интенции, но уже адаптированной к другому типу адресата [23].

Процесс перевода с применением коммуникативно-равноценной стратегии заключается в том, что текст перевода будет иметь ту же самую цель, что и исходный текст. В данном случае переводчик становится представителем автора оригинала и передает читателю полноценный аналог [16].

Стратегия терциарного перевода используется в ситуациях, когда перевод осуществляется только в интересах заказчика. В таком случае цель текста перевода отличается от цели исходного текста. Перевод с применением данной стратегии осуществляется в качестве индивидуальной деятельности [16].

Стратегия переадресации применяется в тех случаях, когда перед переводчиком стоит задача перевести текст, который в оригинале был предназначен для определенной целевой аудитории. Учитывая особенности реципиента текст обязательно должен быть переработан и адаптирован в соответствии с ожиданиями адресата перевода [16].

Н. К. Гарбовский анализируя работы переводчиков в различные эпохи пришел к выводу о том, что существует 3 основные стратегии перевода:

- переводческая стратегия «верного» переводчика, которая реализует адекватный перевод;
- переводческая стратегия «прекрасных неверных», при которой переводчик допускает большое количество перефразирований и изменений идей автора. Именно поэтому использование данной стратегии приводит к адекватному переводу, однако без формальной эквивалентности.
- переводческая стратегия «буквального» переводчика Применяя

данную стратегию в результате текст перевода формально считался эквивалентным, но не адекватным [4].

Из проведенного анализа можно сделать вывод о том, что термин «стратегия перевода» широко используется в переводоведении, однако ученые до сих пор не могут дать его точное определение. Существуют разные подходы к пониманию этого понятия: кто-то считает, что это план действий переводчика, а кто-то думает, что под стратегией перевода можно понимать комплексный подход анализа текста.

Существует несколько концепций переводческой стратегии, которые могут быть использованы как приемы анализа или как самостоятельный план специального вида деятельности. Несмотря на то, что нельзя выстроить единую классификацию, использование понятия «переводческая стратегия» является полезным инструментом для анализа и понимания перевода как деятельности. Изучение проблем, связанных с выяснением сущности и типологии стратегий перевода, является важным как для переводоведов, так и для преподавателей перевода.

Кроме того, ученые используют разные термины для обозначения того, что они считают стратегией. Данный вопрос вызывает споры о том, насколько осознанными являются стратегии, насколько они детерминированы целью и ситуацией, и как они соотносятся с внешним проявлением – техниками, видами, методами и типами перевода. Кроме того, актуальны вопросы о индивидуальности стратегий, ретроспективного и перспективного отношения к ним, их соотношения с тактиками и т. д.

В рамках исследования предполагается, что понятие «стратегия перевода» имеет важное значение как в теории, так и в практике перевода. В первую очередь определение стратегии перевода необходимо на этапе обучения переводу, поскольку оно помогает систематизировать теоретические знания о переводе, связывая их с практическими навыками и реализуя процесс перевода. Кроме того, считается, что выбранная стратегия перевода существенно влияет на качество перевода, поскольку на этапе анализа и

планирования перевода переводчик определяет основные параметры будущего текста перевода, что в дальнейшем влияет на результат работы.

В заключение необходимо отметить, что выбор конкретной стратегии перевода является сложным и многогранным процессом, который должен зависеть от многих аспектов. Важными факторами являются стиль, жанр и тематика исходного текста, а также целевая аудитория и ее культурные особенности. Кроме того, при выборе стратегии перевода необходимо учитывать цель перевода, а также роль и значение специалиста при работе с текстом.

1.2 Руководство как жанр

У любого текста всегда есть особенности. Это связано с тем, что при создании текстового материала автор стремится реализовать его в определённом жанре. Каждый жанр обладает выразительностью, а также признаками и характеристиками, которые помогают отличать один текст от другого.

Что касается руководства, то данный тип текста можно отнести к жанру инструкции. Данный речевой жанр описывается во многих сферах деятельности. Однако важно учесть, что инструкции имеют свои особенности.

Инструкция (от лат. *Instructio* — наставление-устройство) — подзаконный акт, регламентирующий выполнение какого-либо рода деятельности (составление бухгалтерского отчета, технические вопросы взимания налогов, подсчета доходов и т. п.) [28].

Данное определение позволяет сделать вывод о том, что инструкция представляет собой стандартизированный текст в официально-деловом стиле. Однако это массовоориентированный жанр, который также широко употребляется в сфере быденного общения [13].

Языковое оформление инструкции на всех уровнях характеризуется высокой степенью стандартизации [12]. Однако в настоящее время не

существует определённого правила составления текста инструкции, поскольку их виды могут сильно отличаться друг от друга из-за различных сфер применения.

Важно отметить, что в лингвистике к инструктивным типам текста относятся не только инструкции, но и руководства, кулинарные рецепты, рецепты врача задания, направления. Именно поэтому так же следует рассмотреть синоним слова «инструкции» — руководство.

Согласно Н. В. Соболевой, руководство по эксплуатации – это документ, содержащий сведения о конструкции изделия, принципе действия, характеристиках (свойствах) изделия, его составных частях [24].

Руководство является типичным примером прескриптивных текстов. Они представляют собой инструкции, целью которых является предоставление читателю информацию о том какие действия необходимо выполнить для результата.

В инструкции адресант предоставляет свод правил, выполнение или невыполнение которых отразится непосредственно на жизни самого адресата, поэтому адресат сам заинтересован в следовании этим правилам [31].

С точки зрения реципиента текст инструкции предназначен для усредненного пользователя [6]. Однако важно заметить, что в зависимости от сферы деятельности, в которой используется руководство и инструкция реципиент может меняться.

В текстах руководств всегда содержится подробная поэтапная информация о том, что нужно сделать. Кроме того, в них всегда описаны правила, предупреждения и ограничения, с которыми необходимо ознакомиться и которые обязательно нужно соблюдать в процессе выполнения действий по инструкции. Использование прескриптивных текстов, а именно руководств, позволяет упростить и ускорить выполнение задач, а также снизить вероятность ошибок.

Тексты, которые относятся к жанру инструкции характеризуются наличием 2 типов информации: описательной и инструктирующей.

Описательная часть содержит описание продукта, его комплектации, технических характеристик, функций и т. д. Инструктирующая информация фокусируется на предписывающих и запрещающих составляющих, выраженных речевыми актами, такими как директивы [13].

Важно отметить, что содержание инструктирующих текстов включает в себя различные жанры, среди которых выделяются инструкции (пользовательские, должностные, ведомственные), рецепты, полезные советы, алгоритмы и учебные тексты практического характера, которые по своим характеристикам также могут быть отнесены к инструктирующим текстам.

Н. А. Карабань считает, что тексты инструкций можно классифицировать. Например, инструкции могут быть определены по типу деятельности, на которую они направлены, по степени формальности или по уровню технической специфичности. Существует и другой подход к классификации текстов, который основан на функции, которую инструкции выполняют в контексте определенной деятельности: регулирование поведения пользователей (например, инструкции по эксплуатации техники), обеспечение безопасности (например, инструкции по технике безопасности), обучение (например, инструкции по использованию программного обеспечения) и т. д. [10].

Кроме того, инструктивный текст предназначен для использования широким кругом людей, заинтересованным в данной сфере деятельности. Именно поэтому в тексте руководства содержится большое количество профессиональных словарных слов, некоторые из которых используются на протяжении длительного количества времени, широко известны общественности, а некоторые являются не очень понятными [29].

Для того чтобы передать информацию в инструкции более точно, четко и понятно, ее текст должен соответствовать определенным требованиям. В частности, текст инструкции должен быть точным, доступным и понятным для широкого круга пользователей. Неправильно выбранное слово может существенно исказить смысл, дать возможность двоякого толкования той или

иной фразы или может придать тексту нежелательную модальность [26]. Именно поэтому в нем не должно быть двусмысленностей, ошибок или неточностей. Кроме того, инструкция должна описывать точные и понятные действия, которые помогут пользователю достичь ожидаемого результата.

Инструктивные тексты, несмотря на различия в конкретном содержании и стилистической принадлежности, обладают рядом характерных признаков, включающих типовую интенцию, типовое содержание и его композицию, типовую завершенность и типовые средства языкового выражения.

О. В. Хорохордина считает, что с точки зрения композиции и содержания каждый из текстов представляет собой взаимодействие 2 фреймов – статического и динамического.

Статический фрейм включает в себя совокупность действий и их соотнесенность с каждым предметом, инструментом и адресатом.

Динамический фрейм является сценарием, который указывает последовательность операций-действий [28].

Структура текстов инструкций, с одной стороны, продиктована логикой потенциальной целевой аудитории, с другой стороны, эта структура сама выстраивает логику мышления читателей [9]. Однако у инструктивных текстов все-таки имеется несколько особенностей, которые объединяет все инструктивные тексты.

В заголовке инструкций указывается необходимая информация о виде деятельности, на основе которого будут описаны последующие указания в инструкции.

