

Секция «Теория, история и методология перевода»

Язык туризма на примере особенностей перевода туристических путеводителей

Бородычева Ирина Сергеевна

Соискатель

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Высшая школа
перевода (факультет), Москва, Россия*

E-mail: Borodychevais@gmail.com

Сегодня туризм является важной составляющей экономики любой страны. Рост туристической отрасли способствует активизации сферы обслуживания, развитию образования, воссозданию народных промыслов и т. д. Таким образом, культурное наследие становится одним из ресурсов социального и экономического развития территории. Несмотря на богатство памятников истории и культуры и несмотря на очевидные экономические выгоды, туризм в России еще только развивается, очень многие объекты оставлены без внимания.

Туризм изучался с различных точек зрения – историками, социологами, экономистами. За последние десятилетия туризм начали рассматривать и как социолингвистическое явление, появились термины "язык туризма" и "туристский дискурс". Некоторые исследования рассматривают туризм как форму коммуникации, без которой сам туризм не смог бы существовать. Язык туризма рассматривается и как язык социального контроля, формирующий представления туристов о стране или объекте и близкий к языку рекламы. [9, 10]

Целенаправленное изучение особенностей языка туризма может быть не только полезно для работы специалистов, непосредственно задействованных в этой сфере, но и способствовать развитию туристической отрасли в целом.

Туристические путеводители являются одним из наиболее ярких примеров использования "языка туризма".

Несмотря на наличие разнообразных возможностей найти информацию о другой стране и спланировать путешествие, путеводители сохраняют свою значимость и продолжают считаться наиболее надежными источниками информации – по нескольким причинам. Как правило, путеводители, посвященные той или иной стране, строятся по принципу справочников [6], они представляют сжатую информацию о многих достопримечательностях, сконцентрированную в одном издании. Несмотря на распространенность современных технологий, поиск информации о достопримечательностях в Интернете может оказаться затруднительным. Кроме того, русскоязычные сайты далеко не всегда содержат информацию в полном объеме.

Анализ ассортимента книжных магазинов показывает, что при значительном росте количества книг российских авторов за последние два года, переводные путеводители занимают значительную часть рынка литературы для туристов, до 50%, а по ряду стран или направлений путеводители существуют только в переводе. Наиболее широко представлены зарубежные серии путеводителей Dorling Kindersley, Polyglott, Путеводители Томаса Кука, National Geographic (три из четырех серий переводятся с английского языка) [11, 12, 13].

С точки зрения перевода можно выделить ряд особенностей текста путеводителей.

Даже достаточно краткие путеводители, посвященные той или иной стране, содержат большой объем информации из самых разных областей – культуры, истории, архитектуры, искусствоведения. В более подробных путеводителях встречаются характерные географические и геологические термины (например, описание строения вулканических островов), терминология из области ботаники и зоологии (при описании видов животных и растений) и т. д. Отдельную сложность представляет перевод географических названий, названий достопримечательностей, праздников и кулинарных блюд, находящихся вдалеке от популярных туристических маршрутов.

Путеводитель имеет явно выраженную специфику структуры, содержания, лексики и оформления, содержит креолизованный текст и обладает признаками гипертекста, что необходимо учитывать при переводе [1, 2, 3, 4, 5, 7].

Сегодня переводные путеводители занимают значительную часть рынка литературы для туристов, при этом преобладают книги, переведенные с английского языка, с определенной спецификой структуры и лексики. Рост числа книг российских авторов отмечен только в последние два года, и многие из подобных путеводителей копируют зарубежную структуру и содержание.

Литература

1. Бразилия. -М., 2008. -464 с.: с илл. (Путеводители Дорлинг Киндерсли)
2. Инман Н., Виллануэва К. Мадрид: Путеводитель. – М, 2008 (Путеводители Томаса Кука)
3. Ирландия. –М., 2007. –416 с.: с илл. –(Путеводители Дорлинг Киндерсли)
4. Испания и Андорра: Путеводитель. – М., 2010 (Полиглот)
5. Португалия. –М, 2005. –480 с.: с илл. –(Путеводители Дорлинг Киндерсли)
6. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Основные виды. Минск, 2003
7. Уиттингем Дж. Валенсия: Путеводитель. М., 2009 (Город в фокусе)
8. Back Roads. Spain. – London, 2010 (Dorling Kindersley)
9. Dann, G. The Language of Tourism. A Sociolinguistic Perspective. Wallingford: Cab International. 1996
10. Jaworksi, A., Thurlow, C. Tourism Discourse. Language and Global Mobility. NY: Palgrave Macmillan. 2010
11. <http://www.biblio-globus.ru/results.aspx>
12. <http://www.mdk-arbat.ru>
13. <http://www.moscowbooks.ru>