



Итак, парцеллированные заголовки обладают серьезным потенциалом, обеспечивающим повышенное внимание со стороны потребителя информации. Нередко вступая в конвергенцию с другими стилистическими фигурами и тропами, они придают динамичность, подчеркивают сложность, дискуссионность и неоднозначность обсуждаемых в статьях проблем. Имитируя вступление в диалог, парцеллированные заголовки «подкупают» читателя своей непринужденной подачей, вызывают желание продолжить ознакомление с публикацией.

С одной стороны, они выступают в роли своеобразных навигаторов, помогая адресату информации ориентироваться в потоке статей на газетной полосе, с другой – позволяют создателям публицистического текста расставлять необходимые смысловые и эмоциональные акценты. Парцелляция становится инструментом, управляющим вниманием читателя и в конечном итоге побуждающим его к прочтению статьи.

Именно по этим причинам следует признать парцелляцию одним из наиболее эффективных средств повышения привлекательности газетного заголовка.

Примечания

- ¹ Цумарев А. Парцелляция в газетной речи : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2003.
- ² Зеленукин Р. Парцелляция в художественной прозе В. Токаревой : структура, семантика, текстообразующие функции : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007.
- ³ Ступкина М. Парцелляция в современном болгарском языке : на материале художественной прозы : дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2008.
- ⁴ Дяговец И. Некоторые аспекты парцелляции придаточных предложений с синкретичной семантикой : к постановке вопроса // Актуальні проблеми слов'янської філології. Серія: Лінгвістика і літературознавство. 2009. Вип. XX. С. 521–527.
- ⁵ Зойдзе Э. Роль парцеллированных конструкций в аналитическом газетном тексте (на материале русского и английского языков) // Вестник МГОУ. Сер. «Лингвистика». 2012. № 5. С. 67–72.
- ⁶ Иноземцева Н. Парцелляция как основная синтаксическая модель заголовков англоязычных статей по методической проблематике // Вестник ОГУ. 2011. № 11 (130). С. 114–118.
- ⁷ Александрова О. Соотношение устной и письменной речи и язык СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М., 2004. Ч. 2. С. 165–166.
- ⁸ Сидорова Е. Парцеллированные конструкции как средство реализации конструктивно-стилевого вектора современного газетного текста // Вестн. ВолГУ. 2007. № 6. С. 42.
- ⁹ Гуревич С. Номер газеты. М., 2002. С. 46.
- ¹⁰ Копнина Г. Конвергенция стилистических фигур в современном русском литературном языке (на материале художественных и газетно-публицистических текстов) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Красноярск, 2001. С. 11.
- ¹¹ Там же. С. 14.
- ¹² Сметанина С. Медиа-текст в системе культуры. Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца 20 века : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 2002. С. 19, 30.
- ¹³ Фильчук Т. Атракционная природа заголовков и заголовочных комплексов публицистического дискурса // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Сер. Філологія. 2011. № 936. Вип. 61. С. 89–94.

УДК 81' 255.4:338.48–32

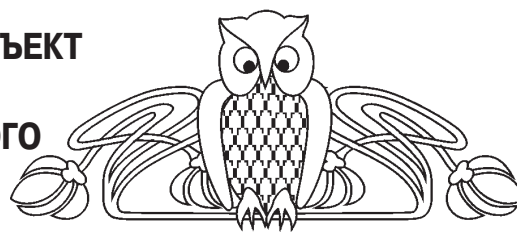
ЭКСКУРСИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ КАК ОБЪЕКТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАМКАХ ТУРИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Э. Ю. Новикова

Волгоградский государственный университет
E-mail: nov-elina@yandex.ru

В статье рассматриваются особенности туристического дискурса с позиций переводческой деятельности на примере жанра «экскурсия». Автор формулирует постулаты для переводчика в плане выработки стратегии перевода для достижения адекватности его конвенционального действия в рамках указанного жанра.

Ключевые слова: туристический дискурс, экскурсионное обслуживание, переводчик-гид, перевод.



Tour Guidance as an Object of Professional Translation Activity Within the Framework of Tourist Discourse

E. Yu. Novikova

The article deals with the peculiarities of tourist discourse from the perspective of translation activity on the example of the excursion genre. The author sets up the postulates for an interpreter to develop a translation strategy in order to achieve an adequate conventional action within the specified genre.

Key words: tourist discourse, tour guidance, guide-interpreter, interpreting.



Глобализованные условия межкультурного общения и диалога различных общественно-политических структур активно детерминируют развитие туризма и сферы услуг в этой сфере, в том числе переводческих. Переводчик, как известно, представляет собой транслятора межъязыковой межкультурной коммуникации в большинстве институциональных дискурсов. Переводческое действие определяется конвенциями и задачами коммуникации в целом и прагматическими программами коммуникантов в частности. В выработке необходимой стратегии перевода, принятии адекватного решения и переводчик ориентируется на дискурсивные признаки конкретного коммуникативного акта, так как дискурс диктует переводчику выбор соответствующих языковых средств из множества возможных вариантов вербального оформления данного акта.

