УДК 372.881.1

DOI: 10.15593/2224-9389/2019.3.4

Э.Ю. Новикова

Получена: 18.02.2019

Принята: 24.05.2019

Волгоградский государственный университет,
Волгоград, Российская Федерация

Опубликована: 30.09.2019

ПЕРЕВОД ТУРИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ: ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И МЕТОДИКИ

Подготовка переводчиков в быстро меняющихся условиях глобализации и дигитализации нуждается в новых подходах, с одной стороны, в многообразии практико-ориентированного учебного материала – с другой. Одним из уже зарекомендовавших себя подходов можно считать дискурсивный подход в обучении устному и письменному переводу, при котором отправной точкой в построении занятия является коммуникативная ситуация конкретного дискурса. Международный туристический дискурс представляет собой многоформатный феномен, совмещающий множество дискурсивных практик, обладающий разветвленной жанровой системой и богатой текстовой палитрой. Обращение к туристическому дискурсу как лингвокультурному трансферу представляется логичным в рамках учебного процесса обучения переводу. Данный вид дискурса формируется и успешно развивается благодаря коммуникативным действиям культурного транслятора – переводчика, который в данном виде институциональной коммуникации выступает агентом дискурса. Компетенции, стратегии и технология переводчика влияют на качество и функционирование дискурса в целом. Формирование переводческой личности происходит в процессе обучения, поэтому вопросы подготовки переводчика всегда остаются актуальными.

В рамках данной статьи рассматривается специфика указанного типа дискурса с позиций транслятологии и дидактики перевода. Автор обращается к анализу жанровых и текстовых особенностей данного дискурса, а также выделяет наиболее проблемные места в процессе принятия переводческих решений. На фоне прочих дидактических подходов, иллюстрируемых в статье, автор исследования фокусирует внимание на дискурсивном подходе в обучении переводу. Предлагаемый ракурс дидактики перевода в туристическом дискурсе имеет практическую апробацию в виде пособий по переводу, подготовленных автором исследования.

Ключевые слова: перевод, туристический дискурс, дидактика перевода, лингвокультурный трансфер, подготовка переводчиков.

E.Yu. Novikova

Received: 18.02.2019

Accepted: 24.05.2019

Published: 30.09.2019

Volgograd State University,
Volgograd, Russian Federation

TOURISM TEXT TRANSLATION: THEORY, APPROACH, TEACHING METHODS

Training of translators in the rapidly changing conditions of globalization and digitalization requires new approaches and a variety of practice-oriented educational material. One of the already proven approaches is a discursive approach in teaching interpretation and translation, in which the starting point in the construction of the lesson is a communicative situation of a particular discourse. International tourism discourse is a multi-format phenomenon that combines many discursive practices, has an extensive genre system and a rich text palette. The appeal to the tourist discourse as a linguistic and cultural transfer seems logical within the educational process of teaching translation. This type of discourse is formed and successfully

developed thanks to the communicative actions of the cultural translator, who acts as an agent of discourse in this type of institutional communication. The competences, strategies and technology of translators influence the quality and functioning of the discourse as a whole. The formation of a translation personality takes place in the process of learning, so the issues of translator training always remain relevant. This article discusses the specifics of this type of discourse from the standpoint of translatology and translation didactics. The author refers to the analysis of genre and text features of this discourse, as well as highlights the most problematic places in the process of making translation decisions. Against the background of other didactic approaches illustrated in the article, the author focuses on the discursive approach in teaching translation. The proposed perspective of translation didactics in the tourist discourse has a practical approbation in the form of translation manuals prepared by the author of the study.

Keywords: *translation, tourist discourse, translation training, linguo-culture transfer, translation didactics.*

Введение

Современное переводоведение, как и любая другая наука, проявляет тенденцию к интегративности со смежными науками и сферами деятельности. Универсализация образования, глобализация и консолидация переводческого рынка, появление новых дискурсивных практик и коммуникативных форматов способствуют как трансформации профессионального профиля переводчика, так и изменению вектора в преподавании перевода и вместе с тем в подготовке переводчиков.