Введение не является обязательным элементом, однако оно часто используется для более подробного описания целей и различных действий для их достижения.

В зависимости от сферы деятельности в инструкциях указывают необходимые материалы или ингредиенты, которые могут быть необходимы для реализации деятельности.

Инструкции включают в себя последовательное описание или способы,

которыми будут реализовываться процесс для достижения поставленной цели.

Важно отметить, что основной целью при составлении инструкции является как можно большее упрощение информации для облегчения процесса её восприятия пользователем, что отражается в использовании иллюстративного материала (схемы, рисунки) и в преобладании упрощённых формулировок текстовой информации [17]. Однако изображения в инструкциях не является обязательным. Они используются тогда, когда необходимо продемонстрировать ключевые моменты, которые невозможно объяснить словами.

Чаще всего структура текста руководства представлена в виде нумерованного текста, но существует и другие варианты оформления:

- с фиксированным порядком. Это означает, что в инструкции шаги должны быть выполнены в строго указанном порядке;
- с переменным порядком. В данном случае могут быть представлены действия, которые можно выполнять в любом порядке;
- альтернативный порядок, в котором представлены два или более различных способов для достижения цели. Данный порядок также используется, когда реципиент может находиться в различных условиях;
- «бесшаговый» порядок используется только в случаях если ситуация очень обобщенная или вариативная, что шаги для достижения цели не могут быть указаны [28].

Информация, представленная в виде списка, демонстрирует поэтапное выполнение определенных действий. Благодаря такому оформлению читатель не запутается в последовательности и не совершит ошибку.

Кроме того, во многих инструктивных текстах авторам рекомендуется выделять жирным шрифтом информацию, которая четко указывает читателю что необходимо сделать. Чаще всего жирный шрифт используется для выделения терминов или действий.

В руководствах также следует использовать вежливое обращение «Вы»,

условные предложения и командные глаголы.

Однако не рекомендуется использовать пассивный залог или третье лицо, поскольку данные грамматические конструкции могут вызвать недопонимание у реципиента.

Что касается языковой реализации, в инструкциях часто встречаются глаголы в повелительном и изъявительном наклонении, инфинитивы в императивном значении [2].

В плане стилистического оформления руководства определяются следующими требованиями:

- официальность,
- безэмоциональность,
- имперсональность (неличный характер),
- объективность,
- сухость [6].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что руководство относится к жанру инструкции и официально-деловому подстилю. Основной целью текста является обучение реципиента, а именно, описание и демонстрация пошаговых действий для достижения определенной цели. В инструкции всегда есть описательная и инструктирующая информация, чем обусловлено использование директив. Несмотря на то, что инструктивные тексты и их фрагменты могут отличаться по содержанию они схожи по структуре и оформлению.

Выводы по первой главе

Перевод является сложным видом деятельности, для реализации которой переводчику необходимо разработать стратегию работы с текстом.

В настоящее время не существует точного определения термина «стратегия перевода». Ученые придерживаются различных точек зрения насчет того, что именно можно считать стратегией: план, методики, поведение переводчика.

Однако в рамках данного исследования за основу берется определение В. В. Сдобникова, который считает, что стратегия перевода – программа осуществления переводческой деятельности, которая формируется на основе подхода переводчика к работе в условиях определенной коммуникативной двуязычной коммуникации.

Важно также отметить, что не существует точных типов стратегий, поскольку ученые по-разному их определяют. Однако в настоящее время классификация В. В. Сдобникова является самой распространенной. Он выделяет 3 стратегии, а именно, стратегию переадресации, стратегию коммуникативно-равноценного перевода и стратегию терциарного перевода.

Немаловажно отметить, что у любого текста имеются особенности, связанные с его речевым жанром. Руководство можно отнести к жанру инструкции. Инструкция представляет собой стандартизированный текст официально-делового подстиля.

Цель инструктивных текстов заключается в передаче точной информации, а именно, поэтапных действий, которые необходимо выполнить для получения результата.

Кроме того, инструкции могут быть применены в различных сферах деятельности из-за чего их содержание и оформление может отличаться. Чаще всего в текстах представлена описательная и инструктирующая информация. Также важно отметить, что все инструктивные тексты обладают схожей структурой, в них часто используются списки и изображения для демонстрации важных аспектов.

Глава 2 Реализация стратегии перевода руководств по созданию этикеток с английского на русский

2.1 Предпереводческий анализ руководств по созданию этикеток

Для того чтобы достичь качественного перевода перед началом работы с текстом всегда необходимо его проанализировать. Анализ позволит специалисту выявить цели, особенности и специфику текста.

В переводоведении подобный анализ называется «предпереводческий анализ текста». Он включает в себя широкий спектр задач, направленных на сбор первичной информации, тщательным ознакомлением с текстом оригинала. Благодаря проведению предпереводческого анализа переводчику проще определить переводческую стратегию, языковые черты, которые необходимо перевести или опустить, а также понять, как правильно оформить текст перевода.

В данном исследовании проведен анализ 2 руководств «Guide to writing panels and labels» и «Exhibit Label Script Guidelines» на английском языке, которые используются для создания музейных этикеток общим объемом 35 тысяч знаков с пробелами.

Руководство по созданию музейных этикеток можно отнести к официально-деловому стилю, поскольку анализируемые тексты являются документами Центра открытий Стоквуда и Национального музея воздухоплавания и астронавтики.

Цель руководств заключается в подробном информировании читателя о действиях, которые ему необходимо выполнить чтобы грамотно составить текст музейных этикеток.

Авторами данных текстов являются специалисты в области музеев. Важно отметить, что при переводе любого текста и, в особенности приходится ориентироваться на потенциального читателя [15]. Реципиентом руководств «Guide to writing panels and labels» и «Exhibit Label Script Guidelines» можно

назвать профессионалов, которые работают в этой сфере и заинтересованы в данной информации.

Тексты представлены в электронном виде, в форме PDF. Общее количество страниц составило 28 страниц. Кроме того, в руководствах также имеются таблицы и иллюстративные материалы.

Важно отметить, что структура текстов очень схожа, поскольку они относятся к инструктивному типу текстов и используются в одной и той же сфере деятельности. Однако каждое из руководств имеет свои особенности.

На обложке руководства «Exhibit Label Script Guidelines» представлена информация о названии, о времени публикации текста и его создателях. Также здесь можно найти содержание, в котором имеются 3 главы:

- «*The Exhibit Process*»;
- «*Label Script Guidelines*»;
- «*Udvar-Hazy Center Labels*».

Важно отметить, что в данном руководстве также имеются подзаголовки, однако не во всех главах. Например, в главе «Label Script Guidelines» представлено больше всего информации и содержится 6 подзаголовков: «Steps in the Label Script Process», «Writing the Labels», «Organizing the Labels», «Formatting the Label Script», «Submitting the Label Script», «Label Script Review and Approval Process». Глава «Udvar-Hazy Center Labels» является последней в руководстве, однако она содержит несколько подзаголовков, а именно: «Exhibit Stations», «Exhibit Cases», «Aircraft Specifications», Space Artifact Specifications.

В первой главе руководства описывается Национальный музей воздухоплавания и аэронавтики в США и его работа, а именно система оформления и написания музейных этикеток.

Во второй главе «Label Script Guidelines» предоставлена очень детальная информация о написании, оформлении, содержании и установке музейных этикеток.

Третья глава содержит детальное описание выставки, дизайна этикеток и их установок в выставочных залах. Кроме того, здесь также приведены примеры оформления и написания необходимой информации, связанной с техническими характеристиками самолета.

На обложке руководства «Guide to writing panels and labels» представлена информация лишь о месте создания текста и его название. Кроме того, на этой странице размещён иллюстративный материал.

Несмотря на то, что в тексте «Guide to writing panels and labels» отсутствует содержание, информация в нем структурирована. В руководстве есть несколько разделов: «*What do you want to say?*»; «*Interpretation development – panels or labels for objects*»; «*Example – Stockwood Discovery Centre*»; «*Panel text guidelines*»; «*Museums Luton – proofreading conventions*»; «*Making your own labels*»; «*Using a print company*»; «*Installation*» и подразделы, которые встречаются для уточнения информации, например «*Materials*», «*Warnings & Notices*».

