

**И. Г. Копытич**

Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,  
Министерство образования Республики Беларусь, ул. Войкова, 21, 225404, Барановичи,  
Республика Беларусь, +375(163) 68 01 70, kopytsich@yandex.by

**И. И. Любанец**

Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,  
Министерство образования Республики Беларусь, ул. Войкова, 21, 225404, Барановичи,  
Республика Беларусь, +375(163) 68 01 70, [irina\\_lubanetz@inbox.ru](mailto:irina_lubanetz@inbox.ru)

**ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА  
МУЗЕЙНОЙ ЛЕКСИКИ**

Данное исследование посвящено особенностям перевода текстов музейной экспликации и музейного этикетажа в современном поликультурном обществе. Авторы исследования проводят анализ особенностей текстов музейной экспликации и этикетажа. В статье рассматриваются основные проблемы перевода лингвокультурологических реалий в позальных музейных текстах. Анализируются особенности перевода антропонимов, топонимов и реалий уклада и быта с точки зрения эффективности межкультурной коммуникации, а также способы и приемы их перевода с русского на английский и французский языки, позволяющие наиболее полно передать их лингвокультурные особенности.

**Ключевые слова:** музейная лексика; экспликация; этикетаж; позальные тексты; культурное наследие; слова-реалии; топонимы; антропонимы.

Библиогр.: 9 назв.

**I. G. Kopytich**

Baranovich State University, Ministry of Education of the Republic of Belarus, 21 Voykova str., 225404  
Baranovich, the Republic of Belarus, +375 (163) 68 01 70, kopytsich@yandex.by

**I. I. Lyubanets**

Baranovich State University, Ministry of Education of the Republic of Belarus, 21 Voykova str., 225404  
Baranovich, the Republic of Belarus, +375 (163) 68 01 70, [irina\\_lubanetz@inbox.ru](mailto:irina_lubanetz@inbox.ru)

**LINGUOCULTUROLOGICAL PROBLEMS OF THE TRANSLATION  
OF MUSEUM VOCABULARY**

This study is devoted to the peculiarities of the translation of the texts of museum explication and museum labeling in a modern multicultural society. The authors of the study analyze the features of the texts of museum explication and labeling. The article deals with the main problems of the translation of linguoculturological realities in documentary museum texts. It also analyzes the main features of the translation of anthroponyms, toponyms and the realities of everyday life from the point of view of the effectiveness of intercultural communication, as well as the ways and techniques of their translation from Russian into English and French, allowing them to convey fully their linguistic and cultural features.

**Keywords:** museum vocabulary; explications; labeling; museum texts; cultural heritage; reality words; toponyms; anthroponyms.

Ref.: 9 titles.

В настоящее время перед мировым сообществом остро стоит проблема сохранения и использования культурного наследия. «Культурное наследие – совокупность объектов культуры, отражающих этапы развития общества и осознаваемых социумом как ценности, подлежащие сохранению и актуализации» [1, с. 37].

«Неотъемлемой частью культурного наследия той или иной страны являются дворцы, крепости и иные культурные объекты» [2]. Они представляют собой эстетическую и культурную ценность, сохраняя свою оригинальность и отражая при этом художественные, политические и экономические аспекты развития общества.

По данным Министерства культуры Республики Беларусь на территории страны находится 27 дворцов и 11 замков, часть из которых, к сожалению, сохранилась только

в руинах. Самыми популярными и посещаемыми туристами на сегодняшний день являются Мирский, Несвижский, Новогрудский, Кревский, Гольшанский, Лидский замки, дворцы в Гомеле, Коссово и Ружанах, а также Брестская крепость [3]. Два замковых комплекса удостоены звания объекта всемирного наследия ЮНЕСКО — Национальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж» (внесен в список ЮНЕСКО в 2005 году), Замковый комплекс «Мир» (числится в списке объектов наследия с 2000 года).