Появляются новые модели в переводоведении: синергетическая модель перевода Л.В. Кушниной [1], интегративная модель А.М. Поликарпова [2], социопрагматическая модель коммуникативного действия в переводе В.А. Митягиной [3], коммуникативно-функциональный подход В.В. Сдобникова [4], дискурсивно-коммуникативная модель Т.А. Волковой [5], каждая из которых предполагает конгруэнтность переводческого действия и совокупности внешних факторов, влияющих на процесс перевода.

Социо-, лингво- и транскультурная деятельность переводчика убеждает нас в том, что переводчик сосуществует и осуществляет лингвокультурный трансфер в рамках определенного дискурса, и именно дискурсивный контекст формирует его коммуникативные действия, профиль, ролевой портрет. Совершенно очевидно, что, обладая культурными и профессиональными знаниями и умениями, в каждой новой коммуникативной ситуации переводчик использует различный инструментарий и арсенал переводческих технологий, вырабатывает адекватные и релевантные дискурсу стратегии и тактики. Мы поддерживаем тезис Л.В. Кушниной о межкультурной, межъязыковой, междокументальной и межличностной коммуникации в процессе перевода [1, с. 30].

В этом смысле исследовательский интерес представляет анализ зависимости специфики и формата переводческого действия от типа дискурса, что, безусловно, расширяет рамки современного переводоведения и формирует новый – дискурсивный ракурс научного поиска в теории перевода.

Одним из интересных типов институциональной коммуникации в формате транс- и межкультурного взаимодействия, где востребован профессиональный переводчик, представляется международный туристический дис-

курс. Туризм является одним из флагманов экономического и культурного развития и взаимодействия в глобальном мире, от качества услуг, предоставляемых в туристической отрасли, зависят успех и процветание туристического бизнеса, имидж туристических дестинаций, регионов, финансовые инвестиции, трансграничное партнерство. Кроме того, туристический дискурс реализуется на любых современных коммуникативных площадках и в любых форматах, что также детерминирует его анализ с позиций лингвистики, переводоведения, методики и дидактики преподавания.

Международный туристический дискурс как лингвокультурный трансфер

Интерес к изучению дискурсивного пространства туризма проявляют экономисты, социологи, культурологи, филологи, включая переводоведов. Лингвистический ракурс исследований данного феномена встречаем в работах Л.Е. Бахваловой, Л.Ю. Говоруновой, Ф.Л. Косицкой, В.А. Митягиной, Э.Ю. Новиковой, С.А. Погодаевой, Л.П. Тарнаевой, Ю.В. Слезко, Н.В. Филатовой, Л. Цзюань, и др. Принимая во внимание поли- и интердискурсивный характер данного дискурса, где очевидны пересечение, сосуществование и взаимовлияние исторического, краеведческого, спортивного, делового, религиозного, экологического, рекламного, медийного, виртуального и других дискурсов, мы склонны рассматривать его как *«социокультурное коммуникативное пространство, которое способствует взаимообогащению транснациональных форм общечеловеческой культуры, является базисом межкультурной коммуникации»* [6].

Многофактурность международного туристического дискурса проявляется в его богатой жанровой палитре, которая, по нашему мнению, формируется в трех коммуникативных плоскостях, а именно:

- 1) институциональная – внутренняя коммуникация туристических компаний;
- 2) деловая – внешняя коммуникация туристических компаний и бизнеса, интегрированного в туристический дискурс;
- 3) культурная – коммуникация, ориентированная на туриста, осуществляющего путешествие [6].

Каждая из указанных сфер обнаруживает как системообразующие ядерные жанры, так и периферийные, в текстовых репрезентациях которых вербализуется дискурс. К примеру, в институциональной сфере доминирует жанр «беседа», в деловой – «презентация», в культурной – «путеводитель», «экскурсия», «интернет-сайт». Данные коммуникативные центры коррелируют с другими жанрами, влияя на дискурсивно значимые коммуникативные действия, и реализуют многообразие коммуникативных ситуаций с различными объектами перевода и стратегиями переводческого действия.

