

в сознании носителя русского языка. Названные тексты В.М. Шукшина вообще, и рассказ «Алеша Бесконвойный» в частности, являются как средством формирования этого представления, так и иллюстрацией обычаев русской деревни. Изучение концептов на продвинутых уровнях владения РКИ способствует более глубокому погружению в русскую языковую картину мира и культуру.

Библиографический список

1. Васеха, М. В. Русская баня как единственная константа всей русской жизни / М. В. Васеха // Сибирские исторические исследования. – 2022. – №2. – С. 229–237.
2. Евтюгина, А. А. Использование лингвокультурных концептов в процессе обучения русскому языку как иностранному / А. А. Евтюгина, К. И. Туева // Социокультурное пространство России и зарубежья: общество, образование, язык. – 2019. – №8. – С. 144–151.
3. Красавский, Н. А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах : монография / Н. А. Красавский. – Волгоград : Перемена, 2001. – 495 с.
4. Лихачев, Д. С. Избранные труды по русской и мировой культуре / Д. С. Лихачев; составитель и научный редактор А. С. Запесоцкий. – [4-е изд.]. – Санкт-Петербург : СПбГУП, 2022. – 544 с.
5. Русский идеографический словарь : Мир человека и человек в окружающем его мире (80 концептов, относящихся к духовной, ментальной и материальной сферам жизни человека) // Отв. ред. акад. РАН Н. Ю. Шведова; РАН, Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова. – Москва, 2011. – 1032 с.
6. Штырлина, Е. Г. Концепт как лингводидактическая единица в обучении русскому языку как иностранному / Е. Г. Штырлина // Вестник ТГГПУ. – 2019. – №4(58). – С. 147–150.
7. Шукшин, В. М. Собрание сочинений в 6-ти томах. Т. 2. / В. М. Шукшин. – Москва : Молодая гвардия, 1992. – 558 с.
8. Шукшин, В. М. Собрание сочинений в 6-ти томах. Т. 3. / В. М. Шукшин – Москва : Молодая гвардия, 1993. – 608 с.

Заякова Е.В., канд. филол. наук, доцент, заведующий кафедрой перевода и межкультурной коммуникации

Алтайский государственный педагогический университет
г. Барнаул

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ АКТУАЛИЗАЦИИ АКСИОЛОГИЧЕСКОЙ МОДАЛЬНОСТИ В ТУРИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

Аннотация. *Цель настоящего исследования заключается в выработке адекватных стратегий передачи языковых средств актуализации аксиологической модальности в туристическом тексте. В статье рассматривается аксиологическая модальность и ее роль в туристическом дискурсе, анализируются переводы средств ее актуализации на русский язык, выделяются переводческие стратегии, и для определения их универсальности выполняются собственные переводы. Учет межъязыковой асимметрии при переводе текстов туристической направленности позволит адекватно адаптировать исходный текст для реципиента, что, безусловно, повлечет за собой более активное продвижение туристского продукта за рубежом.*

Ключевые слова: аксиологическая модальность, туристический текст, процесс перевода, межкультурная коммуникация, стратегии перевода.

Ye.V. Zayukova

ADEQUATE TRANSLATION OF THE VERBAL MEANS OF AXIOLOGICAL MODALITY IN ENGLISH TOURIST TEXTS

Abstract. *The paper aims to develop the translation strategies of axiological modality verbal means in order to achieve equivalence. It analyzes the role of axiological modality in tourist discourse, its translations into the Russian language, identifies translation strategies and provides the author's own examples of translation to prove universality of these strategies. It seems essential to emphasize that when taking into account interlingual asymmetry in this type of the text we promote our tourist product in the best way by ensuring its high quality translation.*