Поскольку цель деятельности музеев — это не только сохранение ценности и оригинальности экспонатов, но и их популяризация, то он также является центром коммуникации в момент посещения. Если в процессе коммуникации участвуют представители различных культур, то имеет место межкультурная коммуникация — «связь и общение между представителями различных культур, что предполагает как непосредственные контакты между людьми и их общностями, так и опосредованные формы коммуникации (в том числе язык, речь, письменность, электронную коммуникацию)» [4].

Музей предоставляет возможность многокультурному сообществу с различными идеями, взглядами, традициями и опытом участвовать в динамичном процессе межкультурного общения.

Одним из важнейших и ответственных этапов подготовки музейной выставки является подготовка этикетажу, то есть комплекса этикеток к экспонатам, входящим в состав экспозиции, поскольку этикетка предназначена для именованя (или указания) объекта, которому она принадлежит. В дополнение к этикетажу музеи используют еще и позальную экспликацию. «Экспликация в музейном деле — тексты, помещаемые обычно у входа в очередной музейный или выставочный зал и содержащие сжатую информацию о произведениях, принципах экспозиции и т. д.» [5]. Она должна помочь зрителю ориентироваться в расположении музея, ознакомить с отдельными экспонатами и помогать осмысливать комплексы экспонатов в их взаимной связи.

Для того, чтобы привлечь интерес посетителей музеев к историческому и культурному наследию страны, и, в то же время, сделать экспозицию доступной для более широких масс людей, необходимо оформлять этикетаж и экспликацию в том числе и на иностранном языке, поскольку от этого зависит успешность контакта между иностранным посетителем музея и экспонатом. В силу своей специфики на синтаксическом и лексическом уровнях, иногда перевод текстов музейного этикетажу представляет сложность для переводчиков.

Стиль текста музейных экспликаций, этикетажей и позальных текстов, как и каждый функциональный стиль имеет определенные цели, задачи, целевую аудиторию, синтаксические, прагматические, лексические и грамматические особенности.

Отличительной характеристикой текстов музейных экспликаций является краткость и содержательность изложенной в них информации. Текст экспликации близок к публицистическому стилю.

Целью данных текстов является, как уже было упомянуто, знакомство посетителей музея с экспонатами, представленными в музейной экспозиции, краткое описание музейных помещений, ознакомление с основной информацией о различных исторических объектах.

Тексты музейных экспликаций, этикетажей, так же как и позальные тексты, выполняют разнообразные функции:

1. Информационная, т. е. достоверное и четкое донесение информации о том или ином музее, историческом объекте, экспонате. Хотя эта функция реализуется многообразными средствами разных уровней, чаще используются общезыковые средства и способы передачи сообщения, информации. Информационная функция осуществляется через логико-понятийную сторону речи, отличающуюся в известной

степени нейтральностью, точностью, строгостью, логичностью и объективностью выражения.

Такой характер речи подчеркивается специальными грамматическими средствами: определенно-личными предложениями, неопределенно-личными предложениями, безличными и инфинитивными предложениями, которые позволяют музейным текстам оставаться нейтральным и логичным, делают текст четким и понятным для реципиентов. Данные предложения придают музейному тексту строгость и точность, чем способствуют реализации информационной функции.

Наравне с некоторыми типами односоставных предложений, в музейных текстах широко используются союзные предложения для выражения полнооформленности высказывания, полноты грамматического оформления предикативных единиц, и сложноподчиненные предложения. Благодаря им читатели легче воспринимают информацию из-за смысловых, а главное, логических связей частей предложения.

Кроме того, музейные тексты наполнены предложениями со страдательным залогом, вводными словами и словосочетаниями, цель которых подчеркнуть логику мысли и последовательности изложения, а также цитатами, придающими текстам аутентичность.