Очевидно, что международный культурный туризм представляет собой не только экономическую отрасль, но и инструмент познания «своих» и «чужих» культурно-специфических реалий, обогащения культурного знания в целом. Меж- и транскультурная коммуникация в туризме нацелена на создание положительных образов «чужого» региона, при этом значительную роль в формировании такого образа играют перевод как лингвокультурный трансфер и переводчик как межкультурный посредник и агент дискурса. Качество перевода является своего рода мерилем успешности функционирования дискурса, валидности маркетинговых стратегий и тактик в привлечении туристов. На глобальном переводческом рынке в сфере туризма востребованы все виды перевода, и наиболее часто объектами перевода становятся следующие:

- 1) веб-сайты (туроператоров, отелей, авиакомпаний, городов и т.п.);
- 2) маркетингово-рекламная продукция (туркаталоги, буклеты, проспекты, флайеры, брошюры, презентации);
- 3) информационные материалы (пресс-релизы, описания дестинаций, системы бронирования, правила поведения и инструкции для туристов, письма);
- 4) экскурсии (видеоэкскурсии, аудиогиды, обзорные экскурсии);
- 5) техническая / проектная документация;
- 6) аудиовизуальная продукция для СМИ (документальные фильмы, передачи);
- 7) меню и др.

Каждый из перечисленных объектов переводческой деятельности имеет специфические черты и подразумевает выработку определенной стратегии перевода. Так, к примеру, по мнению исследователей А.А. Гуреевой, А.А. Новожиловой и Т.С. Сидорович, грамотные переводы, выполненные с учетом культурно-значимого контекста, непосредственно влияют на популяризацию туристических дестинаций и геобрендинга [7, с. 155].

Стратегию перевода применительно к маркетинговым текстам С.А. Королькова, А.А. Новожилова и А.М. Шейко видят в создании равнозначного по прагматике вторичного текста перевода, для достижения которого исследователи указывают на востребованность таких умений, как «креативность и виртуозное владение идиомами языкового пространства» [8, с. 87].

Если тексты технического содержания переводятся близко к оригиналу, то информационно-рекламные тексты, напротив, обнаруживают тенденцию транскреативного подхода, допускающего значительные отклонения от оригинала.

Важно понимать, что в международном туристическом дискурсе нет единого подхода и единой стратегии перевода, в каждом конкретном жанре и коммуникативной ситуации действуют определенные правила и рекомендации, это касается и перевода терминологии, имен собственных, стилистически-маркированной лексики, целых текстов как единицы перевода.

В связи с этим представляется логичным и оправданным уделять внимание данному дискурсу в процессе подготовки переводчиков. Перейдем к образовательной стороне вопроса.

Обучение переводу в туристическом дискурсе

Прикладной характер обучения в формате двухступенчатого образования позволяет вузам при формировании образовательных программ учитывать как общеглобальные тенденции, так и региональные приоритеты. Поиск новых ориентиров в дидактике релевантен и для подготовки специалистов – переводчиков «нового поколения». При этом вузы, безусловно, руководствуются своими методико-дидактическими традициями и новаторскими подходами. Преподаватели кафедры теории и практики перевода Волгоградского государственного университета, среди которых и автор настоящего исследования, обосновывают коммуникативно-ситуативный подход в организации занятий по письменному и устному переводу, при котором основой переводческого действия выступает коммуникативная ситуация, разыгрываемая на занятии. Данный подход позволяет использовать на занятии аутентичный материал из реальных переводческих заказов. Поддержку данного тезиса встречаем у Е.Ю. Мощанской. Исследователь активно использует на занятиях по устному переводу аутентичные видеозаписи и утверждает, что выработать стратегии перевода и сформировать когнитивные модели различных ситуаций коммуникации можно в процессе анализа видеоматериалов, которые выступают своего рода «информационной опорой» в обучении [9, с. 128].

