

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОЛОГИИ МЕНЕДЖМЕНТА В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

А.О. Станелик¹⁾, Т.И. Макаревич²⁾

¹⁾Белорусский государственный университет
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, *alina31082014@gmail.com*

²⁾Белорусский государственный университет
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, *tatiana.makarevich2030@gmail.com*

В статье рассматриваются региональные особенности перевода лексики международного туризма с английского на русский язык на материале британской прессы. Для наиболее полной демонстрации этих особенностей в ходе исследования было проведено анкетирование не носителей языка по вопросам использования английского языка в их стране. В ходе анализа новостных статей по теме, были выделены некоторые реалии современного английского языка, представляющие трудность при переводе.

Ключевые слова: региональные особенности; перевод реалий; международный туризм; варианты английского языка; диалекты английского языка.

REGIONAL PECULIARITIES OF MANAGEMENT TERMINOLOGY TRANSLATION IN INTERNATIONAL TOURISM

A. O. Stanelik^a, T. I. Makarevich^b

^a *Belarusian State University, Nesaleznasci Avenue, 4. 220030, Minsk, Belarus*

^b *Belarusian State University, Nesaleznasci Avenue, 4. 220030, Minsk, Belarus*
Corresponding author: T.I. Makarevich (tatiana.makarevich2030@gmail.com)

The article discusses the regional features of the translation of the vocabulary of international tourism from English into Russian on the basis of the British press. To demonstrate these features as fully as possible, the study surveyed non-native speakers about the use of English in their country. During the analysis of news articles on the topic, some realities of the modern English language were highlighted, which are difficult to translate.

Key words: regional features; translation of realities; international tourism; English language options; English dialects.

Английские грамматика, фонетика и лексика имеют свою специфику в зависимости от континента, страны и даже региона Великобритании, контекста и стилистических особенностей. Каждая сфера хозяйствования включает в себя уникальную лексику и представляет собой плодотворное поле для исследования. Примером может послужить перевод профессио-

нальной лексики информационных технологий, когда общеупотребительные слова *family, job, walk* приобретают другие, понятные только работникам сферы, значения [1, с. 47]. Поэтому актуальным представляется исследование и региональных исследований языка. В последние десятилетия активно развивается международный туризм, вместе с ним и диалог культур, что обуславливает актуальность исследования региональных особенностей туристической терминологии.

Английский язык, будучи интернациональным и широко используемым во всех без исключения сферах жизни человека, значительно трансформировался за долгие годы своего существования. Это закономерно, так как представители различных культур заведомо не могут в полной мере придерживаться одного жёсткого образца. Поэтому следует установить различия в английском языке британского и американского вариантов. Вместе с тем, официальный английский язык в Великобритании сосуществует с шотландским и двумя кельтскими языками (гэльским и валлийским). Английский язык, на котором говорят шотландцы, валлийцы, ирландцы отличается по фонетике и лексике от английского языка Англии. В самой Англии также встречаются разнообразные диалекты: скауз (диалект жителей Ливерпуля), джорди (графство Нортумберленд), Birmingham (Brummy, Brummie) (Бирмингем), Cornwall (графство Корнуолл), кокни и многие другие.

Вследствие обширного распространения английского языка по всей планете, помимо диалектов внутри Великобритании возникают и особенности употребления языка в других частях света. Примером тому может стать чинглиш (Chinese English). Обычно этим термином обозначается смесь английского и современного мандаринского языков, однако порой речь может идти о сочетании с кантонским, шанхайским и тайваньским диалектами. Надписи на таком варианте английского языка сегодня можно увидеть на табличках в парках и туристических зонах, в названиях ресторанов и в меню, в аэропортах, на вокзалах и в такси, на улицах и дорожных знаках.

В ходе исследования было проведено анкетирование непосредственно носителей китайского языка. Респондентами являлись студенты факультета международных отношений Белорусского государственного университета, и им были заданы следующие вопросы с упором по тематике международного туризма:

1. *Have you ever been to Great Britain? What region have you visited?*
2. *Have you visited any excursions in Britain? Were they in English or Chinese?*
3. *What internet sites do you use while traveling?*

4. *Have you ever heard about Chinglish (China English)? What can you say about it?*