Важно отметить, что в руководствах информация структурируется особым образом, а именно, с помощью списков, которые представлены на рисунках 1 и 2:

Steps in the Label Script Process

- 1. Content Development and Writing:** Curatorial and CEPS staff work with Exhibits, Education, and other Museum staff in developing the exhibit content. The curators and scientists usually write the exhibit label script. The Exhibits writer-editor edits the label script and may also be involved in the writing.
- 2. Editing:** When a first draft is finished, the content team submits the label script with a signed cover sheet to the Exhibits writer-editor. The writer-editor takes charge of the scripting process and edits the script. The level of editing may range from just basic copyediting to major rewriting and reorganization. The writer-editor works with the content team to create a final version, coordinates the script review and approval process, keeps track of subsequent changes to the script, and maintains permanent electronic and paper copies of the finished script and any post-opening changes.
- 3. Review and Approval:** Once a final script is produced, the writer-editor coordinates the review and approval process, which involves the designer, Exhibits Design chair, associate directors, chief curator, and director. The writer-editor answers queries from the script reviewers and consults with the content team as needed to incorporate any requested changes or corrections.
- 4. Design:** Proofs of the exhibit graphics are reviewed by members of the exhibit content, design, and education team members and the Exhibits Design writer-editor, senior graphic designer, and chair. The project manager coordinates the final graphics review, which also includes the associate directors, chief curator, and director.
- 5. Production:** Exhibits Production produces the exhibit graphics. The designer, content team, and writer-editor proof the final printed graphics that will be mounted in the exhibition. Only essential corrections should be made at this point. Once the designer approves the graphics, Production staff mount and install them in the exhibition.

Рисунок 1 – Скриншот из руководства «Exhibit Label Script Guidelines».

Panel Word count to aim for:

- 150-175 words in main text on panel
- 50 words maximum caption text
- there may be exceptions – fewer words is usually better.

Label Word count to aim for:

- 50 – 70 maximum words text
- there may be exceptions – however fewer words is usually better than more.
- Think about where your label is going. This will also affect the number of words you can use.

Reading age:

- Be aware of reading age, eg.
 - General age 11 yrs old for panels
- Be aware of target audience for publicity & marketing literature
- Be consistent in layout (this is very important to aid people with visual disabilities, or learning disabilities).

Language:

- Active rather than passive
- Use clear and accessible language
- Plain English
- Avoid jargon

Рисунок 2 – Скриншот из руководства «Guide to writing panels and labels».

Таким образом, можно сделать вывод о том, что вся информация в текстах руководств изложена последовательно. Данный способ передачи необходимого материала помогает читателю правильно понять смысл инструкции.

При проведении предпереводческого анализа также удалось выяснить, что тексты руководств по созданию музейных этикеток насыщены различной лексикой, а именно, терминологией, общеупотребительными словами, прецизионной лексикой и аббревиатурами.

Важно также отметить, что информация, представленная в руководствах, является когнитивной. Именно поэтому тексты не оказывают эмоционально-эстетическое воздействие на читателя.

В руководстве «Exhibit Label Script Guidelines» представлено большое количество терминов, например, *museum, exhibit, label, script, panel, gallery, text, content, editing, design, graphic, object, templates, guidance, gallery, style, title, paragraph, units, subunits и другие*.

Однако важно заметить, что в данном тексте преобладают составные термины, то есть те, что состоят из 2 или более слов: *exhibit station, background*

image, exhibition main label, object labels, label script, exhibit writer, script version, storefront cases, cover sheet, editing process, recognition label, arbitrary reading, general structure, essential corrections, graphic layouts u m. d.

В руководстве «Guide to writing panels and labels» также имеются термины: *panels, guidelines, labels, section, interpretation, text, paragraphs, dates, object*. Кроме того, в представленном тексте также как и в руководстве «Exhibit Label Script Guidelines» можно отметить наличие составных терминов, а именно, *panel text, panel contents, main body text, point titles, complementary colours* и другие.

Важно отметить, что большинство терминов очень схожи, поскольку оба руководства направлены для специалистов в одной сфере длительности.

Кроме того, помимо специализированных терминов в обоих текста представлена общеупотребительная лексика, которая используется всеми носителями языка. Например, в руководстве «Exhibit Label Script Guidelines» используются следующие слова: *write, read, information, use, verbs, effective, document, review, development, signature*.

В то время как в тексте «Guide to writing panels and labels» в качестве общеупотребительной лексики чаще встречается глагол: *use, put, avoid, read, ask, leave, make* и другие. Однако также можно заметить и слова других частей речи, например, *information, inside, size, audience, words, literature, examples u m. d.*

Важно отметить, что в текстах руководств присутствует большое количество прецизионной лексики, а именно:

- имена собственные (*Microsoft Excel, Beverly Serrell, William Zinsser, Writing to Learn, Exhibit Labels: An Interpretive Approach, r Center for Earth and Planetary Studies, the National Air and Space Museum, Webster's Third New International Dictionary, The Chicago Manual of Style, Editorial Style Guidelines, Chicago, Stockwood Discovery Centre, Life's Journey, Second World War, Waulud's Bank, Dray's Ditches, Dauphin, Bradger's Hill, Sign Holders Direct u m. d.*);

- валюта (*£40,000*);
- системы измерения (*1 meter, 100-lb or 500-kg, , 50cm (20 inches), , 70 per cent*);
- даты (*2015, 10 years, 8 months, 3 March 1993, 11 yrs old, 20th century, 1850s-1900, 750 AD, 750 BC*);
- размеры (*8 x 10 photograph, 52 point main text, 28 point secondary text, 4 x 5 transparency, 64 point titles*);
- количества (*10 panels, 8 panels, 150 words (200 maximum), 50 to 100 words, 1 main panel, 150-175 words*).

Поскольку исследуемые тексты относятся к инструктивному типу в них также есть аббревиатуры и сокращения. Однако все еще не так много, как например в технических руководствах по эксплуатации.

В тексте «Exhibit Label Script Guidelines» можно отметить наличие всего 11 аббревиатур:

- системы измерений: *kg (kilogram), lb (pound), km/mi (kilometers/miles), dpi (dots per inch)*;
- форматы изображений: *JPEG (Joint Photographic Experts Group), TIFF (Tagged Image File Format)*;
- наименования организаций: *CEPS (Center for Earth and Planetary Studies), NASM (National Air and Space Museum)*;
- формы ведения деятельности: *Inc. (Incorporated), LTD. (Private Limited Company)*;
- документы: *ID (Identity document)*.

Кроме того, при идентификации этикеток также используются специальные буквенные аббревиатуры, которые обозначают различные типы объектов, например:

- *A: Artifact, artwork, model (when an artifact)*;
- *G: Graphic that needs to be created*;
- *P: Photograph, image, existing graphic*;
- *V: Video*;

- *MI (Mechanical interactive)*;
- *CI (Computer interactive)*.

В руководстве «Guide to writing panels and labels» представлено намного меньше аббревиатур:

- даты: *AD (Anno Domini)*, *BC (before Christ)*;
- системы измерения: *mb (Megabyte)*;
- наименование организации: *H.E.N (Heritage Engineering Network)*.

Важно отметить, что помимо исследований лексических и структурных особенностей текстов руководств по созданию музейных этикеток также были выявлены отличительные черты на морфологическом и синтаксическом уровне.

Руководства «Exhibit Label Script Guidelines» и «Guide to writing panels and labels» как правило состоят из простых предложений. Например: «*Write short labels*»; «*Use active verbs and simple words*»; «*Use layered interpretation*»; «*Avoid jargon*»; «*Don't put full stops after title*»; «*Check that all spelling is correct*»; «*Avoid simulated handwriting or ornate typefaces*»; «*Consider the following example*»; «*Microsoft Excel or any program is not acceptable*»; «*Have a conversation*»; «*Write with their needs in mind*».

Немаловажно отметить, что также в текстах руководств можно встретить не только простые, но и простые распространенные предложения, например: «*Many do not speak English fluently*»; «*Define technical terms and explain difficult concepts in familiar terms*»; «*Titles and subtitles can be read at a glance and from a distance*»; «*Seek advice of archaeologist on very early dates, periods*»; «*More visitors read shorter labels, and read them more thoroughly than longer labels*»; «*Small exhibits will have few units and no subunits*»; «*A title can also serve to "hook" a visitor into reading the rest of the label*»; «*Clearly defined areas of colour, same information in same place on each panel*»; «*The information included should be fairly consistent among artifacts of a particular class*»; «*This second template is useful for major gallery scripts*»; «*The writer-editor logs the script into a tracking document, tracks it through the review and approval process,*

updates it as needed, and maintains the label script archives»; «Include wherever possible a low-resolution (100 dpi or so) thumbnail image of the object».

Кроме того, для руководств также характерны и сложные предложения: *«Avoid fitting text around images if this means that lines of text start in a different place and are therefore difficult to find»; «Labels usually have a unique ID codes that indicate the unit or subunit the label belongs to and the type of object it is associated with»; «Labels within each unit are numbered consecutively, beginning with L1, which is usually a main label for a unit or subunit»; «It is the curator's or lead curator's responsibility to see that the submitted script is as complete as possible»; «Once the label script has been edited by the writer-editor and approved by the curator or content team, the writer-editor signs the cover sheet and submits the script for review and approval»; «A background image usually covers the upper part»; «This is both a matter of design and accessibility — we can't place small text above a certain height».*

Однако важно заметить, что в руководстве «Exhibit Label Script Guidelines» встречается гораздо больше примеров сложных предложений. Это связано со структурой данного материала, она представлена в виде последовательного текста в отличие от руководства «Guide to writing panels and labels», которое оформлено в виде списков.

