

## Секция 8

# ДИСКУРС И ДИСКУРС-АНАЛИЗ: СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ

---

### СПЕЦИФИКА МЕТАФОРИЗАЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ И ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА

*К.В.Гайдук (Минск, МГЛУ)*

Исследование посвящено изучению метафоризации в англоязычном туристическом дискурсе и основано на материале интернет-сайтов туроператоров. Определены основные характеристики туристического дискурса как подвида рекламного дискурса, раскрывается суть его функции аттракции. Также выявлена специфика метафор в текстах туроператоров и рассмотрены переводческие трансформации, применяемые при их переводе. Автором предложена собственная классификация метафор, включающая в себя восемь тематических групп: путешествие и открытие, природа и окружающая среда, памятники и история, райский уголок и отдых, путеводители и навигация, города и архитектура, гастрономия и чувственное восприятие. Кроме того, представлены результаты анализа употребления метафор из каждой тематической группы.

Ключевые слова: туристический дискурс; метафоризация; функция аттракции; тематические группы метафор; переводческие трансформации

### SPECIFICS OF METAPHORISATION IN ENGLISH-LANGUAGE TOURIST DISCOURSE AND PECULIARITIES OF TRANSLATION

*K.V.Gaiduk (Minsk, MSLU)*

The research is devoted to the study of metaphorisation in English-language tourist discourse. It is based on the tour operators' websites texts. The main characteristics of tourist discourse as subgenre of advertising discourse are defined, the essence of its attraction function is revealed. Also, the specifics of metaphors in the texts of tour operators is revealed. Translation transformations applied in the research are considered. The author introduces her own classification of metaphors, including eight thematic groups: travel and discovery, nature and environment, monuments and history, paradise and recreation, guides and navigation, cities and architecture, gastronomy and sensual perception. The paper also presents the results of the analysis concerning the use of metaphors from each thematic group.

Key words: tourist discourse; metaphorisation; attraction function; thematic groups of metaphors; translation transformations

В современном мире туризм является одной из самых быстро развивающихся отраслей экономики. *Актуальность* исследования обусловлена увеличением числа туроператоров, туристических компаний и предложений, охватывающих все большее количество стран по всему миру. Англоязычный туристический дискурс имеет свою специфику, связанную с использованием различных языковых средств, в том числе метафор – с целью создания позитивного имиджа и привлечения новых клиентов [1, с. 618].

*Метафора* – это оборот речи, построенный на употреблении слов и выражений в переносном смысле на основе скрытого сравнения, придающий тексту образность и не усложняющий его структуру [2, с. 176].

*Объектом* исследования является туристический дискурс как подвид рекламного дискурса. *Предмет* исследования – англоязычные метафоры в текстах туристического дискурса. *Цель* исследования – выявление и описание специфики метафоризации, характерной для англоязычного туристического дискурса, а также особенностей перевода метафор. Перед нами были поставлены следующие *задачи*: определение понятия метафоры; описание специфики туристического дискурса; рассмотрение тематических групп метафор; изучение возможных проблем и особенностей перевода метафор в туристическом дискурсе.

*Материалом* исследования послужили шесть сайтов туроператоров на английском языке. Всего было отобрано сто примеров метафоризации. По результатам исследования нами была разработана классификация, включающая в себя восемь тематических групп метафор:

1. Путешествие и открытие

*All of this makes it a rewarding experience to go walking in Greece. – Греция имеет богатую и разнообразную флору, особенно гора Олимп и Пиндосская вершина Смоликас. Все это делает прогулки по Греции полезным занятием.* (смысловая модуляция)

2. Природа и окружающая среда

*Our King Ludwig's Way walking holiday takes in two of Bavaria's most scenic lakes and through charming villages. – Наш пешеходный маршрут "Путь короля Людвига" проходит по двум самым живописным озерам Баварии и через очаровательные деревушки.* (калькирование)

3. Памятники и история

*Get to know Edinburgh's hidden history on the Secrets of the Royal Mile walking tour. – Познакомьтесь со скрытой историей Эдинбурга во время пешеходной экскурсии «Секреты Королевской мили»* (калькирование)

4. Райский уголок и отдых

*The islands of Hawaii are a Polynesian paradise of dramatic volcanoes, tropical rainforest, beautiful beaches. – Острова Гавайи – это полинезийский рай впечатляющих вулканов, влажных тропических лесов, прекрасных пляжей.* (калькирование)

5. Путеводители и навигация

*Tour guides are the compasses that help us navigate new and unfamiliar territory. – Гиды – это компасы, которые помогают нам ориентироваться на новой и незнакомой территории.* (калькирование)

6. Города и архитектура

*Rotterdam is known for its ambitious modern architecture. – Роттердам известен своей амбициозной современной архитектурой.* (калькирование)

### 7. Гастрономия

*Immerse yourself in a **world of culinary traditions** and enjoy unique dishes that can only be found in certain territories. – Погрузитесь в **мир кулинарных традиций** и насладитесь уникальными блюдами, которые можно найти только на определенных территориях.* (калькирование)

### 8. Чувственное восприятие

*The Edinburgh Military Tattoo Festival will shock your senses and **send a jolt through your soul** with its lively bagpipes. – Эдинбургский военный фестиваль "Тату" потрясет ваши чувства и **пронзит душу** звучанием волынок.* (смысловая модуляция)

Анализ примеров показал, что наиболее часто используются метафоры, связанные с природой и окружающей средой (30 %), путешествиями и открытиями (17%) а также городами и архитектурой (15%). Путеводители и навигация – тематическая группа с наименьшей частотностью использования в текстах на сайтах туроператоров (всего 3%). Наиболее распространенными переводческими трансформациями, применяемыми при переводе метафор стали калькирование, смысловая модуляция, добавление и описательный перевод.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Михайлова, Л.М. Основы туристического дискурса в современном английском языке / Л. М. Михайлова // Гуманитарные и социальные науки. – Ростов-н/Д: СКНЦ ВШ ЮФУ, 2014. – № 2. – С. 618-620.
2. Розенталь, Д.Э., Теленкова, М.А. Словарь справочник лингвистических терминов. Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Просвещение. – 399 с.