

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА И ЛОКАЛИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ВЕБ-САЙТОВ ГРОДНЕНСКОГО РЕГИОНА

А. А. Янушко

Научный руководитель А. Д. Дудько, кандидат исторических наук, доцент

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

Гродно, Беларусь

e-mail: yanushkoanastasiya@gmail.com

Статья посвящена особенностям перевода и локализации сайтов туристической направленности. В ходе анализа двуязычных Интернет-порталов Гродненского региона были выявлены особенности и типичные ошибки их перевода, а также предложены способы повышения качества локализации тематических веб-сайтов.

Ключевые слова: локализация; перевод; туристический сайт; реалии.

Введение. Интернационализация и диджитализация туристической отрасли обуславливают важность лингвокультурной адаптации текстового содержания веб-сайтов. Выбор современного туриста основывается на информации и отзывах, размещенных в сети Интернет. Следовательно, адаптация структуры, дизайна, фото- и видеоматериалов, текстового содержания и регулярная актуализация данных ведут к потенциальному увеличению туристического потока.

Достижение эквивалентности возможно на различных уровнях – от языкового знака до коммуникативно-прагматического эффекта. Целью локализации является сохранение прагматического потенциала и коммуникативных функций исходного текста, т.е. предоставление информации таким образом, при котором она будет восприниматься адресатом, как созданная на его родном языке. Как отмечает Э. Пим «в техногенный век успех текста перевода зависит в большей степени от интернет-пользователя, осуществляющего поиск информации в различных гиперссылках, нежели от тождества этого текста с оригиналом» [1].

Были проанализированы англоязычные и русскоязычные версии следующих сайтов: mirzamak.by, grodno-museum.by, ozerny.by, sanradon.by, lixmuseum.by.

Основная часть. Одной из групп лексических единиц, представляющих трудности для перевода туристических текстов, являются реалии.

Данное понятие обозначает «уникальные предметы и явления, возникновение которых обусловлено местными традициями, обычаями, ценностями, государственно-политическим строем и административным делением государства» [2].

Во время анализа Интернет-сайтов был выявлены различные виды реалий, в том числе географические, общественно-политические и военные, а также способы их перевода, которые включают транскрипцию, транслитерацию, калькирование, приблизительный и описательный перевод.

При помощи описания передано понятие «поселок городского типа»: *в г.п. Мир – in a small town Mir* [3]. Так как данная категория населенных пунктов была впервые введена в СССР, в английском языке не существует соответствующего термина.

Недалеко от поселка Озеры Гродненского района – ‘not far from village Ozery in Grodno region’ [3]. В данном случае было использовано частичное соответствие, слово ‘village’ не тождественно понятию поселок. Английское ‘village’ широко используется для перевода таких понятий как село, поселок, деревня, станица и т.п., без учета различий между ними, за неимением более точных аналогов в виду традиционных различий в административно-территориальном делении.

Николай Христофор Радзивилл по прозвищу «Сиротка» – ‘Mikolaj Krzysztof Radziwill nicknamed the Orphan’ [3]. В различных источниках встречается два варианта перевода прозвища ‘Сиротка’ – Sierotka и the Orphan. Однако частота употребления ‘the Orphan’ на англоязычных порталах выше, поэтому такое написание прозвища Радзивилла будет наиболее уместным и понятным англоязычному пользователю.

Российскими солдатами под руководством воеводы Алексея Трубецкого ‘Russian troops of voivode Aleksey Trubetskoj’ [3]. Имя и должность переданы посредством транслитерации, однако, так как термин ‘voivode’ специфичен для славянских народов, англоговорящему посетителю он будет непонятен. Возможно два варианта решения данной проблемы:

1) описательный перевод – voivode (a military-leader in the Polish-Lithuanian Commonwealth);

2) гиперссылка на статью в энциклопедии, посвященную данному военному званию.

В текстах проанализированных полиязычных сайтов были использованы разные способы транслитерации. Разночтения встречались даже в рамках одного сайта. Например, название *Музей Максима Богдановича* – ‘Maksim Bahdanovič Museum’ [4] было транслитерировано согласно ГОСТ 7.79-2000, но название *Гродненского государственного историко-археологического музея* – ‘Hrodna State Historical and Archeological Museum’ [4] данному госту не соответствует. На остальных сайтах топоним Гродненская область переведен как ‘Grodno region’. Вариативность написания способна ввести туристов в заблуждение и значительно усложнить понимание текста, поэтому переводчику необходимо отдавать предпочтение наиболее распространенным вариантам написания и унифицировать названия в рамках одного сайта.

Также важно отметить частые опущения фраз и частей текста, содержащих труднопереводимые лексические категории и реалии. Например, в следующем отрывке опущена должность *господарский маршалок*: *Впервые поселение Мир упоминается в 1434 г., когда становится частным имением господарского маршалка Сеньки Гедыгольдовича* – ‘For the first time Mir was mentioned in 1434 when it becomes a private estate of Senko Gedygoldovich’ [3]. В данном случае наиболее разумно было бы или опустить вторую часть предложения полностью – ‘For the first time Mir was mentioned in 1434’ или прибегнуть к транслитерации ‘For the first time Mir was mentioned in 1434 when it becomes a private estate of a *gospodarskiy marshalok* Senko Gedygoldovich’ и дополнить ее переводческим комментарием, который бы пояснял значимость данной должности в историческом контексте.

Существенным недостатком англоязычных версий сайтов Гродненского региона выступает наличие отдельных фрагментов текста машинного перевода, содержащих ошибки. Например: *Уникальный памятник белорусского зодчества. В последнее время он стал, по истине, визитной карточкой Беларуси и одним из самых посещаемых замков у туристов Восточной Европы.* – ‘This is the unique monument of Belarusian architec-

ture. Recently he became a visiting card of Belarus, and one of the most visited castles in Eastern Europe' [3].

Помимо того, что некоторые разделы исследуемых сайтов не имеют англоязычной версии, нетождественные фрагменты встречаются и в переведенных текстах. В основном разница состоит в том, что в англоязычной версии информация о ценах, времени работы и скидках размещается непосредственно в самой статье, тогда как в русскоязычной версии даются ссылки на соответствующий раздел. Другие различия в основном касаются неактуализированной информации.

Заключение. Ни на одном сайте не было обнаружено фрагментов, которые бы представляли собой полностью преобразованный текст, сохранивший коммуникативно-прагматический эффект и основную информацию. В большинстве случаев переводчики фокусировались на сохранении смысла и более точной передаче фактологической информации, а не на сохранении стиля и настроения текста.

Для повышения качества перевода контента туристических веб-сайтов Гродненщины необходимо достижение более высокого уровня эквивалентности на коммуникативно-прагматическом уровне, унификация терминологии и топонимики, уменьшение доли машинного перевода и его своевременность.

Библиографические ссылки

1. Рум А. Exploring Translation Theories. New York : Routledge, 2014. 255 p.
2. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. М. : Международные отношения, 1980. 344 с.
3. Замковый комплекс «Мир» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://mirzamak.by/> (дата обращения: 20.10.2021).
4. Гродненский государственный историко-археологический музей [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://grodno-museum.by/en/>. (дата обращения: 20.10.2021).