Тем не менее, текст «Guide to writing panels and labels» имеет свои особенности, в нем используются вопросительные предложения. Например: *«Who is it for?»; «What do you really want to say?»; «What do I not want to say?»; «Do I need a label – is it mentioned somewhere else?»; «How else can I convey information?»; «Got too much information – what can I do?»; «What is the one thing I want people to know about this object?»; «Can they print from your software layout?»; «Will they cut them out for you?»; «Inside or outside?»; «How much room do I have?»; «How long does it need to last?»; «How much time do I have?»; «How much budget do I have?»; «Who is going to read it?»; «How will you stand them?»; «How long will it take?»; «How will they be delivered?».*

Кроме того, в руководстве также встречаются вопросительные предложения с предложенными вариантами ответов, которые представлены на рисунках 3 и 4:

- ❖ What material?
 - Foamex
 - Banners
 - Fabric
 - Vinyl

Рисунок 3 – Скриншот из руководства «Guide to writing panels and labels».

- What do you use?
- ❖ Stands
 - ❖ Double sided tape
 - ❖ Cable ties
 - ❖ Frames

Рисунок 4 – Скриншот из руководства «Guide to writing panels and labels».

Немаловажно отметить, что исследуемые тексты относятся к жанру инструкции, которому присуще предложения в условном наклонении. Например: «*Avoid only referring to period by name, give approximate dates eg if writing about the Bronze Age, give rough date range*»; «*If using white type, make sure the background colour is dark enough to provide sufficient contrast*»; «*Avoid fitting text around images if this means that lines of text start in a different place and are therefore difficult to find*»; «*Dates as well as historical periods, eg if writing about the Bronze Age, give rough date range as well*»; «*Each label must make sense if read alone, but it also has to fit within the larger matrix of labels that relate the story being told*»; «*Using the format can be tricky if you are unfamiliar with working in with Word tables*»; «*If you find using tables difficult, you can write your labels in unformatted text and then copy them into the table format*»; «*The chief curator reviews the script and works out any further issues with the writer-editor and, if necessary, the exhibit writers*»; «*If there are multiple options for an image format, these are the preferred options, from most preferred to least*»; «*Additional text*

labels if needed should be shorter»; «The label text, if included, should usually be short — one paragraph up to about 50 words or so»; «Just use “Weight” if both empty and gross are not included»; «Include only if the airplane had a crew of two or more»; «Include only if the airplane carried it».

Кроме того, в руководствах также можно отметить наличие безличных простых предложений: *«Focus on the object at hand»; «Write effective titles»; «Use layered interpretation»; «Leave a space between paragraphs»; «Define technical terms and explain difficult concepts in familiar terms»; «Substitute short words for needlessly long ones (about for approximately)»; «Introduce the various units and subunits»; «Do not embed high-resolution images in the script»; «Contains the page number and date of the script version»; «Keep captions short, from just a few words to about 50»; «Don't insert hard returns at the end of each line».*

Поскольку данные тексты описывают порядок действий, который необходимо выполнить для получения результата, а именно для создания текста музейной этикетки, в них присутствуют побудительные предложения.

В руководстве «Guide to writing panels and labels» можно найти следующие примеры: *«Use clear and accessible language» «Plain English» «Avoid jargon» «Avoid use of capitals for continuous text» «Don't put text over images» «Use the same format for each type of label or panel».*

В данном тексте все побудительные предложения оформлены в виде списка, в котором указано что необходимо или наоборот не нужно делать при написании текста этикетки.

В руководстве «Exhibit Label Script Guidelines» также можно встретить примеры данных предложений: *«Use active verbs and simple words»; «Start most sentences with the subject and verb»; «Begin with the main idea and end on a strong note»; «Move details from main labels into photo or artifact labels»; «Point out interesting features they might overlook»; «Tell them things that are not obvious from observation alone»; «Avoid multiple levels of labels on a single panel»; «Use*

metric/English equivalents only for total bomb load»; « Round off to nearest kg and lb»; « Keep captions short, from just a few words to about 50».

В исследуемом тексте данный тип предложений встречается не только в списках, но в абзацах, которые описывают действия, которые следует или не следует выполнять при работе с определенными объектами, например, с фотографиями.

Важно отметить, что в руководствах по созданию текстов музейных этикеток также присутствуют предложения с пассивным залогом, например в «Exhibit Label Script Guidelines»: *«Labels within each unit are numbered consecutively, beginning with L1, which is usually a main label for a unit or subunit»; «Information must be presented in “chunks” (labels) that can be read randomly and “layered” (organized in a hierarchy), so visitors can navigate through it, pick and choose what they want to read, and follow the main themes without having to read everything»; « Only essential corrections should be made at this point»; « In Exhibit Labels: An Interpretive Approach, Beverly Serrell offers a list of “10 deadly sins” that should be avoided in exhibits»; « The reader should be given only as much information as he needs and not one word more»; « Those should be given to the exhibit designer»; «Right-hand margins should be “ragged”»; «Names should also be printed or typed below signatures to ensure they can be read»; «Family labels in particular should be included in the edited draft circulated for review and approval»; « Specifications should refer to the aircraft on display, not the aircraft type in general».*

Однако в исследуемом тексте «Guide to writing panels and labels» был найден всего лишь два примера использования пассивного залога: *«Format to be decided by group who might decide on, for example»; «Contrast will be affected by size and weight of type».*

Кроме того, в инструктивных текстах, в том числе и в руководствах часто используются одни и те же глагольные формы. Например, в тексте «Guide to writing panels and labels» можно заметить употребление слова «use»: *«Use hierarchy of text»; «Use layered interpretation»; «This will also affect the*

number of words you can use»; «Use clear and accessible language»; «Use numbers eg. 1880s not 19th century»; «Use date ranges 1850s-1900 not 2nd half 19th century»; «Use sans serif, eg. E (sans serif Arial), NOT E – (serif (Times New Roman, little lines at end of letter)); « Use as little punctuation as possible, still consistent with meaning».

В руководстве «Exhibit Label Script Guidelines» также представлены примеры предложений, в которых используются одни и те же глагольные формы: *«Contains the label text only, one label to a cell»; «Contains the label ID number and any notes or identifying information about the artifact or photograph that goes with the label, such as the accession number or negative number»; «Contains the page number and date of the script version; «Each exhibit station contains 10 panels»; «The first panel usual contains only a single introductory label in large type».*

Кроме того, из приведенных примеров можно заметить, что часто предложения начинаются с глаголов одной и той же формы.

Таким образом, из проведенного предпереводческого анализа можно сделать выводы о том, что в руководствах по созданию текстов музейных этикеток «Exhibit Label Script Guidelines» и «Guide to writing panels and labels» имеются особенности на структурном, лексическом и синтаксический уровнях.

Несмотря на то, что оба руководства относятся к инструктивному типу текста и у них общий реципиент важно отметить, что их структура отличается друг от друга. В «Exhibit Label Script Guidelines» представлен только текстовый материал, который при перечислении оформлен в виде списков, в то время как в «Guide to writing panels and labels» вся информация изложена в формате списков, которые дополняются иллюстративными материалами, а также таблицей.

Исследуемые тексты также насыщены различной лексикой. В них использована терминология, связанная с музеями, а также

общеупотребительные слова. Кроме того, в текстах присутствуют аббревиатуры и прецизионная лексика.

Что касается синтаксического уровня, то здесь представлено широкое разнообразие предложений. В руководствах по созданию музейных этикеток были отмечены простые, сложные, простые распространенные, безличные, условные предложения, а также предложения с пассивным залогом и одной глагольной формой.

2.2 Анализ переводов руководств по созданию текстов этикеток с английского на русский язык

При проведении предпереводческого анализа руководств по созданию текстов этикеток «Exhibit Label Script Guidelines» и «Guide to writing panels and labels» было выделено множество особенностей данных текстов на различных уровнях, а именно на структурном, лексическом и синтаксическом. В исследуемых материалах было представлено широкое разнообразие лексики и предложений, а также отличительные черты структур.

Важно отметить, что при переводе текстов была использована стратегия, предложенная В. В. Сдобниковым, а именно стратегия коммуникативно-равноценного перевода. Целью данной стратегии является создание аналога оригинального текста, который будет оказывать такое же воздействие на читателя.

Целью руководства является предоставление читателю информацию о том какие действия необходимо выполнить для получения результата. В зависимости от языка цель и инструктивный текст не меняются, а лишь изменяется в зависимости от коммуникативной ситуации. Именно поэтому при переводе руководств по созданию текстов музейных этикеток «Exhibit Label Script Guidelines» и «Guide to writing panels and labels» было принято решение применять данную стратегию перевода.

Общий объем оригинальных текстов на английском языке составил 28 страниц и был представлен в формате PDF. Важно отметить, что при переводе руководств по созданию текстов этикеток был сохранен первоначальный формат текстов, однако количество страниц увеличилось и в тексте руководства «Guide to writing panels and labels» добавилось 5 страниц.