Попытаемся в рамках данной статьи сформулировать основные постулаты стратегии перевода, направленной на реализацию конвенционального действия в рамках определенных жанров туристического дискурса.

Туристический дискурс, как и любой другой вид институционального дискурса, представляет собой сложное полижанровое образование. В настоящее время актуальны такие виды туризма, как деловой (участие в бизнес-форумах, выставках, ярмарках с целью налаживания контактов), учебный (изучение иностранных языков, художественные курсы, «летние школы» разных направлений), шоп-туризм (совмещение традиционной программы с покупкой определенных товаров), спортивный, экстремальный, исторический, паломнический, литературный, гастрономический и многие другие, обусловленные профессиональными интересами, хобби, модой и т. д.¹ Т. Н. Ананьева приводит следующую актуальную статистику туристических услуг: пляжный туризм – 31%, культурно-познавательный туризм – 22%, деловой туризм – 19%, оздоровительный, спортивный – 16%, событийный, паломнический, экологический – 12%².

Цели коммуникации в пределах любого из перечисленных подвидов туристического дискурса связаны с конструированием познавательной и поведенческой стратегий туристов в контакте с иным социокультурным пространством³, одним из представителей которого выступает переводчик. Практически во всех указанных видах туризма одним из участников является переводчик, будь то письменные или устные жанры туристической коммуникации, хотя во многих научных работах по туристическому дискурсу роль переводчика не учитывается даже на уровне описания дискурсивно-образующих признаков. М. В. Филатова в своих работах предлагает следующие параметры, характеризующие туристический дискурс:

1) участники: продавец (туроператор) – клиент; экскурсовод – экскурсант; составитель текста – получатель текста;

2) место: офис, туристический автобус, музей, улица города, виртуальное пространство, текстовое пространство;

3) цели: получение прибыли – получение экскурсионно-туристической услуги;

4) ключевой концепт: путешествие;

5) стратегии: стратегия позитива;

6) материал: большой набор тем, среди которых страноведческая и историческая информация, временная организация тура, гостиничный бизнес, транспорт, обеспечение безопасности, питание и проч.;

7) разновидности и жанры: в зависимости от канала передачи информации можно выделить устную и письменную разновидности туристического дискурса; письменная разновидность включает в себя печатные тексты и компьютерно-опосредованную коммуникацию, устная разновидность делится на непосредственную и опосредованную⁴. Принимая во внимание исследовательские задачи М. В. Филатовой, далекие от анализа смежного характера переводческого дискурса в парадигме институциональных дискурсов, все же представляется логичным и вполне обоснованным включить в параметр «участники» еще одного актанта – переводчика, так как его роль очевидна и значима для успешной реализации целей коммуникации туристов.

Рассмотрим жанры туристического дискурса в ситуации межкультурного общения и соответствующее их задачам функционально-коммуникативное поведение переводчика.

В жанрово-типологической классификации туристического дискурса мы будем использовать подход М. В. Филатовой, которая выделяет следующие жанры⁵.

Жанры устной коммуникации:

– экскурсия (гид – переводчик/экскурсовод, переводчик – туристы);

– общение официальных служб туристических услуг (офисный или внеофисный диалог между представителем турфирмы и клиентом с прямым участием переводчика);

– общение с представителем принимающей стороны (между клиентом/сопровождающим группы и служащим гостиницы/шофером экскурсионного автобуса с прямым участием переводчика);

– общение между туроператором и контрагентом (бронирование гостиниц, авиабилетов и т. п. с прямым участием переводчика);

– речевое взаимодействие в особых обстоятельствах (переговоры с консульством с прямым участием переводчика);

– видеопутеводитель – обзорно-географический документальный фильм, аудиогид (устная разновидность опосредованного общения в музеях с прямым и опосредованным участием переводчика).

Жанры письменной коммуникации:



- путеводитель, туристический проспект, каталог, статья, брошюра, листовка (письменный перевод печатных текстов);
- вебстраница туристического бюро (локализация сайта);
- электронное письмо клиента в туристическое бюро;
- электронная переписка служащих туристической сферы (письменный перевод печатных текстов).

Очевидно, что участие переводчика в вышеперечисленных жанрах туристического дискурса обусловлено необходимостью языкового посредничества в случае незнания/недостаточного владения иностранным языком потенциальных туристов.

Социокультурная прагматика коммуникативного действия переводчика зависит от множества факторов институционального контекста. Ритуализованный характер общения в рамках туристического дискурса, реализованный в конвенциональной программе коммуникативной ситуации, обуславливает огромную роль соответствующей компетенции переводчика и диктует выбор переводческих стратегий и средств.

Рассмотрим программу переводческих действий в рамках коммуникативной ситуации «экскурсионное обслуживание иностранной делегации».

Экскурсия представляет собой «коллективное или индивидуальное посещение музея, достопримечательного места, выставки, предприятия и т. п.; поездку, прогулку с образовательной, научной, спортивной или увеселительной целью»⁶. В зависимости от цели экскурсии и целевой группы экскурсии различаются по содержанию, составу, количеству участников, месту проведения, способу передвижения, продолжительности, форме проведения. Так, к примеру, Б. В. Емельянов дифференцирует экскурсии по содержанию на обзорные (многоплановые) и тематические (исторические, производственные, природоведческие (экологические), искусствоведческие, литературные, архитектурно-градостроительные)⁷.

