

ТРЕБОВАНИЯ К ПЕРЕВОДУ ТЕКСТОВ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

Одной из перспективных отраслей экономики Республики Беларусь является туризм, который в последнее время быстро развивается и выходит на международный уровень. Закон Республики Беларусь «О туризме», принятый в 1999 году (в редакции Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 № 139-3), а также дополнения и изменения к нему составляют нормативно-правовую базу туристической деятельности на территории страны. Необходимо также отметить, что единая государственная политика в области туризма регулируется и определяется Президентом Республики Беларусь. Особое внимание к указанной отрасли подчеркивает ее значимость для развития национальной экономики.

В стране рассматривается два основных вида туризма: международный (въездной и выездной) и внутренний, которые определяются следующим образом:

1) международный выездной туризм – это туристическое путешествие граждан Республики Беларусь, а также иностранных граждан и лиц без гражданства, постоянно проживающих в Беларуси, за пределы территории Республики Беларусь;

2) международный въездной туризм – это туристическое путешествие иностранных граждан и лиц без гражданства, за исключением постоянно проживающих в Республике Беларусь, в пределах территории Республики Беларусь;

3) внутренний туризм – это туристическое путешествие граждан Республики Беларусь, а также иностранных граждан и лиц без гражданства, постоянно проживающих в Республике Беларусь, в пределах территории Республики Беларусь.

Развитие международного и внутреннего туризма предполагает достижение многочисленных целей, среди которых выделим следующие: 1) формирование представления о Республике Беларусь как о стране, привлекательной для туристов, экскурсантов; 2) развитие международных контактов [2].

Реализации поставленных целей служат разные отрасли внутреннего и международного въездного туризма: культурно-исторический, экологический, деловой, промышленный, спортивный, курортно-оздоровительный, этнический, образовательный, религиозный и т.д. Все отрасли представлены в Республике Беларусь и стремятся расширить свой потенциал за счет привлечения зарубежных туристов при помощи маркетинговых решений, предлагаемых государственными органами и туристическими агентствами. В стране существуют благоприятные факторы для развития туризма:

1) выгодное географическое положение республики, наличие европейских транспортных автомагистралей, проходящих через ее территорию;

2) большое количество исторических, культурных и архитектурных памятников и сохранность естественных и уникальных природных ландшафтов;

3) развитие учреждений здравоохранения, торгово-развлекательных комплексов, а также проведение мероприятий европейского и мирового уровня (например, чемпионаты мира по разным видам спорта, Евроигры-2019 и т.п.).

Экотуризм представляет собой одну из последних тенденций развития туристических услуг в Республике Беларусь, чему способствуют не только уникальные природные ресурсы, находящиеся под охраной государства, но также увеличивающееся количество специализированных агроусадьб, создание экотроп на территории национальных парков страны. Отметим, что в рейтинге National Geographic Traveler Awards Республика Беларусь в номинации «Агротуризм» заняла в 2016 году первое место, а в номинации «Оздоровительный отдых» – пятое.

В связи с тем, что глобальным языком общения практически во всех отраслях экономики является английский, в Республике Беларусь в последнее время уделяется больше внимания и придается огромное значение переводу материалов в туристической области на английский язык. Информация на веб-сайтах, в путеводителях, сувенирных фотоальбомах помогает реализовать одну из главных целей развития туризма в стране, т.е. сформировать положительный имидж республики для иностранных туристов. Перевод туристических текстов является актуальной сферой практической деятельности специалистов со знанием английского языка, прежде всего, переводчиков, которые формируют лингвистическое сопровождение туристической отрасли, включая устный (последовательный, синхронный, нашептывание) перевод; сопровождение групп туристов во время экскурсий (культурно-исторический, промышленный туризм), подготовку информационных материалов для туристов (буклеты, брошюры, путеводители, аудиоэкскурсии и т.п.), оформление документов и билетов на английском языке и т.д.