В текстах музейного этикетажа содержится огромное количество устаревшей лексики, которая возвращает посетителей в ту или иную эпоху, позволяя им окунуться в прошлое. Устаревшая лексика включает в себя: историзмы — устаревшие слова, которые в современном языке не имеют синонимов и используются для создания колорита прошлых эпох и архаизмы — устаревшие слова, имеющие синонимы и часто используемые в современном языке для придания текстам яркости и точности реальной исторической обстановки. Музейный текст не просто повествует о событиях, происходящих в прошлом, но и дает опору на точные факты.

Реализации информационной функции текста музейного сайта также способствуют имена собственные: антропонимы (собственные именованья людей: имена личные, отчества и фамилии, которые знакомят посетителей с реальными историческими личностями, чем доказывают реальность исторических событий) и топонимы (имена собственные, которые обслуживают категорию географических объектов и подчеркивают реальность событий, указывая гостям музея места, где происходили те или иные действия).

2. Воздействующая. Обеспечивает представление об исторических событиях, стремясь повлиять на мнение посетителя музея касательно того или иного события. Музейная экспликация должна производить необходимый коммуникативный эффект и вызывать прагматическое отношение к полученной информации, поэтому предложения в экспликации не должны быть перегружены, чтобы не затруднить понимание её общей идеи.

Музейные тексты ориентированы как на представителей той же культуры, так и на представителей другого языка и культуры. Поскольку иностранный посетитель музея — языковая и культурная личность, зачастую у него появляется недопонимание значений тех или иных реалий при восприятии текста с большим количеством архаизмов и историзмов, особенно если они относятся к чужой культуре.

3. Популяризаторская. Справочник «Культура русской речи» определяет популяризацию как «процесс изложения научной мысли, глубокого учения, сложного понятия и т. п. в форме ясного, простого и действенного описания» [6, с. 94]. В тексте музейного этикетажа эта функция играет очень важную роль. Она помогает посетителям музея проникнуться и заинтересоваться предложенной информацией.

Таким образом, необходимо отметить, что лингвокультурологический перевод музейной лексики играет весьма весомую роль в сфере коммуникации между представителями различных культур, обеспечивая им успешное взаимопонимание и

возможность обмена культурологическим опытом без возникновения существенных трудностей.

Наибольшую трудность в переводе представляют антропонимы, топонимы и повседневные реалии. Большинство лексических единиц, отражающих лингвистические и культурологические реалии, переводятся с помощью эквивалентных высказываний, транскрипции и транслитерации с использованием объяснений и сносок. Антропонимы и топонимы переводятся транслитерацией и не требуют объяснения.

Главная цель при переводе лингвокультурологических реалий — передать контекст и значение слова в исходном языке, проверяя значение в толковом словаре.

Итак, в ходе исследования нами были выявлены три основные группы лингвокультурологических реалий (таблица 1).

Первая группа представлена антропонимами, которые представляют определенную сложность при переводе музейных текстов. Они могут ввести в заблуждение людей, не имеющих представление об истории, например, Несвижского замка и его обитателях. Например: *Николай Радзивилл Старый, Ян Радзивилл Бородатый, Николай Радзивилл Черный, Николай Христофор Радзивилл Сиротка, Николай Казимир Радзивилл Рыбонька*. Здесь сложность заключается не столько в передаче самих имен, сколько в сохранении аутентичной коннотации прозвищ их владельцев.

Имена собственные, принадлежащие владельцам Мирского замка также вызывают большой интерес в процессе перевода их на английский и французский языки: *Сенька Гедыгольдович, Александр Людвиг Радзивилл, Сигизмунд Кароль Радзивилл, Кароль Станислав Радзивилл (Пане Коханку) и т.д.*

Большинство слов-реалий данной группы переведены при помощи транскрипции/транслитерации. В некоторых именах собственных, помимо транслитерации, используется и прямой перевод, в основном, когда речь идет о прозвищах. Очень часто при переводе на английский и французский языки прозвища опускаются, однако, по нашему мнению, именно в них заключается колорит нашей страны [7, 8].