Кроме того, при работе с текстами удалось сохранить их структуру. Например, при переводе руководства «Exhibit Label Script Guidelines» точно получилось передать содержание и списки. В материалах текста «Guide to writing panels and labels» удалось сохранить и перевести списки, иллюстративные материалы и таблицу как представлено на рисунке 5:

Контраст:

- Чем лучше контраст между фоном и текстом, тем более разборчивым будет текст
- На контрастность влияют размер и толщина шрифта
- Черный текст на белом фоне обеспечивает наилучший контраст
- Если используется белый шрифт, убедитесь, что цвет фона достаточно темный, чтобы обеспечить достаточный контраст on white background provides best contrast

Размещение текста:

- Избегайте размещения текста вокруг изображений. Это означает, что строки текста начинаются в другом месте и их трудно найти.
- Не размещайте текст поверх изображений
- Не выравнивайте абзацы по ширине
- Старайтесь избегать того, чтобы строка текста переходила на следующую страницу, или разбивайте абзац на две страницы

Рисунок 5 – Скриншот руководства «Guide to writing panels and labels».

Что касается иллюстративного материала, то он был представлен только в руководстве «Guide to writing panels and labels» и его перевод удалось осуществить с помощью графического редактора Paint, в котором был закрашен текст на английском языке и прикреплен на русском как представлено на рисунке 6:



Рисунок 6 – Скриншот из руководства «Guide to writing panels and labels».

Важно отметить, что в материале данного руководства также была представлена таблица, в которой написана информация о особенностях оформления и правописания английских слов, в том числе и имен собственных. При работе с данной таблицей возникли трудности ее перевода и оформления. Однако было принято решение не переводить информацию в самой таблице, поскольку она демонстрирует правила работы с английским текстом, а добавить еще одну колонку, в которой написан перевод на русском языке. Перевод данной таблицы был представлен на рисунке 7.

lorries	trucks	Грузовики
make-up (as in face make-up)	make up	Грим (макияж)
magistrate	Magistrate – when referring to Crawley Family	Судья
medieval period	Medieval Period	Средние века
Members of Parliament	members of Parliament	Члены парламента
<u>Mr Green, Mrs Green, Ms Green, Dr Green, Joe Green Jnr, Joe Green Snr</u>	Mr. Green, Mrs. Green, Ms. Green, Dr. Green, Joe Green Junior, Joe Green Senior	Мистер Грин, Миссис Грин, Мисс Грин, Доктор Грин, Джо Грин младший, Джон Гриш старший
North west	North-west	Северо-запад
Postman	Post man	Почтальон
Postboy	Post boy	Почтальон
<u>Puddlehill</u>	Puddle hill	<u>Пудденхилл</u>
rakemaker	rake maker	
Samian ware	<u>Samianware</u>	<u>Самосская глиняная посуда</u>
Second World War	2 nd World War, II World War	<u>Вторая мировая война</u>
<u>stable block</u>	<u>stableblock</u>	<u>Устойчивая глыба</u>
Totternhoe Roman villa	Totternhoe Roman Villa	<u>Римская вилла Тоттерхоу</u>
trackway	track way	Тропа
waterlogged	water-logged	Потоп
watertight	water-tight	Непромокаемый
<u>Waulud's Bank</u> <u>Dray's Ditches</u> <u>Bradger's Hill</u>	<u>Wauluds Bank</u> <u>Drays Ditches</u> <u>Bradgers Hill</u>	
weathercock	weather cock	Флюгер
Well-known	Well known	Широко известный
woodturning	wood-turning	<u>Точение по дереву</u>

Рисунок 7 – Скриншот из руководства «Guide to writing panels and labels».

При переводе текстов руководств «Exhibit Label Script Guidelines» и «Guide to writing panels and labels» удалось сохранить оригинальное оформление текста, а именно выделения жирным и курсивным шрифтом важной информации.

Немаловажно отметить, что в оригинальном руководстве «Exhibit Label Script Guidelines», представленном на английском языке и переведенном руководстве на русском языке, сохранилась нумерация страниц. Однако необходимо учесть, что в содержании на английском языке глава «Udvar-Hazy Center Labels» начинается не с 9 страницы как указано на обложке, а с 10. При работе с текстом было определено, что это опечатка и при переводе на русский

язык в содержании данного руководства вся нумерация была проставлена верно.

Кроме того, в тексте «Guide to writing panels and labels» на английском языке представлено 15 страниц. При переводе не удалось сохранить оригинальный объем материала. Это связано с тем, что английский язык имеет более сжатую структуру предложений в отличие от русского. При переводе на русский язык были использованы синонимичные ряды, а также изменение структур предложения. Важно отметить, что из-за особенностей форматирования данного текста, а именно прикрепления дополнительной колонки в таблице и размещения иллюстративных материалов объем руководства также увеличился.

Наряду со структурными особенностями руководств по созданию текстов музейных этикеток немаловажно отметить трудности при переводе лексического состава данных текстов.

Для руководств характерно наличие специальной терминологии, на которую при переводе было важно обратить внимание. Термины широко применяются в инструктивных текстах и их перевод чаще всего осуществляется с помощью эквивалентов, то есть равноценными словами на переводящем языке, в данном случае на русском.

В текстах руководств «Exhibit Label Script Guidelines» и «Guide to writing panels and labels» часто встречаются одни и те же термины. Соответственно можно их объединить и привести следующие примеры их перевода: *museum* – музей, *exhibit* – выставка, *label* – этикетка, *script* – текст этикетки, *panel* – панель, *text* – текст, *content* – содержание, *editing* – редактирование, *design* – дизайн, *graphic* – график, *object* – объект, *templates* – шаблоны, *gallery* – галерея, *title* – заголовок, *paragraph* – абзац, *units* – разделы, *section* – выставочный зал, *interpretation* – интерпретация.

Кроме того, при переводе особое внимание было уделено составным терминами, то есть тем, что состоят из 2 или более слов.

Важно отметить, что при работе с данной лексикой было необходимо пользоваться не только словарем, но и поисковой системой для того, чтобы иметь более точное представление о объекте. Именно поэтому перевод данных терминов был осуществлен с помощью подбора эквивалентов и калькировании.

В материалах руководств по созданию текстов музейной этикетки присутствуют схожие составные термины, однако есть и те, что отличаются. Например, в материале «Exhibit Label Script Guidelines» были переведены следующие термины: *background image* – *фоновое изображение*, *exhibition main label* – *главная этикетка экспозиции*, *object labels* – *этикетки для предметов*, *label script* – *текст этикетки*, *exhibit writer* – *автор выставки*, *storefront cases* – *витрины с отдельным световым панно*, *editing process* – *процесс редактирования*, *recognition label* – *благодарственные этикетки*, *arbitrary reading* – *произвольное чтение*, *essential corrections* – *крайне необходимые правки*, *graphic layouts* – *графические схемы*.

Немаловажно отметить, что в руководстве по созданию текстов музейных этикеток «Guide to writing panels and labels» при переводе также встречались составные термины: *panel text* – *текст на панели*, *panel contents* – *содержание панели*, *main body text* – *основной текст*, *point titles* – *заголовок*, *complementary colours* – *взаимодополняющие цвета*, *cable ties* – *кабельные стяжки*.

Что касается лексического уровня, то при исследовании материалов на английском языке было выявлено широкое использование прецизионной лексики, которая была переведена на русский язык с помощью различных приемов, например: *Microsoft Excel* на русский язык было переведено с помощью добавления – *программное обеспечение Microsoft Excel*, *Beverly Serrell* – *Беверли Серрелл*, *Writing to Learn* – «*Как писать хорошо*» на русский язык были переведены с помощью эквивалентов, *Exhibit Labels: An Interpretive Approach* при переводе названия данной книги в Сети не было найдено эквивалента, однако с помощью стратегии коммуникативно-равноценного

перевода данное наименование в тексте русского руководства написано следующим образом: «*Этикетки для экспонатов: Интерпретирующий подход*», в то время как *the National Air and Space Museum* – это *Национальный музей авиации и космонавтики*, *Webster's Third New International Dictionary* – *Третий новый международный словарь Вебстера*, *The Chicago Manual of Style* – *Чикагский стилистический справочник*, *Chicago* – *Чикаго*, *Second World War* – *Вторая мировая война* были переведены с помощью подбора эквивалентов.

Кроме того, при переводе особое внимание было обращено на числительные, в которых указывались меры измерения, валюты или те, что имели особое оформление, например: *8 panels* – *8 панелей*, *150 words (200 maximum)* – *150 слов (200 слов максимум)*, *50 to 100 words* – *от 50 до 100 слов*, *8 x 10 photograph* – *фотография размером 8 x 10*, *4 x 5 transparency* – *прозрачность 4 x 5*, *0.1 meter* – *0,1 метр*, *100-lb or 500-kg* – *100 фунтов или 500 килограмм*, *10 years* – *10 лет*, *£40,000* – *40000 фунтов стерлингов*, *20th century* – *20 век*, *64 point titles* – *64 кегль в заголовке*, *50cm (20 inches)* – *50 сантиметров (20 дюймов)*, *3 March 1993* – *3 марта 1993 год*, *70 per cent* – *70 процентов*, *750 AD* – *750 н.э (нашей эры)*, *750 BC* – *750 до н.э.*

Важно отметить, что при переводе единиц измерения, а именно футов и килограмм, сантиметров и дюймов было принято решение оставить оба варианта, поскольку в материалах руководств вся необходимая информация поясняется в скобках.