Многие путеводители имеют вид справочника и содержат страноведческую, культурологическую, практическую и рекламную информацию. При переводе таких справочников возникают трудности, которые должен преодолеть переводчик, обеспечивая высокое качество перевода, так как

указанные материалы позволяют создать имидж страны. Для выполнения высококачественного перевода многие специалисты разрабатывают собственные стратегии перевода, которые включают специальные переводческие приемы, техники, трансформации, работу с информационно-справочными источниками и электронными ресурсами.

Важность правильного, т.е. адекватного (с прагматической точки зрения) и эквивалентного (с лингвистической точки зрения), перевода подтверждается многочисленными комментариями иностранных туристов, которые не всегда понимают, куда их приглашают и что им предлагают. Описание страны, которое возникает в блогах, социальных сетях и отдельных статьях газет и журналов, подтверждает, что не все материалы переводятся корректно. Безусловно, можно сразу сказать, что в Республике Беларусь не разработан страноведческий словарь, как это сделано во многих англоязычных странах. Статус двух языков (белорусского и русского) в качестве официальных тоже вносит неразбериху в работу переводчика: переводить с русского языка на английский или использовать белорусский эквивалент, например, культурной реалии в русском тексте, переводя его на английский язык. Такая ситуация приводит к смешиванию систем практической транскрипции, применяемых чаще всего при переводе имен собственных. Транскрипция и транслитерация, заявляемые как самые распространенные способы передачи имен собственных, уступают методу практической транскрипции, появление которого обусловлено тем, что в европейских и в русском языках существуют значительные расхождения между написанием и произношением слов. Данный метод ориентирован на передачу звучания имени собственного, но допускает отклонения и от строго фонетического, и от фонологического принципов, включая в себя элементы транслитерации.

Рассмотрим примеры перевода терминов и названий, которые вызывают трудности у гидов-переводчиков, т.е. «физических лиц, имеющих соответствующую квалификацию для проведения экскурсий на иностранном языке», и переводчиков [2].

Начнем с перевода термина *агрэкоатуризм*, т.е. *аграрный* и *экологический туризм*. Переводческое соответствие подобрать не сложно, потому что заимствованы все слова и компоненты слов в русский язык, что предполагает эквивалентный перевод *agroecotourism (agrarian and ecological tourism)*. Но при разработке стратегии перевода рекомендуется учитывать разные факторы, в том числе целевую аудиторию, когда получатели информации могут не понять, почему их направляют в «аграрный» или «экологический» сектор. Переводчик, пользуясь когнитивной моделью перевода, обязан учесть все факторы, влияющие на правильное восприятие термина, что собственно и предполагает перевод высокого качества. Специалист, который переводит указанный термин, имеющий/получающий высшее лингвистическое образование, может провести контент-анализ, сопоставительный и компонентный анализ, чтобы определить, как лучше передать содержание указанного термина. Предлагаем рассмотреть значение слов *agrarian* ‘аграрный’ и *ecological* ‘экологический’ в русском и английском языках.

В английском языке определение слова *agrarian* звучит следующим образом: ‘of or relating to fields or lands or their tenure’, ‘of, relating to, or characteristic of farmers or their way of life’, ‘organized or designed to promote agricultural interests’. Практически во всех определениях словаря Merriam-Webster предлагаются семантические поля, синонимичные слову *agricultural* [7]. Толковый словарь русского языка С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой предлагает следующее определение: ‘земельный, относящийся к землепользованию’ [3]. В словаре синонимов русского языка обозначены следующие слова: *земельный, земледельческий, сельскохозяйственный, сельский* [1]. Именно последний вариант из синонимического ряда подсказывает нам, что туристам не предлагается заниматься сельским хозяйством или земледелием. Агротуризм предполагает отдых в сельской местности, что на английский язык можно перевести как *rural tourism*. Экологический туризм в англоязычных тезаурусах определяется как ‘the practice of touring natural habitats in a manner meant to minimize ecological impact’ [6] или ‘tourism to places having unspoiled natural resources’, ‘tourism that is designed to contribute to the protection of the environment or at least minimize damage to it, often involving travel to areas of natural interest in developing countries or participation in environmental projects’ [8]. В Законе Республики Беларусь «О туризме» в статье 1 экологический туризм определяется как «путешествия, совершаемые с целью экологического воспитания и образования туристов» [2]. Необходимо отметить, что слово *ecology* и его дериваты в настоящее время стараются использовать в английском языке для обозначения связи с наукой по изучению окружающей среды и климата, а при описании привычных русскоязычному читателю/слушателю понятий *экологическая проблема, экологическая политика* и т.п. часто используется эквивалент *environmental* (например, *environmental problems, environmental policy*). В последнее время особой популярностью пользуется слово *green* ‘relating to or being an environmentalist political movement’, ‘concerned with or supporting environmentalism’, ‘tending to preserve environmental quality (as by being recyclable, biodegradable, or nonpolluting)’ [6]. Достаточно упомянуть русскоязычный термин *экологизация*, который можно перевести как *ecologization*, но во всех документах международных организаций предлагается перевод *greening*.