Принцип организации учебных занятий по переводу, в основе которого лежат реальная коммуникативная ситуация, комбинирование интерактивных форм обучения, аудиторных и выездных занятий, способствует формированию и развитию профессиональных навыков обучающихся максимально эффективно. Инсценировки реальных переводческих ситуаций и/или переводческих заказов, осуществление проектной деятельности обучаемых позволяют глубже понять как основы профессии, так и технологию решения сложных профессиональных задач. Ситуативно-контекстный подход в преподавании перевода практикуют и другие школы перевода, разрабатывая свою типологию переводческих ситуаций. К примеру, Е.Р. Поршнева выделяет три основные группы ситуаций: 1) конференц-перевод; 2) перевод-сопровождение; 3) смешанный тип [10, с. 135].

Мы же, не преуменьшая значимость и логику вышеуказанной типологии, склонны исходить из типологии дискурсов, дидактизируемых на занятиях по переводу, в том числе и рассматриваемый в рамках данной статьи туристический дискурс. Дискурс формирует и определяет характер коммуникации в заданной ситуации, актуализирует коммуникативную природу текста, задает вектор переводческой коммуникативной программы.

Обращение к туристическому дискурсу в процессе подготовки переводчиков было продиктовано повышенным интересом региона к реализации

программ развития туристической привлекательности и вместе с тем наличием переводческих заказов по подготовке многоязычных путеводителей по городу, информационно-туристического портала города, буклетов медицинского туризма, а также широким спросом на оказание переводческого экскурсионного обслуживания. На основе полученного опыта в реализации данных и других переводческих проектов [11, 12] на кафедре были подготовлены и апробированы пособия по переводу текстов туристического дискурса: устный перевод – сопровождение иностранной делегации [13] и письменный перевод туристических текстов (в соавторстве с ведущими преподавателями-переводчиками Института прикладного переводоведения, языкознания и культурологии Гермерсхайм, ун-т Майц, Германия) [14].

В туристических текстах с ярко выраженной культурной спецификой обнаруживаются характерные лингвистические и лингвокультурные особенности:

- 1) наличие общеупотребительной, стилистически маркированной лексики;
- 2) наличие оценочной, экспрессивно-окрашенной информации;
- 3) использование стилистических приемов, тропов и фигур;
- 4) наличие эмоционально-экспрессивного синтаксиса;
- 5) содержание культурологической информации;
- 6) вариативность текстовой логико-композиционной структуры в зависимости от типа текста.

Исходя из вышеизложенного, очевидно, что дидактической целью является обучение переводу текстов с ярко выраженной лингвокультурной спецификой. Ввиду достаточно «легкого» повествования такие тексты с ярко выраженной лингвокультурной составляющей подразумевают креативные решения в переводе, при этом успешность перевода измеряется прагматической адекватностью, при которой сохраняется эстетика текста перевода, а не оригинала. При этом следует отметить, что к наиболее частотным переводческим проблемам следует отнести такие, как

- ◆ имена собственные;
- ◆ реалии;
- ◆ тематические термины;
- ◆ прагматическая адаптация в переводе;
- ◆ трансформации;
- ◆ несовпадение модальности в РЯ и НЯ.

В процессе знакомства и работы с туристическими текстами рассматриваемой категории обучающиеся учатся выполнять различные виды перевода – функциональный перевод, креативный перевод, реферативный/сжатый перевод – и применять необходимую технологию перевода, что позволит усовершенствовать базовые навыки и умения в области перевода. Дидактически оправданным выступает тренинг, направленный на:

- ◆ трансформации;
- ◆ редактирование;

- ◆ информационный поиск;
- ◆ критику/оценивание перевода;
- ◆ порождение текста перевода в соответствии с условиями заказа;
- ◆ улучшение культурной компетенции;
- ◆ улучшение переводческой компетенции.

Выводы

Туристический дискурс как мультидискурсивный феномен представляет широкие дидактические возможности для занятий по переводу в рамках бакалавриата и магистратуры.

Выполненное исследование впервые предлагает фокусное рассмотрение дискурсивно обусловленной коммуникативной программы переводчика как агента дискурса. Туристический дискурс как лингвокультурное явление предлагает переводчику широкие возможности для трансфера концептуально-ценностных особенностей двух различных культур, формирует его умение создавать культурно адекватные тексты в рамках туристического дискурсивного пространства, а также способствует реализации социокультурных доминант в переводе. Дидактическая работа по оптимизации перевода в туристическом дискурсе подтверждает тезис о том, что перевод, обеспечивающий глобализацию, «запрограммирован» на преодоление культурных кодов и требует от переводчика установления стратегий, формируемых на основе дискурсообразующих параметров.

