

статус купечества формируется лишь к концу XVIII века, что проявляется в последовательном переходе на использование в их отношении трехкомпонентных именовании. По наблюдениям С.Г. Шейдаевой, более половины всех купеческих фамилий, проанализированных ею, «были образованы от личных и профессиональных прозвищ. Это связано с тем, что купцами становились, прежде всего, выходцы из крестьян-ремесленников, в массе своей бесфамильных, но имевших помимо личного имени еще и прозвище» [6, с. 400]. Выходцы из крестьян и ремесленников в основном и пополняли ряды витебских лавочников. Некоторые из них (представители второй и третьей групп) торговали первоначально продуктами и предметами собственного производства, в том числе мясом. Отсюда и формы их именовании, соотносимые с формами именовании крестьян.

#### Литература

1. Белорусские фамилии. – URL: [https://www.wikiwand.com/ru/articles/Белорусские фамилии](https://www.wikiwand.com/ru/articles/Белорусские_фамилии) (дата обращения: 02.04.2025).
2. Витебская энциклопедия. Магдебургское право. – URL: <http://evitebsk.com/wiki/> (дата обращения: 25.03.2025).
3. Витебская энциклопедия. – URL: [http://evitebsk.com/wiki/Заглавная страница](http://evitebsk.com/wiki/Заглавная_страница) (дата обращения: 26.03.2025).
4. Никонов, В.А. Имя и общество / В.А. Никонов. – Москва: Наука. 1974 г. – 278 с.
5. Сапунов, А. Витебская старина. Т. 1 / А. Сапунов. – Витебск, 1883. – 669 с. – URL: <https://www.prlib.ru/item/1091194> (дата обращения: 25.03.2025).
6. Шейдаева, С.Г. Русские купеческие фамилии XVII – XIX вв. / С.Г. Шейдаева // Вестник Удмуртского университета. Серия история и филология. – Т. 28, вып. 3. – 2018.

**М.В. Василькова**

Витебский государственный университет имени П.М. Машерова  
e-mail: [MOV.Vitebsk@rambler.ru](mailto:MOV.Vitebsk@rambler.ru)

УДК 81'25:004.9

### **СПОСОБЫ И ПРИЁМЫ ПЕРЕВОДА ЯЗЫКОВОГО НАПОЛНЕНИЯ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ «ВАСИЛЬКОВЫЙ КРАЙ – LIFE»**

Ключевые слова: *мобильное приложение, способ перевода, прием перевода, безэквивалентная лексика, историко-культурное наследие.*

*В данной статье проведен сопоставительный анализ русскоязычных и англоязычных прецедентных имен с точки зрения переводческих трансформаций на основе текстов мобильного приложения «Васильковский край – Life». Данное приложение было создано в 2021 году и реализуется в настоящее время с целью повышения туристической привлекательности*

*Витебщины. Идея проекта «Васильковский край» заключается в продвижении туристических возможностей витебского региона путем использования мобильного приложения, которое объединяет в себе навигацию по городам и районным центрам области, включая маршруты, виртуальные туры, аудиогиды по различным популярным, эксклюзивным, оригинальным местам и достопримечательностям.*

**M.V. Vasilkova**

Vitebsk State University named after P.M. Masherov

**WAYS AND TECHNIQUES OF TRANSLATING  
THE LANGUAGE CONTENT OF THE MOBILE APPLICATION  
“VASILKOVY REGION – LIFE”**

*Key words: mobile application, ways of translating, techniques of translating, non-equivalent vocabulary, historical and cultural heritage.*

*This article provides a comparative analysis of Russian–language and English-language components from the point of view of translation transformations based on the texts of the mobile application “Vasilkovy region – Life”. This application was created in 2021 and is currently being implemented in order to increase the tourist attractiveness of Vitebsk region. The idea of this project is to promote the tourist opportunities of the Vitebsk region by creating a mobile application that combines navigation through cities and regional centers of the region, including routes, virtual tours, audio guides to various popular, exclusive, original places and attractions.*

Пилотный проект «Васильковский край» был создан с целью эффективного использования уникальных ресурсов витебского региона для повышения туристической привлекательности Витебской области на внутреннем и внешнем рынках. В рамках проекта были проведены работы на территории 12 административно-территориальных единиц Витебской области, включая г. Витебск и другие районы (Браславский, Верхнедвинский, Глубокский, Докшицкий, Лепельский, Миорский, Оршанский, Полоцкий, Поставский, Россонский и Ушачский районы).