Key words: axiological modality, tourist texts, process of translation, intercultural communication, translation strategies.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что на сегодняшний день потребность в грамотном и качественном переводе текстов туристической направленности возросла как никогда прежде. В первую очередь, это связано с тем, что индустрия туризма все чаще стала использовать цифровые технологии для установления контакта с потенциальными клиентами, что обусловлено возросшей доступностью выхода в Интернет для широких слоев населения и, как следствие, охват обширной аудитории по всему миру. Для того, чтобы реклама туристского продукта или услуги была успешной, она должна быть понятной и для иноязычного реципиента, что сопряжено с ростом экономической выгоды, поскольку сейчас туризм является одной из основных движущих сил экономического развития. Очевидно, что чем большее разнообразие выбора языков будет представлено на сайте, специализирующемся на продвижении туристических услуг, тем большему количеству пользователей сайт станет доступен. Однако переведенный текст должен быть не менее убедительным и понятным для восприятия иноязычным реципиентом, чем оригинальный текст сообщения для восприятия носителем. Особенность перевода текстов туристического дискурса состоит в том, что в нём всё незнакомое и чуждое культуре реципиента должно быть представлено в виде привычного культурного феномена. Таким образом, переведенный текст должен также легко восприниматься иностранным реципиентом, как бы воспринимался текст, изначально написанный на родном ему языке. Ошибки при передаче оценочного компонента суждений туристического дискурса могут привести к искаженному восприятию текста или испортить впечатление о туристском продукте. И, следовательно, во избежание этих ошибок необходимо проанализировать и изучить средства выражения аксиологической модальности, являющиеся неотъемлемой частью туристического дискурса, так как они осуществляют выражение того самого оценочного компонента.

Аксиологическая модальность характеризует суждения с точки зрения той или иной системы ценностей, чаще всего выражается с помощью слов «хорошо», «плохо» или «безразлично». В сравнительном отношении используются слова «лучше», «хуже» или «равноценно», а иногда для сравнения вводятся степени предпочтения [1, с. 75–76]. Поскольку туристический текст является разновидностью рекламного текста, то, согласно С.В. Кобызевой, аксиологическая модальность в рекламном/туристическом тексте может быть прямой и косвенной [3, с. 83–87]. По ее мнению, прямой способ реализации аксиологической модальности предполагает употребление категориальных лингвистических средств, т.е. различных языковых единиц оценочной семантики. Прямые экспликативы оценочного смысла далее делятся на два типа: эксплицитный и имплицитный. Прямые эксплицитные средства – это языковые единицы, оценочная сема которых находится в денотативно-сигнификативном (ядерном) компоненте лексического значения слова: *прекрасный, good, красивый, amazing*. В семантике данных прилагательных уже содержится положительная оценка, поэтому данные примеры являются прямыми эксплицитными средствами. Помимо прямых эксплицитных средств существуют и прямые имплицитные

средства. Оценочная сема последних являются частью коннотативного компонента значения. Прямые имплицитные средства выражаются при помощи:

- 1) дескриптивно-оценочных предикатов или дескриптивных предикатов с оценочной коннотацией: *efficient, hospitable, smooth intelligent*;
- 2) эмотивной лексики, которая означает наименования предметов и действий: *passion, thrill, joy, jubilation, pleasure, to savour, to admire*;
- 3) устойчивых словосочетаний с оценочной семантикой, например: *hallmark, the number one, work of art*.

Под косвенным способом реализации аксиологической модальности подразумевается использование некатегориальных лингвистических средств – языковых единиц, позволяющих избежать прямой номинации оценочного смысла. Косвенные средства также делятся на два типа: эксплицитные и имплицитные. Эксплицитные средства реализации аксиологической модальности позволяют избежать прямой оценки того или иного объекта/явления окружающей действительности, но вместе с тем, выразить ее так же четко и наглядно, как если бы это было сделано прямо. Языковыми единицами, которые используются для выражения аксиологической модальности косвенно, являются слова, содержащие в себе культурологический компонент, или «культурологически маркированные единицы». Одной из главных культурологически маркированных единиц является логоэпистема – языковое выражение закрепленного общественной культурной памятью следа отражения действительности в сознании носителей языка в результате постижения ими духовных ценностей отечественной и мировой культур. Помимо логоэпистем, оценочный компонент суждения может быть выражен с помощью косвенных имплицитных средств. Главным атрибутом косвенных имплицитных средств является оценка, заложенная в самом сообщении. Согласно Е.М. Вольф, к числу данных средств относятся конструкции «неоценочного» характера или «квазиоценочные» конструкции. Такие высказывания не содержат собственно-оценочных, дескриптивно-оценочных предикатов, но подразумевают оценку, потому что основываются на определенных знаниях реципиента о мире [2, с. 122]. Оценочное значение может быть связано с различным модальным значением.