Таблица 1 — Перевод имен рода Радзивиллов

| Русский язык                              | Английский язык  | Французский язык  |
|---|--|---|
| Николай Радзивилл Старый                  | Mikołaj Radziwiłłowicz Stary                                     | Mikołaj Radziwiłł dit Le Vieux  |
| Юрий Радзивилл, прозванный Геркулесом     | Jury Radziwiłł «Hercules Litowski»                               | Jerzy Radziwiłł dit Hercules  |
| Ян Радзивилл Бородатый                    | Jan Radziwiłł «Brodaty» (Jan Radziwiłł the Bearded)              | Jan Radziwiłł dit Le Barbu  |
| Николай Радзивилл Черный                  | Mikołaj Radziwiłł the Black                                      | Mikołaj Radziwiłł dit Le Noir (Nikolai Radziwiłł Cherny)                  |
| Николай Христофор Радзивилл Сиротка       | Mikołaj Krzysztof Radziwiłł Sierotka (the Orphan)                | Mikołaj Krzysztof Radziwiłł, surnommé L'Orphelin                          |
| Николай Казимир Радзивилл Рыбонька        | Michał Kazimierz Radziwiłł Rybońka                               | Michał Kazimierz Radziwiłł dit Rybeńko (Michel Casimir Radziwiłł Rybeńko) |
| Кароль Станислав Радзивилл (Пане Коханку) | Karol Stanisław Radziwiłł nicknamed Panie Kochanku (My Dear Sir) | Charles Stanislas Radziwiłł, surnommé Panie Kochanku (Cher Monsieur)      |

Во вторую группу мы поместили реалии уклада и быта, такие как *базар, лавка, скарбница, брама, одяние, батлейка, ратуша, церковь-усыпальница, кладовая*.

Типичную бытовую реалию базар словарь Д. Н. Ушакова определяет как «происходящий по определенным дням торг на площади; место для торговли, обычно

на площади» [9]. При переводе слово заменено понятным иностранцам словом *market* (англ.) или *un marché* (фр.). Французское слово *le bazar* чаще всего ассоциируется с восточным базаром, поэтому использоваться здесь не может.

Реалию *лавка* — «магазин, торговая точка» возможно, передать путем подбора эквивалентов *store* (англ.), *un magasin, une boutique* (фр.).

Похожая ситуация с лингвокультурологической реалией *скарбница*. Пришедшее из польского языка (*skarbnica*), это слово обозначает сокровищницу и при переводе заменяется на *treasury* (англ.) и *une trésorerie* (фр.) — казна, сокровищница.

Не понимая значения слова *брама*, иностранный посетитель не сможет понять смысл предложения, как на русском, так и на иностранном языке. Толковый словарь дает следующее объяснение «ворота погостные, городские, крепостные» [10]. Поэтому наиболее эффективным будет описательный перевод: *brama — the gates, the portal into the town, castle, principality* (англ.) / *les portes de la ville, du château, de la principauté* (фр.).

В выражении «это была девушка в белом *одеянии*» книжное, несколько возвышенное слово *одеяние* заменено на более обыденное *in an expensive white dress* (в дорогом белом платье), во французском языке еще проще *la Dame Blanche* (женщина в белом) что опять-таки упрощает текст перевода. С нашей точки зрения, здесь лучше подойдет устаревшее английское *apparel*.

Слово-реалия *батлейка* определено в словаре так: «народный кукольный театр в Беларуси» [11]. Именно поэтому реалию объяснили как *puppet-show* (англ.) и *un spectacle de marionettes* (фр.).

Реалия *ратуша* была переведена способом подбора эквивалентного высказывания *town hall* (англ.) и *la mairie* (фр.).