Туристическим брендом проекта является QR-код «Васильковский гид», благодаря которому туристы могут получить основные сведения об историко-культурных объектах, посетив их. Более 280 таких кодов было установлено на различных достопримечательностях за время работы проекта.

Для удобства туристов было подготовлено около 200 уникальных маршрутов, туров выходного дня и квест-программ. Информацию о них можно получить в туристических информационных центрах, которые расположены в городах и районах васильковского края. Для обеспечения

комфортных условий путешествий было установлено более 200 указателей направления к интересным местам, информационных туристических карт, щитов и других средств навигации.

Актуальность данного проекта заключается в том, что он позволяет создать условия по популяризации северного региона для различных категорий туристов, используя экологический, природный, культурно-познавательный, военно-исторический, производственный и другой потенциал административно-территориальных единиц области с привлечением объектов, находящихся на этих территориях (туристической инфраструктуры, производства, общественного питания, торговли и др.).

Стоит отметить, что для каждого района проект «Васильковый край» разработал уникальный подход с учетом экологии, истории, культуры, уникальных мест и традиций местного колорита.

В рамках проекта было создано мобильное приложение «Васильковый край – Life», предоставляющее информацию о туристических объектах региона на онлайн-карте районов Витебской области и г. Витебска. Также было проведено брендинг территорий мемориального комплекса «Прорыв», Ушачского музея народной славы им. Героя Советского Союза В. Е. Лобанка, усадьбы-музея В. Быкова в д. Бычки, усадебного дома Гребницких в д. Ореховно и костела святой Вероники в д. Селище с использованием QR-кодов для доступа к информации об исторических объектах.

За своё время существования проект выполнил все поставленные задачи:

1. Формирование и продвижение устойчивого имиджа Витебской области на рынке туристических услуг.

2. Разработка конкурентоспособного туристического продукта, достойно представляющего Республику Беларусь на международном рынке.

3. Создание мобильного приложения «Васильковый край – Life» с нанесением ключевых туристических объектов на онлайн-карту районов и г. Витебска, входящих в пилотный проект «Васильковый край». Брендинг территорий: нанесение изображения василька (цифрового контента – QR-код «Васильковый гид») на ключевые туристические объекты.

4. Продвижение, расширение информационного пространства туристического проекта «Васильковый край» путем размещения информации о нем в глобальной компьютерной сети Интернет (сайты, социальные сети, другое), презентации на международных туристических выставках, разработки и тиражирования презентационных материалов (буклеты, брошюры и т.д.), изготовление сувенирной продукции.

5. Разработка культурно-познавательных, краеведческих, экологических, производственных и др. туристических маршрутов, туров выходного дня с учетом специфики региона, продолжительности пребывания туристов и возможностей их передвижения.

6. Привлечение субъектов туристической индустрии (хозяев агроэкоусадеб, ремесленников, экскурсоводов, музеев, средств размещения и других субъектов хозяйствования) к реализации своих услуг, товаров в рамках проекта «Васильковский край».

Витебская область обладает огромным потенциалом для развития различных видов туризма, которые занимают заметное место на рынке туристических услуг, как на отечественном, так и на международном уровнях. Зачастую при посещении Витебска возникает ощущение удивительного сочетания домашнего уюта и атмосферы Центральной Европы. Эта духовная разносторонность обусловлена долгой и разнообразной историей города, который принадлежал Великому Княжеству Литовскому и Речи Посполитой, а затем был включен в состав Российской Империи и впоследствии стал частью независимой Беларуси.

Наличие широкого спектра достопримечательностей и исторических мест даёт возможность для максимального вовлечения туризма в популяризацию и использование историко-культурного наследия Витебской области.

Увеличение межъязыковых и межкультурных контактов в индустрии туризма увеличило важность перевода языковых ресурсов, которые придают ценность туристическим объектам для людей из других культур. Основные концепты национально-культурной сферы туризма выражены через реалии, которые играют важную роль в формировании национального образа. В переводе лексики с национально-культурным содержанием часто используются такие приемы перевода, как транскрипция, транслитерация и калькирование.