Оценка и оценочный компонент является неотъемлемой частью туристического дискурса. Люди, заинтересованные в получении туристических услуг, ищут отзывы и рейтинг того или иного туристического агентства. Воспользовавшись услугами, клиенты дают обратную связь, а значит оценку. Оценка также лежит в основе статей и ознакомительных материалов самих туроператоров, туристических сайтов, брошюр и т.д. Туристический текст своей целью имеет не только передачу информации, но и создание у получателя информации положительных эмоций и побуждение его приобрести данный туристский продукт.

В качестве примеров прямого способа/средства реализации аксиологической модальности можно представить следующие:

(1) *Welcome to Jamaica, where the vibrant energy and laid-back charm of our island will captivate you.* (<https://www.visitjamaica.com>).

Добро пожаловать на Ямайку – остров с яркой энергетикой и особым шармом (Перевод наш).

(2) *Home to 5.92 million people, The Lion City is a fusion of architectural marvels and razor-sharp innovation at the forefront of technological and urban development, making you feel like you are entering the world of Cyberpunk 2077...without the dystopian aspects, of course* (<https://gowithguide.com>).

В Сингапуре проживает 5,92 миллионов человек. Этот город представляет собой сочетание архитектурных чудес и передовых инноваций в области технологий и городского развития. Благодаря этому вы почувствуете себя как в мире игры «Cyberpunk 2077»... без мотивов антиутопии, конечно (Перевод наш).

Прямыми экспликаторами в данных примерах выступают существительные *charm* и *marvels*, которые определенно имеют положительную оценку в своем значении.

Прямые имплицитные средства аксиологической модальности могут быть выражены: дескриптивно-оценочными предикатами или дескриптивными предикатами с оценочной коннотацией, эмотивной лексикой, которая означает наименования предметов и действий, устойчивыми словосочетаниями с оценочной семантикой.

(3) *The iconic Santa Monica Pier invites visitors to bask in the sun, savor delicious food, and enjoy thrilling rides* (<https://travel-lingual-frontend.onrender.com>).

Известный пирс Санта-Моника приглашает посетителей насладиться солнцем, вкусной едой и захватывающими аттракционами (Перевод наш).

Прямым импликатором оценочного смысла в данном примере выступает прилагательное *thrilling*, оценочная семантика которого находится на периферии (является частью коннотативного компонента значения). Перевод данного прилагательного осуществляется при помощи вариантного соответствия *захватывающий*, которое тоже имеет оценочную семантику в коннотативном компоненте значения. Аксиологический аспект реализуется успешно при переводе на русский язык. Также слово *iconic*, которое является прямым экспликатом, было переведено вариантным соответствием *известный*.

(4) *For tourists, Brazil is both a tropical paradise and an exciting cultural destination with attractions for all tastes, from idyllic beach holidays and jungle explorations to world-class art museums and the pulsing rhythms of Rio's Carnival* (<https://www.planetware.com>).

Бразилия для туристов – это как тропический рай, так и увлекательное путешествие по культурным достопримечательностям, которое подходит для всех: от спокойного пляжного отдыха и прогулок по джунглям до посещения всемирно-известных музеев искусства и веселых карнавалов в Рио-де-Жанейро (Перевод наш).

Прямым импликатором оценочного смысла в данном примере выступает прилагательное *pulsing*, значение которого в данном контексте имеет положительную оценку. Спецификой перевода данного импликатора является тот факт, что однозначное и вариантные соответствия для слова *pulsing* в данном контексте не являются узуальными. В связи с этим передать смысл представляется возможным только при помощи контекстуального соответствия.

(5) *Images of ardent lovers dancing on cobblestone streets, devoted soccer supporters suffering through matches for their side, or filling lunches when people savor a glass of delectable Malbec red wine spring to mind when we think about Argentina* (<https://medium.com>).

