

УДК 81'25
DOI 10.5281/zenodo.18400001

Мальцева М. В., Статеева Е. В.

Мальцева Мария Викторовна, старший преподаватель, Санкт-Петербургский государственный университет, д. 7–9, Университетская наб., Санкт-Петербург, Россия, 199034. E-mail: m.v.maltceva@spbu.ru.

Статеева Елена Васильевна, старший преподаватель, Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, д. 48, наб. реки Мойки, Санкт-Петербург, Россия, 191186. E-mail: helenarty@mail.ru.

Текст-экспликация в музее современного искусства: особенности перевода

Аннотация. В статье рассматривается проблема отдельных аспектов перевода сопроводительного музеиного текста с русского языка на английский. Исследование проведено на материале текста-экспликации к специализированной выставке кастом-байков в музее современного искусства «Эрарта». На основании анализа особенностей музеиного текста авторы выделяют наиболее характерные переводческие приемы, примененные для решения актуальных задач по переводу терминологии, реалий, разговорной и культурно-окрашенной лексики. Сделан вывод о необходимости адаптации переведенного текста с учетом особенностей восприятия сопроводительного музеиного текста разными группами реципиентов с учетом неоднородности аудитории выставки. Отмечена важность роли экспликаций в повышении привлекательности музея и обеспечении лингвистического аспекта диалога культур. Исследование носит прикладной характер и может быть интересно специалистам в области переводоведения и межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: текст-экспликация, перевод музеиных текстов, межкультурная коммуникация, субкультура, перевод реалий, перевод терминов, культурно-коннотированная лексика.

Maltseva M. V., Stateeva E. V.

Maltseva Maria Viktorovna, associate professor, St. Petersburg State University, 7-9 Universitetskaya Embankment, St Petersburg, Russia, 199034. E-mail: m.v.maltceva@spbu.ru.

Stateeva Elena Vasilievna, associate professor, Herzen State Pedagogical University, 48 Moika Embankment, St. Petersburg, 191186, Russia. E-mail: helenarty@mail.ru.

Explication text in museum of contemporary art: translation practices

Abstract. This article examines specific aspects of translating museum texts from Russian into English. The study focuses on the explication text for a specialized custom bike exhibition at the Erarta Museum of Contemporary Art. Based on an analysis of the museum text's characteristics, the authors identify the most common translation techniques used to address the current challenges of translating terminology, context, and colloquial and culturally charged vocabulary. They conclude that the translated text must be adapted to account for the specific perceptions of museum texts by different recipient groups, given the heterogeneity of the exhibition's audience.

The importance of explications in enhancing the museum's appeal and fostering a linguistic dialogue between cultures is highlighted. This study is of practical interest to specialists in translation studies and intercultural communication.

Key words: museum explication, translation of museum text, cross-cultural communication, subculture, translation of culture-specific concepts, translation of terms, vocabulary with culture specific connotation.

В наши дни музеи выступают в качестве культурно-образовательных центров, способствуя культурному обмену и формируя положительный имидж страны. Ввиду роста популярности музеев, увеличения их количества, а также расширения специализации и областей выставочной деятельности исследователи начали уделять особое внимание переводу музейных текстов, которые относительно недавно стали предметом анализа в рамках переведоведения. В научных работах, посвященных этой теме, преимущественно рассматриваются особенности перевода искусствоведческих текстов, способы передачи реалий, элиминирование межязыковых лакун, проблемы инклузивности перевода (например, в работах А.А. Новожиловой [8], И.И. Даниловой [4–5], И.П. Рябковой и А.А. Дерюгиной [9], М.И. Сивохо и К.Э. Шноль [10], М.Ю. Фадеевой [11–12]). Существующие работы базируются на материале художественных, исторических, краеведческих, военно-исторических музеев, однако сопроводительные тексты музеев современного искусства до настоящего времени оставались вне поля зрения исследователей.