Проиллюстрируем данные приемы перевода на конкретных предложениях, взятых из мобильного приложения «Васильковский край – Life»:

Николай Смык – Nikolai Smyk; Рынковая площадь – Rynkovaya Square; Иосиф Фонтана – Joseph Fontana; Витебск – Vitebsk; Беларусь – Belarus; Алексей II – Alexy II; Марк Шагал – Marc Chagall; романтизм – Romanticism; Сергей Сотников – Sergei Sotnikov; Лазарь Гинзбург – Lazar Ginzburg; Духовской круглик – Dukhovskoy Kruglik; Лялька – Lyalka; Славянский базар – Slavyansky Bazar.

Напомним, что транскрипция и транслитерация используются для перевода слов с использованием букв алфавита языка перевода. Транскрипция отображает звуковую форму иноязычных слов, в то время как транслитерация передает их графическую форму.

Ещё одним приёмом, которым мы воспользовались, переводя туристические тексты, является калькирование. Суть данного приёма заключается в том, что лексическая единица переводится буквально, сохраняя семантику, но не национальный колорит. Калька может быть широко использована, но при этом сохранять «чуждость» для культуры, на язык которой она переводится. Примеры из туристических текстов:

В самом Варваринском костеле установлен орган. – An organ was installed in the Varvarinsky Church.

Летний амфитеатр – главная сценическая площадка Международного фестиваля искусств «Славянский базар в Витебске». – The Summer Amphitheatre is the main stage of the International Arts Festival «Slavyansky Bazar in Vitebsk».

Скульптура находится рядом с Белорусским театром «Лялька» на улице Пушкина. – The sculpture is located next to the Belarusian theatre «Lyalka» in Pushkin Street.

Каменный Успенский храм был построен в 1743–1785 гг. монахами базилианского ордена. – The stone Church of the Assumption was built in 1743–1785 by monks of the Basilian order.

Церковь входила в ансамбль Ратушной (Рынкковой) площади. – The church was part of the ensemble of the Town Hall (Rynkovaya) Square.

У собора возвышается крест Святой Евфросинии Полоцкой, небесной покровительницы Беларуси. – There is a cross of Saint Euphrosyne of Polotsk, the heavenly patroness of Belarus near the cathedral.

Дом стоит на улице Покровская и построен отцом художника в начале 1900-х годов. – There is a house that was built by the artist's father in the early 1900s in Pokrovskaya Street.

Костел Святой Варвары был перестроен в 1884 году по проекту городского архитектора Виктора Юноши-Пиотровского в стиле неоготики. – The Church of Saint Barbara was rebuilt in 1884 according to the project of the city architect Viktor Yunosha-Piotrovsky in the Neo-Gothic style.

Также при переводе туристических текстов мы неоднократно использовали различные грамматические замены. Рассмотрим следующие примеры:

Средства на строительство выделил витебский купец Николай Смык. The funds for the construction were allocated by Vitebsk merchant Nikolai Smyk.

Как можно заметить, в исходном предложении подлежащее «витебский купец Николай Смык» выполняет действие «выделил средства на строительство». В переведённом предложении «средства на строительство» становятся объектом – подлежащим, а действие переходит в пассивную форму: «были выделены».

Грамматическая замена произошла при переходе от активного залога к пассивному, что является распространённой практикой в английском языке. По такому же принципу были переведены следующие предложения:

Строители отреставрировали Благовещенскую церковь спустя два года – The Annunciation Church was restored by the builders two years later.

После революции губернатор закрыл костёл. – After the revolution the church was closed by the governor.

Множество туристов и местных посещали памятник князю Ольгерду, оставаясь под глубоким впечатлением. – The monument to the Great Duke Algirdas was visited by many of tourists and local people, leaving a deep impression.

В 1940-х военные взорвали мост и его пришлось строить заново. – In the 1940s the bridge was blown up by the military and it had to be rebuilt.

Летом 1998 года рабочие снесли заводскую коробку, в этом же году началось восстановление храма, завершённое в 2011 году. – The factory box was demolished by the workers in the summer of 1998, then began the restoration of the temple, completed in 2011.