Большой интерес представляет реалия *церковь-усыпальница*. Толковый словарь Ожегова предлагает следующую дефиницию понятия «усыпальница»: «склеп для погребения членов одного рода, одной семьи или какого-либо выдающегося деятеля» [12]. При переводе реалия заменена сопоставимым словосочетанием *church and burial vault* (англ.) / *la chapelle et le sanctuaire* (фр.).

Так как в иностранной культуре нет понятия, всецело соответствующего концепту «кладовая», рекомендуется использовать описательный перевод — *a room for storing of goods or supplies (storeroom)* (англ.) / *un local pour le stockage de marchandises ou de fournitures (un garde-manger)* (фр.).

Безусловно, при переводе реалий *лавка*, *скарбница* и *брама*, *кладовая* был потерян исторический оттенок, так как в настоящее время подобные реалии либо устарели, либо употребляются крайне редко и в лишь определенном контексте.

При изучении истории Мирского замка, можно также выделить несколько словосочетаний, представляющих интерес с точки зрения лингвокультурного перевода. В их число вошли следующие: *земляной вал*, *домик сторожа*, *хозяйственные помещения*, *княжеская резиденция*, *Парадный зал*, *зеленый адамашик*, *красный товар*.

В четырех первых словосочетаниях используется прямой перевод с русского языка на английский: *earth wall* (англ.) / *le rempart de terre* (фр.), *gatekeeper's house* (англ.) / *la maison du gardien* (фр.), *housekeeping facilities* (англ.) / *les pièces de service* (фр.). В случае перевода понятия *княжеская резиденция* слово «княжеский» было заменено словом *princely princière* (англ.) / *princier* (фр.). Перевод полностью не отражает лингвокультурологическую реалию, но в то же время является очень близким по значению и понятным англоговорящему реципиенту — *princely residence* (англ.) / *la résidence princière* (фр.).

Словосочетание «*Парадный зал*» было переведено подбором эквивалентного слова, существующего в английском языке — *The Stateroom* (англ.) / *la salle de parade* (фр.).

При переводе словосочетания «зеленый адамашак» был задействован описательный перевод: *green adamashak — silk fabric produced in France* (англ.) / *adamashack vert — le tissu en soie qui produit en France* (фр.).

Для корректного перевода словосочетания «красный товар» возможно подобрать эквивалентное высказывание в английском и французском языках: *red textile* (англ.) / *les textiles rouges* (фр.).

Третья группа слов, вызывающие наибольшие трудности при переводе – это слова-топонимы при переводе которых используется международная практическая транскрипция с элементами транслитерации:

*Несвижский замок — Niasvizh castle* (англ.) / *le château de Niasvij* (фр.);

*Слуцкая брама — Sloutsk Gates* (англ.) / *Porte de Sloutsk* (фр.);

*Ярмарочный переулок — Yarmarochny Lane* (англ.) / *le ruelle Yarmarochny* (фр.);

*Урецкая мануфактура — Uretskaya manufactory* (англ.) / *Uretskaya manufacture (la manufacture d'Uretsk)* (фр.);

*Замокочный ручей — Zamkovij (Castle) stream* (англ.) / *le ruisseau Zamkovij (le ruisseau du château)* (фр.);

*Замокочное озеро — lake Zamkovoye* (англ.) / *le lac Zamkovoye (le lac du château)* (фр.);

*Марысин сад — Marysin Park (Garden)* (англ.) / *le parc (le Jardin) de Marysin* (фр.);

*Мирский замок — Mir castle* (англ.) / *le château de Mir* (фр.);

*река Миранка — river Miranka* (англ.) / *la rivière de Miranka* (фр.).

Принимая во внимание все вышеизложенное, можно сделать вывод, что у представителей иностранного языка и культуры при восприятии наших культурных особенностей зачастую возникают сложности, поскольку в большинстве случаев человек имеет дело не с самим миром, а с его репрезентациями, с когнитивными картинками и моделями, и мир предстает сквозь призму культуры и языка народа, который видит этот мир.

