

КУЛЬТУРНО-МАРКИРОВАННАЯ ЛЕКСИКА В ПАЛОМНИЧЕСКОМ ТУРИЗМЕ: ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Е. В. Чмых

Научный руководитель Н. П. Козел, старший преподаватель

*Южный федеральный университет
Ростов-на-Дону, Россия
e-mail: bats4joker@yandex.ru*

В данной статье рассматриваются особенности содержания и перевода материалов, связанных с одним из видов туризма, до недавнего времени не слишком популярным на постсоветском пространстве, паломническим. Расширение спектра туристических услуг, особенно предполагающих выезд за рубеж, подразумевает большую подготовительную работу квалифицированных переводчиков. Представленные результаты анализа способов перевода отобранной методом сплошной выборки культурно-маркированной лексики из аутентичных текстов, расположенных на интернет-портале *The British Pilgrimage Trust*, ранее разделенной по тематическим группам, по мнению автора, могли бы помочь начинающим переводчикам легче адаптироваться к работе с аналогичными материалами.

Ключевые слова: паломнический туризм; культурно-маркированная лексика; прием перевода.

Введение. Паломнический туризм – одно из ключевых понятий в нашем исследовании – в последнее время развивается довольно быстрыми темпами. Он может быть внутренним и внешним, индивидуальным, семейным, коллективным, регулярным, единичным и т.д. На основании изучения большого количества теоретических источников по теме, мы можем составить следующее обобщённое определение – паломнический туризм представляет собой совокупность туристических мероприятий, представляющих чаще религиозную или же культурную ценность для людей, вовлеченных в эти мероприятия. В качестве достопримечательных мест посещения светских паломников могут выступать как природные, так и культурно-исторические объекты, а также какие-либо места, связанные со знаменитыми персоналиями.

Объектом нашего исследования выступают тексты с информацией для паломников, до настоящего времени не переводившиеся на русский язык. Предметом изучения является культурно-маркированная лексика в данном типе текстов и особенности её перевода с английского языка на русский.

Цель данной работы – систематизация культурно-маркированной лексики в текстах, относящихся к сфере паломничества, и установление основных способов её перевода на русский язык.

Теоретической основой для проведения нашего исследования стали работы А. В. Бабкина, Л. В. Байлагасова, М. И. Гоппа, Т. А. Волковой, Э. Ю. Новиковой и др.

Основная часть. Л. В. Байлагасов и М. И. Гоппа при исследовании особенностей паломнического туризма выделяют в нем следующие категории: религиозное паломничество, духовное светское паломничество, культурно-познавательное паломничество, спортивное паломничество [1, с. 193]. Учёт всех данных категорий значительно расширяет область переводческой деятельности в данной сфере.

В поисках практического материала для исследования мы обратились к интернет-порталу *The British Pilgrimage Trust* [2], на котором, в частности, представлены: туристические каталоги с особо важной информацией для паломников: программа *OTA: Open to All* ('ОДВ: Открыт для всех'), обзор святых мест Британии *Holy Places* ('Святыни'), вкладка *Staff* ('Посох') посвящена пользе и важности всегда иметь с собой посох, вкладка с информацией об организации паломнического пути *Create a 1-day pilgrimage* ('Организуя 1 день своего паломнического пути'); отзывы туристов, представленные в виде форума на вкладке *Who's it for?* ('Для кого всё это?'); путеводители из вкладки *Routes* ('Маршруты'), разделенные на отдельные пути, обеспеченные необходимой организационной и культурологической информацией, а также картой для облегчения прохождения пути. Всего на портале представлено 94 маршрута, один из которых, *The Old Way* ('Старый Путь'), ввиду своей исторической важности и уникальности выделен в отдельную вкладку; карты для ориентирования на местности; система карт Британии доступна в печатном и в цифровом формате и расположена во вкладке *Finding Your Way* ('В поисках своего Пути'); лента новостей, посвященных паломничеству в мире и в Британии *News* ('Новости'); сопровождающая информация сервиса услуг, включая программы культурных мероприятий во вкладке *Our Event* ('Наши события').

