



КОММУНИКАТИВНАЯ ЛИНГВИСТИКА, ЛИНГВОДИДАКТИКА И ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ: ОТВЕТЫ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ НА ВЫЗОВЫ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

СТАТЬИ

УДК 811.133.1'25
ББК 81.47-8

РЕАЛИИ КАК ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Айталиева Юлия Андреевна

Студент кафедры теории и практики перевода,
Волгоградский государственный университет
julieaitalieva@yahoo.fr
просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация

Аннотация. В настоящей статье представлены результаты изучения распространенных проблем при переводе слов-реалий в текстах туристического дискурса. Рассмотрены возможные приемы перевода реалий и их характеристики, даны определения понятиям туристический дискурс и реалия. На основании полученных данных создан словарь слов-реалий города Волгограда при их переводе на французский язык в текстах туристического дискурса.

Ключевые слова: реалия, туристический дискурс, лингвокультура, этнокультура, приемы перевода, трансформация, переводитель.

Статья посвящена анализу проблем перевода реалий в текстах туристического дискурса и изучению наиболее распространенных приемов перевода. В ней представлены методы перевода реалий в текстах туристического дискурса, рассмотрены частотные для туристического дискурса реалии, описа-

ны особенности слов-реалий и дано определение этому термину.

Как известно, многие единицы языкового общения при диалоге двух различных культур приобретают некоторое этническое звучание. Перевод коммуникативных единиц, выражающих понятия определенной культу-

ры, зачастую вызывает у переводчика множество затруднений. Основной трудностью при переводе считается выявление специфических национально-культурных компонентов, а соответственно, и их трансформация в адекватную вербальную форму.

Прежде чем перейти к заявленной теме, необходимо уточнить определение терминов «туристический дискурс» и «реалия». Коммуникацию в сфере туризма, наделенную вышеуказанными признаками, мы и будем называть туристическим дискурсом. Туристический дискурс обладает рядом характерных для него особенностей, позволяющих выделить его в отдельный вид дискурса. Он опирается на определенный набор жанров, сформированных потребностями коммуникации продавцов и потребителей туристических услуг. Наиболее полное определение реалии, на наш взгляд, дают болгарские ученые С. Влахов и С. Флорин: «Реалии – это слова (и словосочетания), называющие объекты, характерные для жизни (быта, культуры, социального и исторического развития) одного народа и чуждые другому, будучи носителями национального и / или исторического колорита, они, как правило, не имеют точных соответствий (эквивалентов) в других языках, и, следовательно, не поддаются переводу на общем основании, требуя особого подхода» [1, с. 55].

Как лингвистическое явление реалии относятся к категории безэквивалентной лексики. Они являются частью фоновых знаний и представляют собой значительный интерес при исследовании взаимодействия языка и культуры. «Специалисты все больше внимания уделяют социальной стороне языка, которая непосредственно отражает его взаимодействие с жизнедеятельностью народа, на нем говорящего» [2, с. 4].

Основная проблема, с которой сталкивается переводчик при передаче реалий, выраженных в исходном тексте, – это несовпадение круга значений, свойственных единицам исходного языка (ИЯ) и переводящего языка (ПЯ) [6, с. 122]. Л.С. Бархударов отмечает, что «все типы семантических соответствий между лексическими единицами двух пунктов можно свести к трем основным»:

- 1) полное соответствие;
- 2) частичное соответствие;
- 3) отсутствие соответствия [3, с. 123].

Реалии характерны для любого языка, им присущ ярко выраженный национальный колорит.

Для успешной коммуникации необходимо иметь четкие представления о ценностях, актуальных для представителей изучаемой лингвокультуры, которые содержатся, в частности, в путеводителях, так как кроме характерных для них описаний общей характеристики среды, правил поведения и общения населения, в тексте произведения для путешественников встречаются типичные для исследуемой лингвокультуры способы и формы вербализации этнокультурной специфичности.