Адекватный перевод музейной экспликации содействует более эффективному общению между представителями различных национальностей, этнических групп и религиозных верований, т.е. обеспечивает уменьшение культурных различий коммуникантов, что позволяет считать его одним из видов межкультурной коммуникации.

При этом наибольшие трудности возникают при переводе антропонимов, топонимов и повседневных реалий. Большинство лексических единиц, отражающих лингвистические и культурологические реальности, переводятся с помощью эквивалентных высказываний, транскрипции/транслитерации с использованием объяснений и сносок. Антропонимы и топонимы передаются при помощи международной практической транскрипции с элементами транслитерации и не требуют объяснения, если в их состав не входят всевозможные прозвища их носителей. При переводе таких прозвищ переводчику необходимо изучить историю их возникновения и постараться найти такой прием перевода, при котором максимально сохраняется их аутентичный смысл.

Для одновременного сохранения национального колорита и достижения цели коммуникации, перевод экспликаций включает в себя транскрипцию/транслитерацию, подбор эквивалентного высказывания, описательный перевод и переводческий комментарий. Данные приемы могут функционировать как отдельно, так и в комбинации. При этом необходимо отметить, что невозможно произвести абсолютно идентичный перевод реалий в экспозиции музея, не только из-за конкретных названий и отсутствия эквивалентов в языке перевода, но и из-за особенностей музейного этикетажа и функций, которые он выполняет.

Включение в содержание занятий по иностранному языку материала музеев помогает формированию творческой социально-активной личности, открытой для

диалога культур, знающей и уважающей традиции и историю своей малой Родины, страны в целом и стран изучаемого языка. Использование музейных экспозиций в преподавании иностранных языков, не только расширяет кругозор, позволяет свободнее ориентироваться в экспозициях музеев, развивает эстетическое восприятие, но и дает возможность описывать культуру родного края средствами иностранного языка.

#### Список цитируемых источников

1. *Михайлец, М. А.* Туристический потенциал Беларуси: Электронный учебно-методический комплекс для специальности: «Музейное дело и охрана историко-культурного наследия»/ М. А. Михайлец. — Минск, 2018. — 173 с.
2. Туристический потенциал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.kazedu.kz/referat/177854/1>. — Дата доступа: 07.11.2021.
3. Замки Беларуси [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.hata.by/articles/zamki\\_belarusi-9177/](https://www.hata.by/articles/zamki_belarusi-9177/). — Дата доступа: 08.11.2021.
4. Межкультурная коммуникация [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://studfile.net/preview/1624599/>. — Дата доступа: 28.10.2021.
5. Словарь терминов изобразительного искусства [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://slovar.cc/isk/term/2478169.html> — Дата доступа: 28.10.2021.
6. *Воронцова, Т. А.* Культура речи. Учебное пособие / Т. А. Воронцова. — Ижевск, 2011. — 141 с.
7. Maison Radziwill [Electronic resource]. — Mode of access: [https://fr.wikipedia.org/wiki/Maison\\_Radziwill](https://fr.wikipedia.org/wiki/Maison_Radziwill). — Date of access: 10. 11. 2021.
8. Radziwiłł family [Electronic resource]. — Mode of access: [https://en.wikipedia.org/wiki/Radziwiłł\\_family](https://en.wikipedia.org/wiki/Radziwiłł_family). — Date of access: 10. 11. 2021.
9. Толковый словарь Ушакова [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=1326><http://slovarozhegova.ru/>. — Дата доступа: 09.11.2021.
10. Словарь терминов изобразительного искусства [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://slovar.cc/isk/term/2478169.html>. — Дата доступа: 30.10.2021.
11. *Воронцова, Т. А.* Культура речи. Учебное пособие / Т. А. Воронцова. — Ижевск, 2011. — 141 с.
12. Толковый словарь Даля [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://gufo.me/dict/dal/брама>. — Дата доступа: 13.11.2021.