Список литературы

1. Кушнина Л.В. Междискурсивность переводческой деятельности в сфере социально-политических взаимодействий // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. – 2016. – № 2. – С. 26–35.
2. Поликарпов А.М. Интегративное переводоведение: предпосылки возникновения и основные идеи // Вестник Волгоград. гос. ун-та. Сер. 2: Языкознание. – 2017. – Т. 16, № 3. – С. 6–17.
3. Митягина В.А. Социопрагматическое измерение транслатологической парадигмы: коммуникативное действие в переводе // Вестник Волгоград. гос. ун-та. Сер. 2: Языкознание. – 2017. – Т. 16, № 3. – С. 30–40.
4. Sdobnikov V.V. Communicative-Functional Approach in Russian Translation Studies: Where Does It Come From? // Вестник Волгоград. гос. ун-та. Сер. 2: Языкознание. – 2017. – Т. 16, № 3. – С. 71–79.
5. Volkova T.A. Discourse and Communication Translation Model: Designing A Translation Experiment // The European proceedings of social & behavioural sciences. – 2018. – P. 697–702.
6. Новикова Э.Ю. Международный туристический дискурс как лингвокультурный трансфер: монография. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2017. – 332 с.

7. Гуреева А.А., Новожилова А.А., Сидорович Т.С. Перевод текстового контента туристического портала как способ глобализации бренда региона // Вестник Волгоград. гос. ун-та. Сер. 2: Языкознание. – 2017. – Т. 16, № 4. – С. 150–157.
8. Королькова С.А., Новожилова А.А., Шейко А.М. Туристический дискурс: стратегии и проблемы перевода сайтов отелей // Вестник Волгоград. гос. ун-та. Сер. 2: Языкознание. – 2017. – Т. 16, № 3. – С. 80–89. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2017.3.8>
9. Мощанская Е.Ю. Анализ ситуации устного последовательного перевода как первый этап ее моделирования в ходе обучения переводчиков // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. – 2016. – № 3. – С. 117–129.
10. Поршнева Е.Р., Папилова Ю.О. Опыт обучения устному переводу в ситуации межкультурного взаимодействия: ситуативно-контекстный подход // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. – 2018. – № 1. – С. 128–143.
11. Прогулки по Волгограду: путеводитель / авт.-сост.: Э.Ю. Новикова, Т.Ю. Махортова, А.А. Новожилова, В.А. Митягина, Х. Виснер; ред. правка Т.Ю. Махортовой, Х. Виснер, Х.-Й. Бопст. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2017. – 178 с.
12. Волгоградский край – территория путешествий: туристический интернет-портал [Электронный ресурс]. – URL: <https://volgaland.volsu.ru/>.
13. Устный перевод: сопровождение иностранной делегации. Немецкий язык: учеб. пособие / Э.Ю. Новикова, Т.Ю. Махортова, В.А. Митягина, Р.Л. Ковалевский. – 2-е изд., стер. – М.: Р. Валент, 2018. – 232 с.
14. Письменный перевод туристических текстов (немецкий ↔ русский): учеб. пособие = Übersetzen im Bereich Reisen und Tourismus (Deutsch ↔ Russisch) / В.А. Митягина, А. Юбара, А.А. Новожилова, Ш. Вальтер, Э.Ю. Новикова, Н.А. Степанченко, Т.Ю. Махортова. – М.: Р. Валент, 2018. – 184 с.