С целью выявления особенностей перевода культурно-маркированной лексики из текстов, предназначенных для паломников, нами рассмотрено и переведено текстов общим объемом 30 тысяч печатных знаков.

Под культурно-маркированной лексикой вслед за И. Е. Аверьяновой мы будем подразумевать «совокупность слов и словосочетаний, которые характеризуются наличием национально-культурного компонента» [3, с. 19].

Опираясь на вышеуказанное определение, методом сплошной выборки мы выделили из текстов требуемые единицы, которые разделили на

следующие группы, представленные в порядке убывания: топонимы (130), культурно-исторические реалии (45), религиозные реалии (39), лексика из сферы археологии (14), антропонимы (35), лексика из сферы геологии (2), лексика из сферы антропологии (2), аббревиатура (2).

Переходя к анализу способов перевода указанных лексических единиц, рассмотрим несколько примеров.

В предложении *And the ancient pilgrim hostel in Southampton Old Town was founded to shelter pilgrims to St Thomas of Canterbury* [4]. Здесь и далее перевод – наш. ‘А в Старом городе Саутгемптона очень давно был организован приют для пилигримов, которые держали путь в Церковь Святого Томаса Кентерберийского’. При переводе топонима *Southampton Old Town* мы используем калькирование и в русском варианте получаем ‘Старый город Саутгемптона’, учитывая, что во многих крупных европейских городах сохранилась историческая часть города, из которой со времен Средневековья разросся тот или иной город, и что эта часть также, как и в английском языке, называется Старым городом. Для перевода названия *St Thomas of Canterbury* используется традиционное соответствие – ‘Церковь Святого Томаса Кентерберийского’.

Обратимся к другому примеру: *Also, the route is peppered with monastic houses, each of which has their own pilgrimage history – like Netley, known as the Laetus Locus (Happy Place) for sheltering travellers, or like Southwick near Havant, to which even the anti-pilgrim King Henry VIII made pilgrimage* [5]. В переводе получаем: ‘Кроме того, на маршруте Старого Пути расположено множество монастырей, у каждого из которых есть своя личная история, связанная с паломничеством, как, например, Аббатство Нетли, известное как *Laetus Locus* ‘Счастливое место’; оно служило приютом для путешественников, или Приорат Саутвик возле города Хаванта, к которому совершал паломничество даже король Генрих VIII, ярый противник пилигримов и их идей’. Выражение *monastic house* дословно переводится как ‘монастырский дом’, однако, такой перевод не представлен в англо-русских словарях. Из контекста становится ясно, что речь идет о термине, генерализующем ряд частных понятий: во второй части предложения фигурирует ряд топонимов, требующих поиска соответствий; по окончании поиска было выяснено, что в отрывке представлены объекты, имеющие разный статус. В связи с этим, при переводе на русский язык мы дополнительно эксплицировали каждый из топонимов с целью дать русскоязычному читателю представление, о чем именно идет речь. Поэтому *Netley* было переведено как ‘Аббатство Нетли’, *Southwick* – как ‘Приорат Саутвик’, а *Havant* – как ‘город Хавант’. Мы установили, что под *monastic house* подразумевается термин, обобщающий такие по-

нения, как ‘аббатство’, ‘приорат’ и другие. Ознакомившись с системой храмовых сооружений в католической и англиканской церквях, мы пришли к выводу, что наиболее адекватным переводом термина *monastic house* будет слово ‘монастырь’, так как английский термин включает в себя мужские и женские монастыри, а также аббатства и т.д.

Обычно при переводе латинских выражений возникает вопрос – сохранить оригинальное написание, перевести полностью или представить в тексте перевод выражения вместе с оригиналом? В случае с *Laetus Locus* ситуация разрешается контекстом, так как в оригинале в скобках представлен перевод на английский, что позволяет при переводе на русский язык прибегнуть к этому же методу.