Целью данной работы является изучение текстов-экспликаций к выставкам в музеях современного искусства и их переводов с русского языка на английский. Исследование проведено на материале текстов-экспликаций музея современного искусства «Эрарта» (Санкт-Петербург). Экспонат, сопровождаемый информационной справкой, открывает более широкие возможности для диалога культур [11, с. 38–48]. Одновременно музейные тексты должны способствовать повышению аттрактивности музеев, в том числе

для иностранных посетителей [4, с. 56–65]. Это в полной мере, а возможно, и в большей степени относится к музеям современного искусства, которые новаторски экспериментируют с выставочным материалом, расширяя представление о том, что может быть экспонатом. Следует учитывать, что востребованность музеев современного искусства и наиболее популярных знаковых институций (Эрмитажа, Русского музея и т. д.) различна, поскольку современное искусство зачастую находится на периферии внимания публики: в такие музеи приходят те, кому интересны выставки актуального искусства (молодежь, студенты художественных вузов, люди творческих профессий и т. п.) [1, с. 41]. Зачастую такая аудитория более подготовлена к его восприятию, но в то же время одной из задач выставок современного искусства является знакомство широкого круга посетителей с феноменами, которые могут находиться вне сферы внимания массового потребителя культуры. К ним относятся как объекты сугубо прикладного назначения, так и те, что отмечены признаками принадлежности к субкультурам, то есть «нишевости».

Исследователи отмечают, что музейный текст весьма разнообразен и неоднороден по стилистическим и pragматическим характеристикам [5, с. 60–68; 8, с. 40–49]. В данном исследовании рассматривается определенный тип музейного текста, а именно экспликация. Под экспликацией мы понимаем текст, который предваряет экспозицию, выражает ее основную идею в целом или каких-то ее разделов, тем, залов или комплексов. Т.Ю. Юрлева называет ее «ведущим текстом», который «сродни эпиграфу в литературном произведении» [13, с. 442]. Именно с экспликации, наиболее полно

отражающей кураторский замысел, посетители начинают знакомство с экспозицией. Хотя экспликация традиционно представляет собой наукообразный вид текста, музеи современного искусства, наряду с поисками новых выставочных тем и дизайнерских решений, предлагают и новые форматы ведущего текста, как с точки зрения стилистики, так и в плане содержания. При этом остается неизменной главная цель музейной экспозиции — образование и предоставление информации [8, с. 67–77].

Перед переводчиком экспликаций стоит ряд комплексных задач, решение которых определяет успешность коммуникации, обеспечивая лингвистическую составляющую диалога культур, вне зависимости от лексической неоднородности текста (например, вкрапления сленга, социолектов, профессионального жаргона и т. д.). При этом, в отличие от искусствоведения, где значительная часть терминологии конвенциональна и находит свое отражение в разнообразных текстах и зафиксирована в словарях, единицы, используемые внутри субкультур и профессиональных коммюни티, знакомы значительно более узкой аудитории, и, важно отметить, в профильных словарях, как толковых, так и переводных, зачастую не представлены в достаточном объеме.

Помимо этого, необходимо учитывать, что потребители англоязычного текста далеко не всегда являются носителями английского языка, поэтому в задачи переводчика, наряду с точностью передачи содержания и сохранением функции текста, входит обеспечение понятности для реципиента любого уровня подготовленности [12, с. 194–201].

Следовательно, если носитель русскоязычной культуры знаком с культурно-исторической составляющей экспозиционного материала, то у носителя иноязычной культуры та же информация может вызывать когнитивные затруднения. Лексические единицы, коннотации которых понятны носителям русскоязычной культуры, могут оказаться лишен-

ными ассоциативного ряда в восприятии неподготовленного представителя другой культуры. В таком случае прагматический эффект оригинала и перевода не совпадут. Переводчику необходимо принимать во внимание возможные лакуны в фоновых знаниях реципиента и уделить внимание тем аспектам текста, которые могут вызвать трудности восприятия [2, с. 83].

В качестве примера современного подхода можно рассмотреть экспликацию к выставке «Горел асфальт», проходившей в музее современного искусства «Эрарта» в 2023 году. Выставка продолжает традиции многих музеев современного искусства в области поиска новых тем и смыслов. Кураторская идея нашла отражение в анонсе, который мы считаем нужным процитировать: *«Выставка «Горел асфальт» продолжает исследовать тему, лежащую на стыке искусства и техники: зрители смогут углубиться в историю кастом-культуры, увидеть байки, созданные в единственных экземплярах, и убедиться, что мастера кастомайзинга сродни ювелирам, создающим дорогой аксессуар, подчеркивающий индивидуальность владельца и приверженность определенной философии свободы»* [3].