Англоязычные аббревиатуры не всегда легко удается перевести на другой язык. Это связано с их особой областью применения, например, некоторые аббревиатуры принято использовать только в определенных регионах или в конкретной сфере деятельности. Именно поэтому при работе с ними необходимо было узнавать дополнительную информацию из Сети.

Например, в руководстве по созданию музейных текстов «*Exhibit Label Script Guidelines*» представлено всего 11 аббревиатур.

Однако важно заметить, что при переводе наименований каждый раз описывалось полное название имени собственного, а в случае использования всемирно известных аббревиатур, таких как единицы измерения, форматы изображения они оставались без изменений. Однако важно заметить, что все аббревиатуры были переведены с помощью эквивалентов.

Например: *CEPS (Center for Earth and Planetary Studies) – Центр Земли и планетарных исследований, NASM (National Air and Space Museum) – Национальный музей авиации и космонавтики, ID (Identity document) – идентификационный номер, dpi (dots per inch) – точек на дюйм.*

Кроме того, есть несколько примеров аббревиатур, которые были переведены без расшифровки: *kg (kilogram) – килограмм, lb (pound) – фунт, km/mi (kilometers/ miles) – километры/мили.*

Важно отметить, что для точного понимания читателя были добавления к некоторым аббревиатурам, например к *JPEG (Joint Photographic Experts Group)* и *TIFF (Tagged Image File Format)* было добавлено слово «формат»: *Цифровое высокое разрешение, в формате TIFF (предпочтительнее) или JPEG.*

В тексте руководства «Exhibit Label Script Guidelines» также представлены обозначения для идентификации этикеток в зависимости от области их применения. При переводе на русский язык возникли трудности с передачей данных обозначений в связи с тем, что в них используются буквы.

Используя стратегию коммуникативно-равноценного перевода, было принято решение оставить данные обозначения, но перевести их значения для того, чтобы русский реципиент понимал в каких случаях, используются определенные буквы.

- *A: Артефакт, объект искусства, модель (в качестве артефакта);*
- *G: Графический материал, который еще нужно создать;*
- *P: Фотографии, изображения, графический материал;*
- *V: Видео;*
- *MI: Механический интерактивный экспонат;*

– *CI: Компьютерный интерактивный экспонат.*

В руководстве «Guide to writing panels and labels» представлено меньше аббревиатур, например: *AD (Anno Domini) – наша эра (н. э), BC (before Christ) – до нашей эры (до н. э), mb (Megabyte) – Мб (Мегабайт), H.E.N (Heritage Engineering Network) было переведено с помощью добавления «организация» и в тексте представлено следующим образом: организация H.E.N.*

Немаловажно отметить, что при переводе руководств по созданию текстов музейных этикеток с английского языка на русский возникали трудности не только со структурой и лексикой, но и с грамматикой. Особенностями данных текстов является широкое использование различных структур, которые необходимо перевести в соответствии с правилами русского языка.

Руководство «Guide to writing panels and labels» выделяется наличием вопросительных предложений, которые помогают направить читателя для достижения его цели.

Большинство вопросов, которые используются в материале на английском языке являются специальными и именно поэтому при их переводе не возникало трудностей: «*What do you really want to say?*» – «*Какую информацию Вы хотите сообщить?*»; «*What do I not want to say?*» – «*Какую информацию Вы не хотите сообщать?*»; «*How much budget do I have?*» – «*Какой у Вас бюджет?*»; «*How will you stand them?*» – «*Как Вы планируете их разместить?*».

Важно отметить, что несмотря на использование личного местоимения I в английских предложениях при переводе всегда применяется местоимение уважительное местоимение «Вы».

Кроме того, есть несколько примеров, которые демонстрируют опущение личного местоимения при переводе вопросительных предложений с английского языка на русский. Вместо этого для того, чтобы четко и сжато предоставить информацию читателя были использованы замены: «*How else*

can I convey information?» – «Каким еще способом можно сообщить информацию?»; «Got too much information – what can I do?» – «Получилось слишком много информации. Что необходимо сделать?»; «What is the one thing I want people to know about this object?» – «Что людям важно знать об этом предмете?»; «How much room do I have?» – «Как много есть места для того, чтобы расположить панели или этикетки?»; «How long does it need to last?» – «Как долго они прослужат?»; «How much time do I have?» – «Как много времени есть для того, чтобы все подготовить?»; «Who is going to read it?» – «Кто это будет читать?»; «How long will it take?» – «Сколько времени это займет?».

Кроме того, из выше представленных примеров можно заметить, что при переводе английского местоимения «it» на русский язык удалось передать как «это» или «эти». Важно отметить, что данное местоимение не дает четкого определения, о чем идет речь именно поэтому при переводе все зависело от контекста, несмотря на то что в иностранном языке «it» используется только в единственное число.

При переводе текста руководства «Guide to writing panels and labels» особое внимание также необходимо было уделить общим вопросам: «*Do I need a label – is it mentioned somewhere else?» – «Нужно ли добавить этикетку? Будет ли она использоваться где-то еще?»; «Will they cut them out for you?» – «Будут ли они вырезаны для вас?».*

Из вышепредставленных примеров можно заметить, что данные предложения являются простыми. Однако важно отметить, что при их переводе были использованы трансформации опущения и членения.

Особой чертой руководств как инструктивного типа текста является наличие предложений в условном наклонении, которые используются при описании действий, которые необходимо выполнить только в определенных случаях. В английском языке данные предложения обычно используются с «If», которое на русский язык переводится с помощью союза «если», а в

некоторых случаях с помощью конструкций «в случае», «при необходимости».

Например: «*Avoid only referring to period by name, give approximate dates eg if writing about the Bronze Age, give rough date range*» – «Избегайте упоминания исключительно название периода, указывайте приблизительные даты, например, если Вы пишете о бронзовом веке, укажите приблизительный диапазон дат»; «*Using the format can be tricky if you are unfamiliar with working in with Word tables*» – «У вас могут возникнуть некоторые проблемы с редактированием, если вы не знакомы с таблицами Word»; «*If you find using tables difficult, you can write your labels in unformatted text and then copy them into the table format*» – «Если вам трудно работать с таблицами, попробуйте написать текст в не отформатированном варианте, а затем скопируйте его в табличный формат»; «*The chief curator reviews the script and works out any further issues with the writer-editor and, if necessary, the exhibit writers*» – «Печатная копия текста и сопроводительная записка направляются редактором главному куратору, который берёт текст на рассмотрение, прорабатывает дальнейшие моменты с редактором и, если есть необходимость, с автором текста»; «*If there are multiple options for an image format, these are the preferred options, from most preferred to least*» – «В случае, если есть варианты форматов изображения, выбирается один из следующих приемлемых (от наиболее до наименее предпочтительного)».

Кроме того, в руководствах можно отметить употребление побудительных предложений. Они используются для того, чтобы призвать читателя к действию для достижения его цели. В материалах руководств по созданию музейных этикеток «*Guide to writing panels and labels*» и «*Exhibit Label Script Guidelines*» можно заметить, что все предложения начинаются с глагола. При переводе текстов на русский язык удалось сохранить данную особенность. Также немаловажно отметить, что при переводе использовалась уважительная форма глаголов, например: «*Используйте простой и доступный язык*»; «*Избегайте жаргонизмов*»; «*Избегайте имитации почерка или*

витиеватых шрифтов»; «Используйте логотипы там, где это необходимо: размещайте информацию о спонсорах, пожертвованиях»; «Используйте разговорный язык и пишите этикетки таким образом, чтобы посетители смогли прочитать их вслух»; «Включайте в том случае, если предусмотрено»; «Исключайте лишнюю информацию и выжимайте каждое слово»; «Рассчитывайте на то, что читатели не знакомы с темой».

Наряду с особенностью использования побудительных предложений необходимо заметить, что в руководствах по созданию текстов музейных этикеток довольно часто можно встретить одну и ту же глагольную форму, с которой начинается предложения. Применяя стратегию коммуникативно-равноценного перевода, важно было учесть использование повторяющихся глагольных форм.

При переводе руководств по созданию текстов музейных этикеток было отмечено, что в инструктивных типах текста на русском языке принято использовать вежливое обращение на «Вы». Следовательно, при переводе руководств на русский язык используются одни и те же глагольные формы с окончанием – те: «Избегайте жаргонизмов»; «Избегайте имитации почерка или витиеватых шрифтов»; «Избегайте использования прописных букв»; «Избегайте размещения текста вокруг изображений».

Довольно часто возникают трудности при переводе сложных предложений. Это связано с тем, что при передаче данного типа предложений необходимо верно передать их смысл и правильно их оформить, соблюдая орфографические правила. Кроме того, важно отметить, что в инструктивных типах текста принято писать информацию кратко и сжато для того, чтобы читатель мог лучше ее понять.