Принимая во внимание анализ определений терминов, а также особенности их употребления в той или иной сфере, переводчик может разработать стратегию транскодирования, направленную на получателя информации, который должен понимать, что ему предлагается. Одним из инвариантов перевода термина *агротуризм* будет *rural and green tourism*, который не соотносит туры и экскурсии с экологией как наукой или с сельским хозяйством.

В агроэкотуризме в Республике Беларусь часто рекламируются агрогородки, агроусадьбы и т.п. В публикациях можно увидеть множество вариантов перевода, потому что сами слова *усадьба, городок* имеют разные значения, а также представляются носителями разных культур несимметрично.

Электронный словарь Multitran предлагает нам следующие варианты перевода слова *усадьба*: *barton, farmstead, homestead, villa, country estate, manor house, mansion* и др. [7]. Анализируя определения указанных слов, можно сделать вывод о том, что самые распространенные инварианты перевода (*farmstead, estate, mansion*) являются корректными, но, к сожалению, не все переводчики знают, информацию о какой агроусадьбе они переводят. Например, если усадьба выполнена в стиле жилых и парковых построек, которые были характерны для зажиточных граждан (помещиков), можно использовать и *manor*, и *estate*. Но если речь идет о сельском доме с садово-огородным хозяйством, животноводческой фермой и т.п., то переводчик в своей стратегии должен прибегнуть к более близкому по значению инварианту *farmstead*. Рассмотрим несколько примеров с популярного веб-сайта Booking.com [5].

На данном веб-сайте предлагается отдых в агроусадьбах, которые на английском языке представлены следующим образом: *Stary Mlyn* («Старый млын»), *House Lesnoy* («Лесной дом»), *Agrousadba "Bulbashik"* (агроусадьба «Бульбашик»), *Agrousad'ba "U Mariny"* (агроусадьба «У Марины») и др. Как видим, интегрированная система машинного перевода, которая предлагается на веб-сайте, не соответствует критериям качественного перевода. Многие переводчики стремятся перевести названия мест или баз отдыха как бренд, применяя транслитерацию или реже практическую транскрипцию. Стратегия перевода должна быть ориентирована на правильное восприятие иностранными туристами того или иного наименования. В названии «Лесной дом» четко прослеживается функциональное предназначение и описание данного места отдыха: домик в лесу, где туристы могут отдохнуть на природе. Инвариант *Lesnoy* при транслитерации с русского языка не передает ничего для иностранного туриста, кроме набора букв, в отличие от инварианта «*Forest house*», который сразу дает представление о том, куда вы направляетесь, и помогает спланировать свой отдых. Вышеприведенный вариант «*U Mariny*» может также вызвать проблему у иностранцев, например, когда они попытаются произнести это название. Даже если переводчик воспользуется правилом транслитерации и напишет «*U Mariny*», это вряд ли поможет иностранному туристу догадаться об имени собственном в названии усадьбы. Зная, что в англоязычных странах названия ресторанов, кафе, мест отдыха могут быть образованы при помощи генетивного (притяжательного) падежа (например, «*Macy's*», «*Roger's*» и т.п.), переводчик может воспользоваться методом морфологической модификации и предложить вариант «*Marina's Country house*».