Целевой аудиторией этой узкоспециализированной выставки были прежде всего поклонники кастом-культуры и технические эксперты, обладавшие специальными знаниями, однако для «наивного» посетителя выставка могла выполнять инициальную функцию. Таким образом, переводчик сталкивался с феноменом расщепления реципиента, что усложняло его задачу выбора адекватного переводческого решения, в поисках которого ему было необходимо сохранить пространство для вариативности интерпретаций.

Уже само название выставки представляет исследовательский интерес. «Горел асфальт» — это рефрен из песни «Герой асфальта» из одноименного альбома 1987 года отечественной рок-группы «Ария». Переводчик предложил

передать его с помощью концепта, отражающего тесную связь рок-музыки и байкерской культуры. *Wheels of Fire* — это платиновый альбом британской рок-группы *Cream*, вышедший в 1968 году. Альбом стал весьма успешным и добился 3-го места в хит-парадах Великобритании и 1-го — в США. Заголовок представляет собой случай семантической многослойности, поскольку неподготовленный посетитель, вследствие отсутствия фоновых знаний и опыта, зачастую не способен выстроить глубокую ассоциативную связь, но однозначно воспринимает об разность названия выставки. Однако разбирающийся в теме посетитель увидит в нем «зашифрованный» ассоциативный ряд. Это нашло отражение и в переводе названия на английский язык.

Обращаясь к особенностям экспликаций в целом, отметим характерное лексическое разнообразие, сочетание узкоспециализированных терминов, реалий и эмоционально-окрашенных единиц, что так же верно по отношению к тексту экспликации. В целом при переводе терминология сохраняется («рама» — *frame*, «ходовая часть» — *running gear*, «четырехтактный двигатель» — *four-stroke engine*, «обвес» — *body kit*, «чоппер» — *chopper*, «жестянщики» — *metal workers* и т. д.).

Отдельное внимание стоит уделить понятию, которое является одной из опорных единиц данного текста: «кастомайзинг — переделка готовых вещей под индивидуальный заказ» [6]. Как и многие заимствованные из английского языка единицы, в русском языке «кастомайзинг», утратив часть исходных сем. В исходном тексте «кастомайзинг» встречается восемь раз, но только в половине случаев в тексте перевода ему соответствует *customising*. Переводчик также предлагает и иные варианты: *custom bike building*, *custom craft*, *customising practices*, а мастера кастомайзинга передаются как *customisers*.

В разных языках объясняются разные вещи, с учетом наличия — или скорее

отсутствия — у реципиента фоновых и лингвистический знаний. При этом наблюдается либо опущение информации, не релевантной для читателя музыкального текста, либо расширение контекста, толкование, либо передача эксплицитных значений, когда получатель ранее не был знаком с этой информацией. Характерным примером служат начальные абзацы экспликации, содержащие единицу *кастом/custom*: *Понятие «кастом»* (англ. *custom* — «сделанный на заказ, индивидуальный») зародилось в Америке в далеких 30-х годах прошлого века. <...> Сегодня в публикациях часто встречается иное написание — *kustom kulture*. Считается, что моду на такое «неправильное» написание ввел тот самый классик создания кастом-машин — Джордж Баррис. — *The concept of a custom emerged in the United States way back in the 1930s* <...> *Nowadays one often comes across a weirdly spelled catch-all term **Kustom Kulture**, usually credited to the customising trailblazer George Barris.*

При переводе опущена информация в скобках, поскольку, в отличие от носителей, русскоязычной аудитории может потребоваться толкование и/или этимология понятия. «Неправильное» написание в оригинале и переводе получило разное объяснение: русскоязычный читатель может не обладать достаточными знаниями, чтобы сразу без подготовки опознать орфографическую «ошибку» в написании *custom* и *culture* через *K*. Поэтому присутствующее в русском тексте «“неправильное” написание» в английском тексте передано как *weirdly spelled*, что однозначно считывается носителями как намеренное искажение, а не ошибка орфографии. Подобные искаженные написания получили широкое распространение в коммерческих текстах и воспринимаются носителями как новомодная тенденция, являясь индикатором неформального стиля общения, признаком нонконформизма или элементом айдентики бренда [14; 15].