Приведем несколько примеров переводов сложных предложений с английского языка на русский: «*Labels within each unit are numbered consecutively, beginning with L1, which is usually a main label for a unit or subunit*» – «Этикетки из каждого раздела нумеруются последовательно, начиная с L1. Как правило это главная этикетка раздела или подраздела»;

«Once the label script has been edited by the writer-editor and approved by the curator or content team, the writer-editor signs the cover sheet and submits the script for review and approval» – «После форматирования текста редактором и утверждения куратором или контент-командой, автор-редактор подписывает сопроводительную записку и отдаёт текст на рассмотрение и утверждение»; «This is both a matter of design and accessibility – we can't place small text above a certain height» – «Этому есть объяснение с точки зрения дизайна и доступности: нельзя помещать текст выше определённых параметров».

Из выше представленных примеров можно заметить, что при переводе не всегда получается сохранить всю необходимую информацию в одном предложении. Иногда для осуществления точного перевода сложных предложений применяется трансформация – членение предложения.

Немаловажно обратить внимание на перевод безличных конструкций. Применяя стратегия коммуникативно-равноценного перевода, при переводе безличных предложений на русский язык сохраняется их структура: *«Focus on the object at hand» – «Обратите внимание посетителей на объект напротив»; «Write effective titles» – «Пишите яркие заголовки»; «Define technical terms and explain difficult concepts in familiar terms» – «Раскрывайте технические термины и объясняйте сложные для понимания идеи простыми словами»; «Substitute short words for needlessly long ones (about for approximately)» – «Заменяйте неоправданно длинные слова более короткими (около вместо приблизительно)»; «Keep captions short, from just a few words to about 50» – «Пишите краткие описания: максимум до 50 слов».*

Кроме того, руководства по созданию текстов музейных этикеток относятся к инструктивному типу текста, особенностью которого является использование пассивного залога. Пассивный залог используется для описаний определенных действий с предметом.

При переводе предложений с пассивным залогом на русский язык зачастую используются модальные глаголы «нужно», «должно», «могу» и т. д.

Однако иногда передать пассивный залог не удастся и вместо него в тексте перевода получается предложение в активном залоге.

Несколько примеров переводов пассивного залога, с учетом вышеописанных особенностей: *«Labels within each unit are numbered consecutively, beginning with L1, which is usually a main label for a unit or subunit»* – «Этикетки из каждого раздела нумеруются последовательно, начиная с L1. Как правило это главная этикетка раздела или подраздела»; *«Information must be presented in “chunks” (labels) that can be read randomly and “layered” (organized in a hierarchy), so visitors can navigate through it, pick and choose what they want to read, and follow the main themes without having to read everything»* – «Информация должна быть представлена в «выжимках» (этикетках), которые должны быть ступенчатыми (организованными иерархично) таким образом, чтобы по отдельно взятой этикетке посетитель смог сориентироваться, выбрать, о чём ему больше хочется почитать, и уловить главную мысль без необходимости читать все тексты вокруг него»; *«Only essential corrections should be made at this point»* – «На этом этапе вносятся только крайне необходимые правки»; *«The reader should be given only as much information as he needs and not one word more»* – «Читатель должен получить столько информации, сколько ему нужно, и ни словом больше»; *«Those should be given to the exhibit designer»* – «Не прикрепляйте к тексту изображения высокого разрешения – их нужно отдавать дизайнеру экспозиции».

Таким образом, из анализа переводов руководств по созданию текстов музейных этикеток с английского языка на русский можно сделать вывод о том, что стратегия коммуникативно-равноценного перевода отлично подходит для перевода руководств и других текстов, которые относятся к инструктивному типу.

Целью руководства является передача необходимой информации, а именно действий, которые необходимо выполнить для достижения определённого результата. Применяя стратегию коммуникативно-

равноценного перевода, при переводе нам удалось достичь этой цели, несмотря на возникшие трудности при работе.

Кроме того, благодаря данной стратегии при переводе руководств «Guide to writing panels and labels» и «Exhibit Label Script Guidelines» сохранились структурные особенности текстов, а именно, иллюстрации, таблицы и списки.

На лексическом уровне удалось грамотно передать термины, аббревиатуры и их значения, прецизионную лексику, а именно имена собственные и числительные.

Что касается синтаксического уровня, то при переводе предложений возникали трудности со структурными особенностями английского и русского языков. Однако, применяя стратегию коммуникативно-равноценного перевода, все типы предложений были переведены таким образом чтобы реципиент переводящего текста с легкостью понимал, о чем идет речь в тексте.

Выводы по второй главе

В настоящем исследовании был проведен предпереводческий анализ 2 руководств по созданию текстов музейных этикеток «Exhibit Label Script Guidelines» и «Guide to writing panels and labels».

Анализируя материалы текстов на английском языке, удалось выявить особые характеристики исследуемых руководств и выделить некоторые из них.

Целью обоих руководств является в подробном информировании читателя о действиях, которые ему необходимо выполнить чтобы грамотно составить текст музейных этикеток.

Что касается структуры, то важно отметить, что руководства имеют как схожие черты, например оформление информации в виде списков, так и отличительные черты, которые заключаются в использовании таблиц и иллюстративных материалов.

На лексическом уровне в материалах «Exhibit Label Script Guidelines» и «Guide to writing panels and labels» широко употребляются термины, аббревиатуры, а также прецизионная лексика, которая включает в себя имена собственные и числительные.

Немаловажно отметить, что все языковые черты в руководствах нужны и используются для конкретности, наглядности и инструктивности.

Кроме того, в данной главе удалось определить, что стратегия коммуникативно-равноценного перевода подходит для грамотной передачи всей необходимой информации с английского языка на русский. Реализуя данную стратегию, удалось сохранить цель автора оригинального текста, а также перевести руководства, адаптируя их под ожидания русскоязычной целевой аудитории.

Заключение

Анализ теоретической литературы касательно стратегий перевод позволил сделать вывод о том, что в настоящее время нет четкого определения данного термина.

Однако многие ученые сходятся во мнениях о том, что это определенный план действий переводчика, который ему необходимо соблюдать для того, чтобы осуществить адекватный и качественный перевод текста.

Кроме того, в настоящее время существует лишь несколько классификаций стратегий перевода, одна из которых была предложена В. В. Сдобниковым. Он предложил выделить следующие стратегии перевода: стратегия коммуникативно-равноценного перевода, стратегия терциарного перевода и стратегия переадресации.

В ходе исследования теоретической литературы также были выявлены особенности руководства как жанра. Изучение источников позволило сделать вывод о том, что руководство относится к жанру инструкции и имеет цель передать точную информацию, а именно, поэтапные действия, которые необходимо выполнить для получения результата.

Немаловажно отметить, что анализ литературы показал, что инструкции могут быть использованы в различных сферах деятельности из-за чего у текстов, относящихся к данному жанру нет конкретной структуры.

Глубокий лингвистический анализ материалов руководств по созданию текстов музейных этикеток «Exhibit Label Script Guidelines» и «Guide to writing panels and labels» позволяет сделать вывод о том, что структура инструктивных текстов действительно может отличаться, но несмотря на это в них присутствуют общие черты, например, списки, иллюстративные материалы или таблицы.

Кроме того, в текстах было выявлено наличие терминов, аббревиатур и прецизионной лексики, которые характерны не только для руководств, но и для других текстов, которые относятся к жанру инструкции.

Анализ морфологического уровня материалов на английском языке позволяет сделать вывод о том, что у каждого текста есть свои особенности, например в руководстве «Guide to writing panels and labels» это частое использование вопросительных предложений. Однако простые, сложные, побудительные и пассивные предложения встречаются в обоих текстах.

Все вышеперечисленные языковые черты используются в инструктивных текстах для конкретности и наглядности. Именно с помощью них читателю будет проще понять о том, что ему необходимо сделать для того чтобы получить результат.

Изучение текстов руководств позволило принять решение о применении стратегии коммуниктивно-равноценного перевода, поскольку данная стратегия позволяет сохранить цель автора оригинального текста, а также осуществить адекватный перевод, который будет адаптирован для русскоязычного читателя.

Список используемой литературы

1. Алексеева И.С. Введение в переводоведение: учеб. пособие для филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Академия, 2004. 352 с. [Электронный ресурс] URL: https://www.studmed.ru/alekseeva-is-vvedenie-v-perevodovedenie_c852290424d.html (дата обращения: 20.04.2023).

2. Безукладникова София Сергеевна Инструкция по сборке как жанр инженерно-дидактического дискурса // Вестник ТГПУ. 2022. №6 (224). [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/instruktsiya-po-sborke-kak-zhanr-inzhenerno-didakticheskogo-diskursa> (дата обращения: 04.06.2023).