5. *Translate the phrase “你會說中文嗎？”*

В ходе анализа результатов исследования выяснилось, что, несмотря на то, что далеко не все китайцы знакомы с культурой Великобритании и ни разу там не были, английский язык занимает в их жизни значительную часть, и каждый респондент слышал о чинглише или даже знает на нём пару фраз. Более того, отвечая на второй вопрос анкеты, они отметили, что предпочли бы экскурсию именно на английском языке. Для путешествий респонденты предпочитают использовать приложения и сайты, ставшие давно международными, и изначальный язык которых английский: *Google, Google Maps* и др. Однако широко применяются и исконно китайские ресурсы, такие как *Xiecheng travel, baidu map*. Последний вопрос был задан вследствие возможного в чинглише искажения, так как приведённая фраза могла быть переведена как *Can you tell Chinese*, однако китайские студенты белорусского вуза справились с заданием и перевели предложение корректно: *Can you speak Chinese?*

Эти новые английские языки похожи на приведённые выше диалекты, за исключением того, что они имеют международный масштаб и применяются ко всем странам или регионам. Диалекты возникают потому, что они придают идентичность группам, которым они принадлежат. Биогеографическая уникальность страны порождает потенциально большое количество слов для обозначения животных, рыб, птиц, растений, рек и т. д. Устная и, возможно, письменная литература страны порождает характерные имена в сагах, поэмах, ораторском искусстве и народных сказках. Свод местных законов и обычаев неизбежно отличается своей собственной терминологией. Когда сообщество принимает новый язык и начинает использовать его во всех сферах жизни, имеет место большое количество лексического творчества. Эти различия становятся особенно заметными в неформальной обстановке; например, в настоящее время они хорошо представлены в разного рода дискуссиях в Интернете.

Далее в исследовании будут рассмотрены региональные особенности непосредственно терминологии менеджмента в сфере международного туризма на примере материалов британской прессы (*Sharron Livingston. Hotel Review: Tylney Hall Hotel, Hook, Hampshire, England* [7], *Jane Dunford. 'It's regenerative tourism': a cabin stay that helps rewild Scotland's Highlands* [6], *Brendon Williams. Tourism tax in Wales: Levy could apply to Welsh holidaying in Wales* [4]).

Перечисление региональных особенностей перевода терминологии международного туризма на примере приведённых статей следует начать непосредственно с часто используемых в туристике географических

названий, названий национальностей, названий аттракций (музеи, театры, пирсы и др.). При переводе такого рода терминологии обычно используются приёмы транскрибирования либо калькирования, однако недопустимо использование буквализмов и дословного перевода. Так, например, крупнейший город шотландского округа Хайленд *Ullapool* на русском языке будет звучать как *Аллапул*, причём с ударением на первый слог (потенциальной ошибкой могло послужить написание слова через буквы «у»). Ошибкой другого рода явился бы перевод названия деревни *Hook*, дословно – *крюк*, так как географические названия не переводятся на другой язык и остаются в изначальном варианте (деревня *Хук*).

Термины, характерные для индустрии общественного питания, также являются и активными единицами терминологии международного туризма, так как туристика включает себя комплекс других сфер хозяйствования [2, с. 128]. Термины, обозначающие продукты и питания, также относятся к региональным особенностям англоязычных стран, так как могут быть характерны исключительно для них. Примером может послужить рыба *тикша* (*Hadock*), активно вылавливаемая в Северном море и Стренгфорд-Лох и не являющаяся характерным блюдом в странах помимо Великобритании. В противовес в статье упоминается блюдо, более характерное для США – *pesto wrap* (*ролл с соусом песто*, встречается также дословный перевод «*wrap*»), представляющее собой разновидность мексиканского буррито в виде рулета из лаваша с начинкой.

Региональной особенностью англоязычных стран, проявляющей себя и в терминологии менеджмента в сфере международного туризма, является иная система измерений. Причём перевод её осуществляется без приведения к единицам СИ: *the 13-hectare (32-acre) site* – *участок площадью 13 га (32 акра)*; *66 acres of grounds* – *66 акров земли* (может звучать также как «*66 соток*»).

Иной также является валюта Великобритании – фунт стерлингов: *Deluxe rooms start at £195.00.* – *Стоимость номеров Делюкс начинается от 195 фунтов стерлингов.*

Cabins sleeping two/four start from £495/£695. – *Стоимость двухместных/четырёхместных хижин начинается от 495 фунтов стерлингов/695 фунтов стерлингов.*

Множество вопросов и затруднений при переводе вызывают слова, значение которых разнится в американском и британском вариантах английского языка, либо которые существуют исключительно внутри одного из них. Так, например, слово *coach*, означающее комфортабельный автобус, осуществляющий перевозки пассажиров на длительные расстояния, характерно для британского английского языка. Примером лексических единиц, характерных исключительно для Великобритании, причём