Музейные тексты содержат значительное количество лексических единиц, наполненных историческим и культурным содержанием, в том числе реалий [4, с. 56–65]. Переводчик должен подобрать приемлемый уровень адаптации, дающий иноязычному посетителю возможность воспринять и переработать полученную информацию, получить эстетическое удовольствие от знакомства с экспонатами и расширить свои знания о культурно-историческом контексте. Текст экспликации к выставке «Горел асфальт» тоже включает подобные примеры: *кружок «Очумелые ручки» для взрослых — slightly crazy arts and crafts class for the grownups; ГОСТ-ы — obligatory technical standards* и т. д. Наиболее распространенными приемами при переводе подобных единиц обычно является описательный перевод, что также можно наблюдать в исследуемом тексте.

Особую сложность представляет перевод реалий, связанных с советским периодом. Несмотря на то, что эта тема давно изучается, переводчики регулярно вынуждены искать решения данной задачи. В переводе экспликации к выставке «Горел асфальт» можно отметить значительное количество единиц, незнакомых иноязычному читателю: «*мотоциклисты причислялись к хулиганам, тунеядцам и неблагонадежному элементу, порочащему образ советского гражданина*» — *bikers were by default treated as delinquents, social parasites, and 'undesirable elements' marring the reputation of a Soviet citizen.* Переводчик сделал выбор в пользу сохранения оригинального словосочетания, однако заключил кальку в кавычки для передачи переносного значения, давая читателю понять, что в русском языке это — устойчивое сочетание, использовавшееся в повседневном дискурсе в советский период.

Для описательного перевода, встречающегося в этом тексте, характерна утрата черт, свойственных разговорной речи: «*Всегда находился сосед, работающий на заводе и готовый за пару «пузрей» помочь советским пионерам га-*

ражного мотостроения и сварить или выточить на работе пару деталей.» — *Someone always found a factory-employed neighbour who, in exchange for a couple bottles of hard liquor, would eagerly help out the pioneers of Soviet garage motor industry by welding or grinding a couple of spare parts at the workplace.*

В целом для культурно окрашенной лексики наблюдается потеря культурной коннотации: «*Парни из семей технической интеллигенции* могли выведать у родителей, как работает четырехтактный двигатель...» — *Blokes who had been born into families of engineers could get their parents to explain how a four-stroke engine works...* Возможно, и русскоязычному читателю потребуются пояснения для ряда единиц: как терминов, так и некоторых реалий. Можно допустить, что части посетителей выставки могут быть неизвестны такие понятия, как «кооператор» и т.д., однако автор текста экспликации очевидно полагается на аудиторию с определенным уровнем фоновых знаний. Переводчик решает эту задачу подбором стилистически нейтральной единицы с более широким значением: «*Начались 90-е — эпоха кооператоров и бандитов.*» — *Meanwhile the 1990s dawned: a decade of enterprisers and gangsters.*

Оживляя формальный стиль, конвенционально характерный для экспликации, в исследуемом тексте присутствуют единицы, имеющие ярко выраженную разговорную или сленговую окраску: «парни», «раскрыв рот, смотрели» и т. д. Переводчик делает выбор в пользу терминологии или нейтральной лексики: «*Наши байкеры привозили домой не только «экип» и технику, но и байкерскую культуру.*» — *Our bikers brought home not just the gear and vehicles, but the Motorcycling culture at large.*» Даже при наличии в языке перевода аналогичной по стилю и семантике единицы, текст перевода предлагает более специализированный, профессионально-ориентированный термин: «*расточить родной двигатель*» — *to bore the*

factory-installed engine, вместо, к примеру, *original*.