Волонтеры восстановили мост в 1967 году. – This bridge was recovered in 1967 by some volunteers.

Скульптор Александр Гвоздиков сотворил памятник в 2011 году, однако его открытие в г.Витебске было на год позже. – This monument was created by sculptor Alexander Gvozdkov in 2011, but its opening in Vitebsk was a year later.

При переводе текстов из мобильного положения нами было использовано опущение. Данный вид лексико-семантической трансформации может использоваться для упрощения и сокращения информации с целью более лаконичного и понятного представления для аудитории. Это может быть особенно полезно при создании кратких описаний достопримечательностей, местных традиций или исторических фактов, чтобы сделать информацию более доступной для туристов, не перегружая их излишними деталями. Приведём примеры опущения:

Бронзовая статуя высотой 1,8 метра изображает сказочного джинна, держащего в ладонях человека с верблюдом. – The tall bronze statue depicts a fabulous genie holding a man with a camel in his palms.

Воскресенская церковь была построена в 1772 году в традициях «виленского» барокко по проекту архитектора Иосифа Фонтана. – The Resurrection Church was built in 1772 in the traditions of the Vilna Baroque by the architect Joseph Fontana.

Прежде на этом месте располагался каменный, меньший по размерам храм, существовавший с конца XVIII века. – Previously, there was a smaller stone church on this site, which had existed since the end of the XVIII century.

Также стоит отметить, что из-за специфики содержания туристических текстов, мы не использовали генерализацию и конкретизацию, как виды переводческих трансформаций. Это связано с тем, что туристические тексты часто содержат уникальные описания и детали, которые могут требовать более точного и конкретного перевода для передачи аутентичного опыта и информации туристам.

В некоторых случаях мы использовали описательный метод перевода. Этот подход применялся, когда в оригинале встречалась реальия, которая

могла быть неизвестна неосведомленному человеку. Ниже приведены примеры использования описательного перевода:

Дворец губернатора в Витебске считается памятником архитектуры в стиле ампира. – The Governor's Palace in Vitebsk is considered an architectural monument in the style of imitation of ancient buildings.

В него входят 14 курганов, один из которых достигает 70 метров в длину и считается самым длинным в Витебском районе. – It includes 14 mounds of earth and stones, one of which reaches 70 meters in length and is considered the longest in the Vitebsk region.

Однако, известно, что княгиня Ольга умерла в 969 году, поэтому в 974 году город основать не могла. – However, it is known that Great Princess Olga died in 969, so she could not found the city in 974.

В 947 году княгиня Ольга могла побывать в Витебске, устанавливая погосты. – Great Princess Olga could visit Vitebsk, establishing tribute collection centres in 947

В частности, воевода назначался только с одобрения местной витебской знати. – In particular, the military-leader was appointed only with the approval of the local Vitebsk nobility.

Исследование способов представления характеристик туристического дискурса на основе текстов из мобильного приложения «Васильковский край – Life» показало, что данный тип текста характеризуется многослойностью и содержит словесные отсылки к реалиям, аллюзиям и ценностям культуры оригинала, отражая при этом исторические события и менталитет членов лингвокультурного сообщества. При переводе возникает определенное недопонимание, которое может быть исправлено с помощью разъяснений, вставок и изменений, внесенных переводчиком. В оригинальном тексте могут встречаться мировоззренческие установки, вызывающие у получателя ассоциации, не предусмотренные переводчиком. Для успешного перевода переводчик должен обладать свободным владением культурой и языком исходного и целевого текстов. Эта задача усложняется тем, что туристический дискурс включает в себя элементы других дискурсов, что доказывает его интертекстуальность. Анализ стратегий перевода туристического текста позволил выявить успешные методы трансформации, такие как транскрипция, калькирование, обобщение, а также описательный перевод и грамматическую замену.

Необходимо отметить, что понимание национальной культуры включает не только знание лексики, но и учет социокультурных изменений, которые прежде всего отражаются в лексике языка. Таким образом мы можем отметить важность анализа лексики с национально-культурным содержанием, особенно в туристических текстах, для правильного выбора переводческих решений.