References

1. Kushnina L.V. Mezhdiskursivnost' perevodcheskoi deiatel'nosti v sfere sotsial'no-politicheskikh vzaimodeistvii [Interdiscursivity of translator's activities in the sphere of socio-politic interactions]. *PNRPU Linguistics and Pedagogy Bulletin*, 2016, no. 2. pp. 26–35.
2. Polikarpov A.M. Integrativnoe perevodovedenie: predposylki vzniknoveniia i osnovnye idei [Integrative translation studies: Origin and main ideas]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Serii 2. Iazykoznanie*, 2017, vol. 16, no. 3, pp. 6–17.
3. Mitiagina V.A. Sotsiopragmaticheskoe izmerenie translatologicheskoi paradigmy: kommunikativnoe deistvie v perevode [Socio-pragmatic measurement of translatology paradigm: communicative action in translation]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Serii 2. Iazykoznanie*, 2017, vol. 16, no. 3, pp. 30–40.
4. Sdobnikov V.V. Communicative-functional approach in Russian translation studies: Where does it come from? *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Serii 2. Iazykoznanie*, 2017, vol. 16, no. 3, pp. 71–79.
5. Volkova T.A. Discourse and communication translation model: Designing a translation experiment. *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*. Ed. I.V. Denisova, 2018, pp. 697–702.

6. Novikova E.Iu. Mezhdunarodnyi turisticeskii diskurs kak lingvokul'turnyi transfer [International touristic discourse as a linguocultural transfer]. Volgograd, Volgograd State University, 2017, 332 p.

7. Gureeva A.A., Novozhilova A.A., Sidorovich T.S. Perevod tekstovogo kontenta turisticeskogo portala kak sposob globalizatsii brenda regiona [Translation of the travel web portal text content as a way to globalize region brand]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Iazykoznanie*, 2017, vol. 16, no. 4, pp. 150–157.

8. Korol'kova S.A., Novozhilova A.A., Sheiko A.M. Turisticeskii diskurs: strategii i problemy perevoda saitov otelei [Tourism discourse: Strategies and difficulties in translating hotel websites]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Iazykoznanie*, 2017, vol. 16, no. 3, pp. 80–89.

9. Moshchanskaia E.Iu. Analiz situatsii ustnogo posledovatel'nogo perevoda kak pervyi etap ee modelirovaniia v khode obucheniia perevodchikov [Analysis of the consecutive interpreting situation as the first step of its simulation in the training of translators]. *PNRPU Linguistics and Pedagogy Bulletin*, 2016, No. 3, pp. 117–129.

10. Porshneva E.R., Papilova Iu.O. Opyt obucheniia ustnomu perevodu v situatsii mezhkul'turnogo vzaimodeistviia: situativno-kontekstnyi podkhod [Experience of interpreter training in situations of cross-cultural interaction: Situational-contextual approach]. *PNRPU Linguistics and Pedagogy Bulletin*, 2018, no. 1, pp. 128–143.

11. Novikova E.Iu., Makhortova T.Iu., Novozhilova A.A., Mitiagina V.A., Visner Kh. Progulki po Volgogradu [Walking around Volgograd]. City guide. Volgograd, Volgograd State University, 2017, 178 p.

12. Volgogradskii krai – territoriiia puteshestvii [Volgograd area. Travel-friendly land]. Available at: <https://volgaland.volsu.ru/ru>.

13. Novikova E.Iu., Makhortova T.Iu., Mitiagina V.A., Kovalevskii R.L. Ustnyi perevod: soprovozhdenie inostrannoi delegatsii. Nemetskii iazyk [Interpreting: accompanying foreign delegations. German language]. Moscow, R. Valent, 2018, 232 p.

14. Mitiagina V.A., Iubara A., Novozhilova A.A., Val'ter Sh., Novikova E.Iu., Stepanchenko N.A., Makhortova T.Iu. Pis'mennyi perevod turisticeskikh tekstov (nemetskii ↔ russkii) [Translation in Tourism] (German ↔ Russia). Moscow, R.Valent, 2018. 184 p.

Сведения об авторе

НОВИКОВА Элина Юрьевна

e-mail: nov-elina@volsu.ru

Кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теории и практики перевода, Волгоградский государственный университет (Волгоград, Российская Федерация)

About the author

Elina Yu. NOVIKOVA

e-mail: nov-elina@volsu.ru

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Translation Studies, Volgograd State University (Volgograd, Russian Federation)