Когда мы думаем об Аргентине, перед глазами возникают образы страстных влюбленных, танцующих на мощеных улицах, преданных болельщиков, переживающих за свою команду во время матчей, и сытных обедов, за которыми люди смакуют бокал восхитительного красного вина Мальбек (Перевод наш).

Прямым импликатором оценочного смысла типа эмотивной лексики со значением наименования предметов и действий является глагол *savor*. На русский язык он переводится как *смаковать*. Данный глагол в русском языке тоже имеет оценочный компонент в своем значении.

К косвенным эксплицитным средствам выражения аксиологического компонента относится логозпистема, т.е. культурологически маркированная единица.

(6) *The first place you will always find on the list of the most interesting places to visit in Cologne is the Cologne Cathedral* (<https://traveltriangle.com>).

В Кёльне первым в списке самых интересных мест для посещения всегда числится Кёльнский собор (Перевод наш).

(7) *Once you look at the contrasting colors of its buildings against the backdrop of green mountains, you realize why Guanajuato is hailed as the Mexico's most beautiful city* (<https://www.myholidays.com>).

Как только увидишь контрастные цвета зданий на фоне зеленых гор, то поймешь, почему Гуанахуато называют самым красивым городом Мексики (Перевод наш).

Косвенными экспликаторами в (6), (7) являются такие онимы, как *the Cologne Cathedral* и *Guanajuato*. На русский язык они передаются традиционными ономастическими соответствиями.

Далее приведем примеры использования квазиоценочных конструкций в туристическом тексте.

(8) *This massive high-altitude rift lake in Siberia is the oldest and deepest lake in the world reaching a maximum depth of 1,642 meters and an estimated 25 million years of age* (<https://www.planetware.com>).

Это огромное высокогорное озеро в Сибири является самым древним и самым глубоким в мире. Максимальная глубина Байкала – 1642 метра, а возраст – около 25 миллионов лет (Перевод наш).

В данном предложении квазиоценочными конструкциями являются такие фразы как *a maximum depth of 1,642 meters, an estimated 25 million years of age*. Данные фразы констатируют факты об озере Байкал, и благодаря этой прецизионной информации дается скрытая оценка для создания более аттрактивного образа.

Таким образом, средства выражения аксиологической модальности представлены в туристическом тексте широко. В данном типе текста присутствуют как прямые способы выражения аксиологической модальности, так и косвенные. Наиболее часто можно встретить прямые эксплицитные средства, так как они ярче выражают оценочный компонент суждения. Тем не менее, имплицитные средства тоже присутствуют в англоязычном туристическом тексте. Они имеют больший дескриптивный компонент, который не просто дает оценку, а рисует картину того или иного явления. Эти средства (как эксплицитные, так и имплицитные), как правило, передаются вариантными и контекстуальными соответствиями. Что касается косвенных средств, то в случае с логозпистемами перевод осуществляется либо подбором традиционного ономастического соответствия, в случае отсутствия такового в языке перевода – переносом в исходной форме в виде иноязычного вкрапления. Для передачи косвенных имплициторов, выраженных языковыми единицами, констатирующими фактическую информацию, которая является линейной и однозначной, используются эквиваленты или вариантные соответствия с равноправной вариативностью.

Библиографический список

1. Антюшин, С. С. Логика / С. С. Антюшин, Н. В. Михалкин. – Москва, 2013. – 243 с.
2. Вольф, Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – Москва, 2009. – 280 с.
3. Кобызева, С. В. Лингвостилистическая репрезентация субъективного компонента категории модальности в рекламном тексте / С. В. Кобызева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. – № 29(210). – С. 82–87.

Косых Е.А., канд. филол. наук, доцент кафедры общего и русского языкознания и методики преподавания русского языка как иностранного,

Тулинова Т.А., студентка 4 курса Института филологии и межкультурной коммуникации

Алтайский государственный педагогический университет
г. Барнаул

БИБЛИОИНСКРИПТ В СИСТЕМЕ ТЕКСТОВЫХ КАТЕГОРИЙ

Аннотация. В статье представлено исследование одного из видов дарственной надписи – библиоинскрипта в аспекте малоформатного текста и системе текстовых категорий. Подобные тексты, представляющие собой автографы дарителей, активно изучаются в