3. Витренко А. Г. О «Стратегии перевода» // Вестник МГЛУ. 2008. Вып. 536: Сопоставительная лингвистика и вопросы перевода / отв. ред. Д. И. Ермолович. С. 3–17 [Электронный ресурс] URL: <https://agvitrenko.3dn.ru/publ/1-1-0-8> (дата обращения: 14.04.2023).

4. Гарбовский Н. К. Теория перевода // Издательство Московского университета. 2007 [Электронный ресурс] URL: <https://inlnk.ru/70MGL5> (дата обращения: 23.04.2023).

5. Герте Н. А. Реферативный перевод: особенности порождения вторичного текста // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. 2013. №7 (49). [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/referativnyy-perevod-osobennosti-porozhdeniya-vtorichnogo-teksta> (дата обращения: 14.04.2023).

6. Дышева, З. М. Инструкция как особый тип текста / З. М. Дышева // Дружба без границ: миф или реальность: сборник материалов Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 14 декабря 2017 года / Общественная палата РФ; Всероссийское общественное движение "Матери России"; Институт дружбы народов Кавказа. – Ставрополь: Институт

дружбы народов Кавказа, 2017. – С. 22. [Электронный ресурс] URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32524661> (дата обращения: 04.06.2023).

7. Ивлева А.Ю. К вопросу об определении понятия «Стратегия перевода» // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2016. №1. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-opredelenii-ponyatiya-strategiya-perevoda> (дата обращения: 14.04.2023).

8. Ивлева Алина Юрьевна, Полетаева Елена Денисовна Выработка стратегии перевода как залог его адекватности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. №12-2 (90). [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vyrabotka-strategii-perevoda-kak-zalog-ego-adekvatnosti> (дата обращения: 23.04.2023).

9. Канащук С. А. Структурные, стилистические и коммуникативные особенности текстов дискурса инструкций на современном этапе развития // Язык и культура. 2011. №4 (16). [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strukturnye-stilisticheskie-i-kommunikativnye-osobennosti-tekstov-diskursa-instruktsiy-na-sovremennom-etape-razvitiya> (дата обращения: 04.06.2023).

10. Карабань, Н. А. Речевой жанр инструкции / Н. А. Карабань // Известия Волгоградского государственного технического университета. Серия: Проблемы социально-гуманитарного знания. – 2008. – Т. 5, № 7(45). [Электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=17839775> (дата обращения: 20.04.2023).

11. Кафискина О.В. Стратегия перевода как термин переводоведения // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода. 2017. №1. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-perevoda-kak-termin-perevodovedeniya> (дата обращения: 14.04.2023).

12. Киндеркнехт, А. С. Текст инструкции в переводческом освещении / А. С. Киндеркнехт // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. [Электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=2130915>

0 (дата обращения: 23.04.2023).

13. Комиссаров В. Н. Общая теория перевода: Проблемы переводоведения в освещении зарубеж. ученых: (Учеб. пособие); М-во общ. и проф. образования Рос. Федерации. Моск. гос. лингвист. ун-т [и др.]. - Москва ЧеРо: Юрайт, 2000. - 132, [2] с.; 20 см.; ISBN 5-88983-013-9 [Электронный ресурс] URL: https://pnu.edu.ru/media/filer_public/2013/04/12/komissarov.pdf (дата обращения: 23.04.2023).

14. Косенкова К.Б, Соломаничева П.А. Методические рекомендации «Оформление музейной экспозиции музеев профессиональных образовательных учреждений, 2017. [Электронный ресурс] URL: <https://cutt.ly/B4UcET1> (дата обращения: 23.04.2023)

15. Лексикографическая копилка : Сборник научных статей / Под науч. ред. В. В. Гончаровой. Том Выпуск 7. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2019. – 87 с. [Электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36788318> (дата обращения: 02.05.2023).

16. Лысякова А.А. Коммуникативно-функциональный подход к описанию переводческой стратегии // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. 2022. №4. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativno-funktsionalnyy-podhod-k-opisaniyu-perevodcheskoy-strategii> (дата обращения: 20.04.2023).

17. Парин В. А Семиотика пользовательских инструкций // Научные исследования и инновации. 2021. №6. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semiotika-polzovatelских-instruktsiy> (дата обращения: 04.06.2023).

18. Пузенко, И. Н. Стратегии перевода и лингвокультурная адаптация / И. Н. Пузенко // Вестник Минского государственного лингвистического университета. Серия 1. Филология. – 2017. – № 5. – С. 29-33. [Электронный ресурс] URL: <https://elib.gstu.by/handle/220612/27308> (дата

обращения: 23.04.2023).

19. Рябкова Ирина Павловна, Дерюгина Алена Алексеевна Искусствоведческий текст как объект перевода (на материале музейных текстов на русском, английском и финском языках) // Многоязычие в образовательном пространстве. 2020. №12. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/iskusstvovedcheskiy-tekst-kak-obekt-perevoda-na-materiale-muzeynyh-tekstov-na-russkom-angliyskom-i-finskom-yazykah> (дата обращения: 10.05.2023).

20. Самарина Н.Г. Музейная коммуникация в контексте культурной памяти и культурного наследия // ВМ. 2013. №2 (8). [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzeynaya-kommunikatsiya-v-kontekste-kulturnoy-pamyati-i-kulturnogo-naslediya> (дата обращения: 23.04.2023).

21. Сдобников В. В. Теория перевода (Коммуникативно-функциональный подход): учебник для студентов лингвистических вузов и факультетов иностранных языков / В. В. Сдобников, К. Е. Калинин, О. В. Петрова. — 2-е изд., перераб. — М.: Издательство ВКН, 2019. — 512 с. — (Лингвистика и межкультурная коммуникация: золотая серия). [Электронный ресурс] URL: <https://lib.lunn.ru/LunnDigitalDocsClosed/DR277167.pdf> (дата обращения: 23.04.2023).

22. Сдобников В.В. Стратегии перевода: заблуждения и реальность // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2022. №2. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-perevoda-zabluzhdeniya-i-realnost> (дата обращения: 14.04.2023).

23. Сдобников Вадим Витальевич Стратегия перевода: общее определение // Вестник ИГЛУ. 2011. №1 (13). [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-perevoda-obschee-opredelenie> (дата обращения: 14.04.2023).

24. Соболева, Н. В. Руководство по эксплуатации как жанр инструктивного дискурса / Н. В. Соболева, Л. А. Запелалова // Успехи гуманитарных наук. — 2021. — № 8. [Электронный ресурс] URL:

<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46129941> (дата обращения: 23.04.2023).

25. Теремкова, О.А. Переводческие стратегии как инструмент транслятологического анализа / О.А. Теремкова // Журнал Вестник ВГУ: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. – № 2. – [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perevodcheskie-strategii-kak-instrument-translyatologicheskogo-analiza> (дата обращения: 10.05.2023).

26. Трубникова Юлия Витольдовна Официально-деловой стиль и современный документ: причины и направления трансформации // Вестник БГУ. Язык, литература, культура. 2019. №2. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ofitsialno-delovoy-stil-i-sovremennyy-dokument-prichiny-i-napravleniya-transformatsii> (дата обращения: 10.05.2023).

27. Универсальное и уникальное в стратегии и тактике перевода. // Филологические науки в МГИМО. Сборник научных трудов № 27 (42). – М.: МГИМО, 2007. – с. 68-83. [Электронный ресурс] URL: <https://mgimo.ru/upload/iblock/8ce/8cec88dd1e6e4978461fc4ebd7c2fa6e.doc> (дата обращения: 23.04.2023).

28. Хорохордина Ольга Витальевна Инструкция как тип текста // МИРС. 2013. №4. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/instruktsiya-kak-tip-teksta> (дата обращения: 20.04.2023).

29. Ц. Цзоу Жанр технического текста «Руководство по эксплуатации» в аспекте перевода // МНКО. 2019. №5 (78). [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanr-tehnicheskogo-teksta-rukovodstvo-po-ekspluatatsii-v-aspekte-perevoda> (дата обращения: 04.06.2023).

30. Шлепнев Дмитрий Николаевич Стратегия перевода и параметры стратегических решений // ПНиО. 2018. №5 (35). [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-perevoda-i-parametry-strategicheskikh-resheniy> (дата обращения: 20.04.2023).

31. Шутова О.А. Инструкция как речевой жанр поучающего дискурса // Таврический научный обозреватель. 2015. №2-2. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/instruktsiya-kak-rechevoy-zhanr-pouchayuschego-diskursa> (дата обращения: 23.04.2023).

32. Exhibit Label Script Guidelines [Электронный ресурс]. URL: <https://airandspace.si.edu/sites/default/files/images/archive/downloads/exhibit-label-script-guidelines-june-2015.pdf> (дата обращения: 23.04.2023)

33. Guide to writing panels and labels [Электронный ресурс]. URL: [https://www.sharemuseumseast.org.uk/wp-content/uploads/2018/07/Label-writing-handout-2-small.p\[df](https://www.sharemuseumseast.org.uk/wp-content/uploads/2018/07/Label-writing-handout-2-small.p[df) (дата обращения: 23.04.2023)