Реалии подразделяются на несколько групп. Подробную классификацию слов-реалий можно найти у В.С. Виноградова:

- 1) бытовые реалии (одежда, жилище, пища, народные праздники): кимоно (Япония), лапти (Россия), изба (Россия);
- 2) этнографические и мифологические реалии: Дед Мороз (Россия), тролль (Скандинавия);
- 3) реалии природного мира (животные, ландшафт): прерия (Латинская Америка), саванна (Африка);
- 4) реалии государственного строя и общественной жизни (актуальные и исторические): виги и тори (Англия), большевики (Россия);
- 5) ономастические реалии: антропонимы (имена, фамилии известных личностей, требующие комментариев), имена литературных героев других произведений, названия музеев;
- 6) ассоциативные реалии: цветовая символика, фольклорные, исторические и литературно-книжные аллюзии.

Переводчики используют разные приемы перевода подобных слов. Большую роль играет функция того или иного знака-реалии для переводимого текста.

А.В. Федоров, говоря о возможностях перевода реалий, выделяет четыре основных случая:

- 1) транслитерация или транскрипция (полная или частичная) – непосредственное использование данного слова, обозначающего реалию, либо его корня в написании буквами своего языка или в сочетании с суффиксами своего языка;
- 2) обозначение соответствующего предмета на основе элементов и морфологических отношений, уже реально существующих в языке – в своей основе это описательный перевод;

3) использование слова, обозначающего нечто близкое, подобное (хотя и не тождественное) по функции к иноязычной реалии, иначе – уподобляющий перевод, уточняемый в условиях контекста;

4) гипонимический, или обобщенно-приблизительный перевод, при котором слова исходного языка, обозначающие видовое понятие, передаются словом переводящего языка, называющим понятие родовое.

В реалиях наиболее наглядно проявляется связь между языком и культурой. Причина выбора темы исследования объясняется актуальностью данной работы. Обращение к сфере туризма обусловлено изучением текстов авторского путеводителя. Особого внимания заслуживают культурные концепты, реалии, которые связаны с образом народа, возникающего в глазах представителей других культур. Для успешной коммуникации необходимо иметь четкие представления о ценностях, актуальных для представителей изучаемой лингвокультуры, которые содержатся, в частности, в путеводителях, так как кроме характерных для них описаний общей характеристики среды, правил поведения и общения населения, в тексте произведения для путешественников встречаются типичные для исследуемой лингвокультуры способы и формы вербализации этнокультурной специфичности. Путеводитель дает возможность желающему совершить не только реальное, но и мысленное, вполне достоверное путешествие по стране, создает оп-

тимальные условия для восприятия информации. Однако не все туристы владеют языком той страны, которой они интересуются. Большую роль в таком случае играют переводные путеводители. Задачей переводчика является адаптация текста к своей лингвокультуре при условии обязательного сохранения социокультурной доминанты текста оригинала.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Влахов, С. И. Непереводимое в переводе / С. И. Влахов, С. П. Флорин. – М. : Р. Валент, 2006. – 367 с.
2. Аксенова, Г. Н. Язык, культура и бытийная картина мира / Г. Н. Аксенова. – Уфа : РИО Госкомиздата БАССР, 1990. – 167 с.
3. Бархударов, Л. С. Язык и перевод / Л. С. Бархударов. – М. : Междунар. отношения, 1975. – 240 с.
4. Гарбовский, Н. К. Теория перевода / Н. К. Гарбовский. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 544 с.
5. Федоров, А. В. Основы общей теории перевода / А. В. Федоров. – М. : Высш. шк., 1983. – 303 с.
6. Казакова, Т. А. Практические основы перевода / Т. А. Казакова. – СПб. : Союз, 2001. – 178 с.
7. Зусман, В. Г. Концепт в культурологическом аспекте / В. Г. Зусман // Межкультурная коммуникация : учеб. пособие. – Н. Новгород : Деком, 2001. – С. 38–53.
8. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.

REALIA AS A PROBLEM OF TRANSLATION OF TOURISM DISCOURSE TEXTS

Aytalievna Yulia Andreevna

Student, Department of Translation Theory and Practice,
Volgograd State University
julieaitalieva@yahoo.fr
Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation

Abstract. The paper focuses on studying widespread problems of translation of realia in tourism discourse texts. Possible methods of translation of realia and their characteristic are considered, definitions of concepts of tourism discourse and realia are given. Based on the obtained data, a glossary of realia of the city of Volgograd and their translation into French in tourism discourse text is created.

Key words: realia, tourism discourse, linguoculture, ethnoculture, methods of translation, transformation, travelguide.