В заключительной части фрагмента выделяется антропоним, сам по себе не представляющий трудности при переводе. Однако определение, сопровождающее это имя собственное, требует применения инверсии и экспликации. В данном случае *the anti-pilgrim King Henry VIII* переводится как ‘король Генрих VIII, ярый противник пилигримов и их идей’, что позволяет нам сохранить характеристику персоналии, а также сделать выражение узуальным для русского языка. Кроме этого, в переводе необходимо учитывать, что в англоязычной традиции слова *King* и *Queen* пишутся с прописной буквы, а в русскоязычной титулы ‘король’ и ‘королева’ – со строчной.

Заключение. Результаты проведенного исследования показали, что при переводе культурно-маркированной лексики в текстах паломнической сферы нет однозначных решений в пользу выбора того или иного способа передачи такой лексики на русский язык. Чаще всего в процессе перевода приходилось использовать фоновые знания или обращаться к справочной литературе. В текстах был выделен ряд топонимов, большая часть которых не имеет традиционных соответствий в русском языке. Приходилось обращаться к ресурсу *Google Maps*, так как в туристических и иных организациях, занимающихся логистикой, отдается предпочтение этой системе географических карт. Большинство названий населенных пунктов были переведены способом транскрипции/транслитерации или традиционным соответствием, которые мы сочли наиболее подходящими для решения данной переводческой задачи.

Библиографические ссылки

1. Байлагасов Л. В., Гоппа М. И. О классификации паломнического туризма // Международный научный журнал «Символ науки». 2016. № 10-3. С. 192-194.
2. The British Pilgrimage Trust [Electronic resource]. Mode of access: <https://britishpilgrimage.org/> (date of access: 31.10.19).

3. Аверьянова И. Е. Русская культурно-маркированная лексика в англоязычных произведениях о России и Великой октябрьской социалистической революции: дис. ...канд. филол. наук : 10.02.04, 10.02.01. Днепропетровск, 1984. 205 л.
4. The Old Way [Electronic resource]. Mode of access: <https://britishpilgrimage.org/old-way/> (date of access: 31.10.19)

ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА ЦЕРКОВНОЙ ЛЕКСИКИ

Ю. Шайновска-Борковска

Научный руководитель И. Роляк, доктор гуманитарных наук

Университет Яна Кохановского

Кельце, Польша

e-mail: j.gileadia@gmail.com

Статья посвящена проблеме перевода церковной лексики. Церковные тексты относятся к группе специальных текстов. Их перевод представляет много проблем и требует знания не только в области теологии, но и истории и культуры. В статье представлена специфика церковной лексики – прежде всего церковной терминологии. В настоящее время существует большой спрос на перевод церковных документов, которые затем используются православными верующими в разных странах.

Ключевые слова: церковь; церковная лексика; теология; терминология; перевод.

Введение. Перевод церковных текстов – один из труднейших. Их язык значительно отличается от литературного и разговорного языка. В нем много длинных, сложных предложений с инфинитивными оборотами, вводными конструкциями и распространенными определениями. Немалую трудность вызывает большое количество не только специальных понятий, но и соответствующих им терминов. Чтобы правильно перевести церковный материал, надо знать способы и принципы образования слов и словосочетаний, уметь перевести сложные слова по их составным частям, необходимо также знать словообразовательные элементы, такие как приставки и суффиксы. Нужно избегать механического подхода к слову, важно видеть в нем его составные элементы и сознательно, думая о значении слова, переводить его.

Основная часть. Перевод религиозных текстов (в том числе священных книг и теологических текстов) – это очень сложный процесс. На протяжении веков основным критерием правильности перевода Библии и церковных произведений была буквальность (переводчики Священного Писания верили, что буквальность не исказит слова Божьего). Первые тексты Библии характеризовались почти точным копированием подлинника в текст перевода. Такой буквальный перевод часто приводил к не-