Использование белорусского языка в названиях и перенос таких названий в русский язык предполагает своеобразную языковую функциональную экспансию, когда мы применяем правила правописания белорусского языка в русском языке, нарушая нормы литературного русского языка. Такие проблемы часто наблюдаются при передаче имен собственных, написанных при помощи практической транскрипции в паспортах иностранных граждан,

на русский язык, например, *Ashyn Bekmambetov* на русский язык переводится как *Ашын Бекмамбетов* (имя и фамилия вымышленные), что противоречит нормам орфографии русского языка и требует внесения изменений в написание имени.

Полагаем, что при описании туристических зон возникает меньше трудностей, но многое зависит от вида туризма. К примеру, в промышленном, спортивном и оздоровительном туризме переводчик будет прибегать к терминам и профессиональной лексике, используемой в той или иной области. Отдельно выделим перевод слова *санаторий*, которое часто используется в сфере оздоровительно-курортного лечения. Словарь Merriam-Webster предлагает несколько значений, среди которых мы выделим следующие: 1) 'an establishment that provides therapy typically involving specific regimens (such as special diet, fresh air, or daily exercise) for treatment or rehabilitation', 2) 'a facility treating individuals with mental or emotional disorders', 3) 'an institution for rest and recuperation' [6]. Не вызывает сомнений, что слово *санаторий* в значении 'лечебно-профилактическое учреждение для лечения преимущественно природными (климат, минеральные воды, грязи) и физиотерапевтическими средствами, диетой и режимом' [4] употребляется и в английском языке, но, принимая во внимание одно из значений английского слова, которое отсутствует в списке определений русского аналога, а именно 'психиатрическая больница', предполагаем, что можно порекомендовать переводчикам использовать инвариант, связанный с семантическим полем «Оздоровительно-курортное лечение», т.е. прибегнуть к слову *курортное учреждение – resort*, чтобы не было сомнения, что иностранный турист отправляется в лечебно-профилактическое учреждение – *санаторий «Альфа Радон»* [5], а не в психиатрическую клинику, в названии которой звучат физические и химические термины.

Стратегия перевода туристической информации во многом определяет привлекательность предлагаемых мест для лечения и отдыха. В соответствии с нормативно-правовой документацией такая информация является способом создания положительного имиджа страны среди иностранных посетителей, что означает, что любой переводчик, который начинает работать с туристическими материалами, берет на себя ответственность не только за перевод, но и за правильное представление культуры, истории, традиций Республики Беларусь за рубежом.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бабенко, Л.* Словарь-тезаурус синонимов русского языка / Л. Бабенко, Ю. Казарин. – М. : АСТ-Пресс, 2017. – 448 с.
2. О туризме : Закон Респ. Беларусь от 25 ноября 1999 г. № 326-З (в ред. Законов Республики Беларусь 09.01.2007 № 206-З, от 16.06.2010 № 139-З, от 22.12.2011 № 326-З, от 18.07.2016 № 410-З) // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – Минск, 2016. – 13 с.

3. *Ожегов, С. И.* Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : АСТ, 2013. – 1360 с.
4. *Прохоров, А. М.* Большой энциклопедический словарь / А. М. Прохоров. – М. : Норинт, 2004. – 1456 с.
5. Booking website [Electronic resource]. – Mode of access: www.booking.com/belarus. – Date of access: 29.06.2020.
6. Merriam-Webster Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: www.merriam-webster.com/dictionary/. – Date of access: 29.06.2020.
7. Multitran [Electronic resource]. – Mode of access: www.multitran.ru. – Date of access: 29.06.2020.
8. Word Reference [Electronic resource]. – Mode of access: www.wordreference.com/definition. – Date of access: 29.06.2020.