для конкретной её земли – Шотландии – являются слово *loch*, которое можно перевести как озеро или выход в море либо океан, и слово *glen* – глубокая и узкая долина среди гор. Данный пример можно обосновать уникальностью природных ресурсов местности, непохожих по описанию на значение других общеупотребительных слов. Так как индустрия развлечений также включается в сложную систему индустрии туризма, интерес представляет слово *snooker* – бильярд, или же дословно снукер. Дело в том, что этот вид бильярда традиционно считается исконно британским, в то время как американский бильярд – *pool*. Отличия американского и британского вариантов прослеживаются не только в литературных произведениях и письменной речи, но и в неформальной обстановке. *Mod cons* – современные технические удобства, но только в разговорном британском языке (сокращение от «modern conditions»). Наконец, существуют слова, означающие в разных вариантах лишь немного различные вещи [3, с. 43]. Например, *cabin* в британском варианте переводится как хижина, в то время как в американском это в первую очередь кабина (салон) самолёта; *chairman* (председатель) в американском варианте употребляется в политике, в британском – в бизнес-лексике.

Можно выделить также лексические единицы, общепринятые для исконно англоговорящих стран, но которые могут вызвать затруднения у не носителей языка и таким образом стать региональной особенностью, например: *a sleep* – *ночёвка туриста* (не глагол «спать»);

a stay – *размещение туриста* (не глагол «стоять»);

comforts – *удобства* (не абстрактное понятие «комфорт»);

whirlpool – *джакузи* (не «водоворот»);

a business – *организация* (не абстрактное понятие «бизнес»).

Для носителей русского языка интерес представляют также слова *kayak*, которое будет переводиться как *байдарка*, но не буквально «каяк». *Buffet*, которое в контексте отельного обслуживания означает *шведский стол*, а не дословно «буфет», но перевод буквально как «шведский стол» в обратную сторону невозможен, так как в данном случае речь идёт уже о реалиях русскоязычных стран.

Таким образом, перевод региональных особенностей терминологии менеджмента международного туризма представляет собой комплексный и трудоёмкий процесс, который должен базироваться на теоретических и практических основах перевода как процесса и региональных реалиях рассматриваемой местности. Они заключаются в географических названиях и названиях туристских аттракций, местной еды и местной системы измерения. Особое внимание следует обратить на вариативность перевода с английского языка в силу существования американской и британской раз-

новидности, а также различных диалектов внутри Соединённого королевства. Финальный вариант перевода должен быть свободен от различного рода лексических ошибок, которых можно избежать лишь предварительно ознакомившись с региональными особенностями языка на исследуемой местности.

Библиографические ссылки

1. Макаревич, Т. И. Язык как культурное наследие и его трансляция посредством цифровых платформ перевода / Т. И. Макаревич // Межкультурная коммуникация и профессионально ориентированное обучение иностранным языкам : материалы XI Междунар. науч. конф., посвящ. 100-летию образования БГУ, Минск, 29 окт. 2021 г. / Белорус. гос. ун-т, фак. междунар. от-ний ; редкол. : Е. А. Достанко (пред.) [и др.]. – Минск, БГУ, 2021. – С. 46 – 51.

2. Макаревич, Т. И. Информационно-аналитическое описание алгоритма анализа англоязычной и русскоязычной терминологии концептосфер ИКТ-дискурса, политического дискурса и языка дипломатии / Т. И. Макаревич // Лингводидактические и когнитивные аспекты инновационной методики формирования профессиональной коммуникативной компетенции студентов-международников. – Минск : Издательский центр БГУ, 2021. – С. 128 – 134.

3. Макаревич, И. И. Влияние процессов цифровизации на изменение подходов, методов и форм обучения специализированному переводу / И. И. Макаревич // Межкультурная коммуникация и профессионально ориентированное обучение иностранным языкам : материалы XI Междунар. науч. конф., посвящ. 100-летию образования БГУ, Минск, 29 окт. 2021 г. / Белорус. гос. ун-т, фак. междунар. от-ний ; редкол. : Е. А. Достанко (пред.) [и др.]. – Минск, БГУ, 2021. – С. 39 – 45.

4. Brendon Williams. Tourism tax in Wales: Levy could apply to Welsh holidaying in Wales [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.bbc.com/news/uk-wales-62956842>. – Date of access: 26.10.2022.

5. Crystal, D. English as a global language Second edition / David Crystal. – Edinburgh, Cambridge University Press. – 2003. – 212 p.

6. Jane Dunford. 'It's regenerative tourism': a cabin stay that helps rewild Scotland's Highlands [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/travel/2022/oct/08/regenerative-tourism-a-cabin-stay-rewild-scotland-highlands>. – Date of access: 26.10.2022.

7. Sharron Livingston. Hotel Review: Tylney Hall Hotel, Hook, Hampshire, England [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.thetravelmagazine.net/tylney-hall-hotel-review/>. – Date of access: 26.10.2022.