Музейный текст имеет множество других особенностей, которые могут вызывать сложности при переводе, но в рамках данной работы они не рассматриваются, так как их анализ является предметом отдельного исследования.

Как показал анализ, текст экспликации к выставке в музее современного искусства отличается лексическим разнообразием, что можно объяснить узкой специализацией и новизной тематики выставки. Также можно говорить о том, что коммуникативный эффект оригинального и переводного текста различен. Необходимость компромисса в процессе адаптации музейного текста для иноязычной

аудитории неизбежно приводит к тому, что его перевод становится невозможен без лингвокультурологических потерь.

Представители разных культур по-разному воспринимают одни и те же предметы и явления, поэтому переводчик играет роль медиатора между двумя языками и множеством культур для того, чтобы в понятной, пусть и в адаптированной форме, донести необходимую информацию до иностранных посетителей музея, при этом максимально сохранив колорит субкультуры. Можно предположить, что с расширением международной коммуникации и ростом конкуренции среди музейных институций разных профилей интерес к переводу музейных текстов будет возрастать.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ахунов В. М., Казаков Н. П. Динамика посещаемости Государственного Русского музея и возможные меры по ее увеличению // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2014. Т. 6, № 1. С. 38–44.
2. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. М.: Библиотека лингвиста, 2012. 406 с.
3. «Горел асфальт» // Эрарта: официальный сайт музея современного искусства. URL: <https://www.erarta.com/ru/calendar/exhibitions/detail/070823/> (дата обращения: 20.12.2025).
4. Данилова И. И., Прокопенко А. И. Музейная экспозиция как диалог культур: особенности перевода // Томский журнал лингвистических и антропологических исследований. 2017. № 2 (16). С. 56–65.
5. Данилова И. И. Перевод музейных текстов: к вопросу об элиминировании межъязыковых лакун // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2018. № 1. С. 60–68.
6. Иванова О. Е., Лопатин В. В., Нечаева И. В., Чельцова Л. К. Русский орфографический словарь: около 180 000 слов. Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. Москва, 2005. 960 с.
7. Музейная коммуникация: модели, технологии, практики. М., 2010. 199 с.
8. Новожилова А.А. Текст музейной экспозиции: межкультурный и переводческий аспекты // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Филология, педагогика, психология. 2023. №1. С. 40–49.
9. Рябкова И.П., Дерюгина А.А. Искусствоведческий текст как объект перевода (на материале музейных текстов на русском, английском и финском языках) // Многоязычие в образовательном пространстве. 2020. №12. С. 135–141.
10. Сивохо М.И., Шноль К.Э. Перевод ведущих текстов музейной экспозиции: лингвокультурологический аспект (на материалах переводов для Центрального военно-морского музея имени императора Петра Великого) // Филологический аспект: международный научно-практический журнал. 2020. № 09 (65). URL: <https://scipress.ru/philology/articles/perevod-vedushhikh-tekstov-muzejnoj-ekspositsii-lingvokulturologicheskij-aspekt-na-materialakh-perevodov-dlya-tsentralnogo-voenno-morskogo-muzeya-imeni-imperatora-petra-velikogo.html> (дата обращения: 21.11.2025).
11. Фадеева М. Ю. Инклюзивная функция перевода в цифровом пространстве современного музея // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Филология, педагогика, психология. 2022. №2. С. 38–48.

12. Фадеева М.Ю. Многоязычное пространство регионального музея как составная часть брендинга города // Коммуникативные, номинативные и транслатологические аспекты территориального брендинга: монография. Волгоград, 2018. С. 194–201.
13. Юренева Т. Ю. Музееоведение. М.: Академический Проект, 2004. 558 с.
14. Costello John P., et al. ‘Choozing’ the Best Spelling: Consumer Response to Unconventionally Spelled Brand Names // Journal of Marketing. 2023. Vol. 87, № 6. P. 889–905. DOI 10.1177/00222429231162367.
15. Wong Andrew D. Brand Names and Unconventional Spelling // Written Language & Literacy. 2013. Vol. 16, no. 2. P. 115–145. DOI 10.1075/wll.16.2.01won.

REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Ahunov V. M., Kazakov N. P. Dinamika poseshhaemosti Gosudarstvennogo Russkogo muzeja i vozmozhnye mery po ee uvelicheniju // Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina. 2014. T. 6, № 1. S. 38–44.
2. Vlahov S., Florin S. Neperevodimoe v perevode. M.: Biblioteka lingvista, 2012. 406 s.
3. «Gorel asfal't» // Jerarta: oficial'nyj sajt muzeja sovremennoj iskusstva. URL: <https://www.erarta.com/ru/calendar/exhibitions/detail/070823/> (data obrashhenija: 20.12.2025).
4. Danilova I. I., Prokopenko A. I. Muzejnaja jekspozicija kak dialog kul'tur: osobennosti perevoda // Tomskij zhurnal lingvisticheskikh i antropologicheskikh issledovanij. 2017. № 2 (16). S. 56–65.
5. Danilova I. I. Perevod muzejnyh tekstov: k voprosu ob jeliminirovaniu mezh#jazykoyh lakun // Izvestija Juzhnogo federal'nogo universiteta. Filologicheskie nauki. 2018. № 1. S. 60–68.
6. Ivanova O. E., Lopatin V. V., Nechaeva I. V., Chel'cova L. K. Russkij orfograficheskij slovar': okolo 180 000 slov. Rossijskaja akademija nauk. Institut russkogo jazyka im. V. V. Vinogradova. Moskva, 2005. 960 s.
7. Muzejnaja kommunikacija: modeli, tehnologii, praktiki. M., 2010. 199 s.
8. Novozhilova A.A. Tekst muzejnoj jekspoziciji: mezhkul'turnyj i perevodcheskij aspekty // Vestnik Baltijskogo federal'nogo universiteta im. I. Kanta. Ser.: Filologija, pedagogika, psihologija. 2023. №1. S. 40–49.
9. Rjabkova I.P., Derjugina A.A. Iskusstvovedcheskij tekst kak ob#ekt perevoda (na materiale muzejnyh tekstov na russkom, anglijskom i finskom jazykah) // Mnogojazichie v obrazovatel'nom prostranstve. 2020. №12. S. 135–141.
10. Sivoho M.I., Shnol' K.Je. Perevod vedushhih tekstov muzejnoj jekspoziciji: lingvokul'turologicheskij aspekt (na materialah perevodov dlja Central'nogo voenno-morskogo muzeja imeni imperatora Petra Velikogo) // Filologicheskij aspekt: mezhdunarodnyj nauchno-prakticheskij zhurnal. 2020. № 09 (65). URL: <https://scipress.ru/philology/articles/perevod-vedushhikh-tekstov-muzejnoj-ekspozitsii-lingvokulturologicheskij-aspekt-na-materialakh-perevodov-dlya-tsentralnogo-voenno-morskogo-muzeya-imeni-imperatora-petra-velikogo.html> (data obrashhenija: 21.11.2025).
11. Fadeeva M. Ju. Inkluzivnaja funkcija perevoda v cifrovom prostranstve sovremennoj muzeja // Vestnik Baltijskogo federal'nogo universiteta im. I. Kanta. Ser.: Filologija, pedagogika, psihologija. 2022. №2. S. 38–48.
12. Fadeeva M.Ju. Mnogojazichnoe prostranstvo regional'nogo muzeja kak sostavnaja chast' brendinga goroda // Kommunikativnye, nominativnye i translatologicheskie aspekty territorial'nogo brendinga: monografija. Volgograd, 2018. S. 194–201.
13. Jureneva T. Ju. Muzeovedenie. M.: Akademicheskij Proekt, 2004. 558 s.
14. Costello John P., et al. ‘Choozing’ the Best Spelling: Consumer Response to Unconventionally Spelled Brand Names // Journal of Marketing. 2023. Vol. 87, № 6. P. 889–905. DOI 10.1177/00222429231162367.
15. Wong Andrew D. Brand Names and Unconventional Spelling // Written Language & Literacy. 2013. Vol. 16, no. 2. P. 115–145. DOI 10.1075/wll.16.2.01won.

Поступила в редакцию: 25.12.2025.

Принята в печать: 30.01.2026.