Экскурсионное обслуживание занимает особое место в работе с иностранной делегацией. Данный вид переводческой деятельности осуществляется в двух вариантах:

- 1) переводчик выступает в роли гида и самостоятельно ведет экскурсии по достопримечательностям региона;
- 2) переводчик сопровождает иностранную делегацию и переводит экскурсовода-профессионала.

Профессия гида-переводчика появилась с распространением международного туризма и подразумевает постоянное нахождение с туристической группой. Для получения данной квалификации необходимо пройти специальные курсы и овладеть необходимыми знаниями и умениями.

К профессии гида-переводчика предъявляются определенные квалификационные требования Ассоциации гидов-переводчиков и турменеджеров, зафиксированные в положениях о создании единой системы аккредитации гидов-переводчиков и экскурсоводов:

- высшее или среднее специальное образование, знание иностранного языка (языков) в объеме специальных курсов, наличие диплома или свидетельства о специальной подготовке по рекомендованной Ассоциацией гидов-переводчиков программе;
- высокий общеобразовательный уровень со специальным акцентом на историю, географию, искусство и архитектуру, экономику, политику, религию и социологию конкретного турцентра, постоянное совершенствование знаний и профессиональных навыков;
- знание специальной терминологии во многих областях;
- гуманитарные навыки и навыки общения, владение технологией отбора информации, умение устанавливать контакт с туристами, создавать благоприятную дружескую атмосферу в группе;
- наличие аккредитации гида-переводчика (экскурсовода) в соответствии с Положениями об аккредитации в разных регионах страны⁸.

Гид-переводчик проводит экскурсии на иностранном языке, оказывает услуги перевода, осуществляет реализацию культурной программы для иностранной делегации, организует осмотр культурных объектов, а также, при необходимости, оформляет надлежащие документы. Это очень сложная задача – не только оказать услуги перевода, но и стать настоящим проводником клиента. Согласно статистическим данным, роль гида-переводчика туристы ставят на первое место среди прочих предпосылок успешной поездки за рубеж, и мнение туристов о чужой стране во многом зависит именно от гида. В связи с этим от переводчика, наряду с высокими профессиональными компетенциями, требуются дополнительные навыки и умения:

личные качества:

- приветливость;
- организованность;
- мобильность;
- предусмотрительность;
- контактность/коммуникабельность;
- открытость;
- пунктуальность;
- доброжелательность;
- чувство юмора;
- хороший внешний вид;

общеобразовательная компетентность:

- знания в области истории, географии, искусства и архитектуры, экономики, политики, религии и т. д. региона/экскурсионного объекта;
- владение методикой проведения экскурсий, техникой отбора материала;



- знание специальной терминологии во многих областях;
- *организаторские способности*;
- умение организовать трансфер, размещение, питание и т. д. туристов;
- умение решать нестандартные проблемы, возникающие в процессе реализации культурной программы.

Рассмотрим специфику работы гида-переводчика.

Количество участников – минимально два участника (зарубежный партнер и переводчик / небольшая группа иностранных туристов и переводчик / большая делегация туристов и несколько переводчиков).

Канал связи – устный, без использования технических средств / микрофон и наушники у переводчика и наушники у клиентов в крупных музеях.

Вид интеракции – ведение экскурсии на иностранном языке.

Цель деятельности – проведение информационно-экскурсионной работы, направленной на ознакомление туристов с историей, культурой и современной жизнью города и страны в целом / обеспечение интересной и развлекательной культурной программы.

Стилистический регистр – официально-деловой, научно-популярный стиль с элементами разговорного стиля.

Способ расположения – гид-переводчик всегда обращен лицом к аудитории (в транспорте, на улице, в помещениях и т. д.).

Факторы, осложняющие работу переводчика:

- *организационно-технические* – затруднения, проблемы с организацией трансфера, заказа входных билетов и т. п.;

- *межличностные/межкультурные* – очевидная конфронтация в экскурсионной группе по причине возрастных, социальных, профессиональных противоречий, негативный опыт сотрудничества представителей иностранной делегации с другими гидами-переводчиками;

- *языковые* – спонтанность речи, сумбурность высказываний, одновременное говорение нескольких участников, наличие терминологии, реалий, прецизионной информации;

- *профессиональные* – недостаточный опыт работы гидом-переводчиком, плохая подготовка к экскурсии.

Итак, сформулируем для переводчика следующие **рекомендации**:

- гид-переводчик не является безличным представителем фирмы, принимающей туристов, – «он всегда личность, которая оказывает этно- и социокультурное воздействие на туристов и их поведение»⁹;

- профессия гида-переводчика требует постоянного самосовершенствования в области иностранного языка, страноведческой эрудиции

и знания достопримечательностей соответствующего региона;

- гид-переводчик должен учитывать коммуникативно-прагматические особенности ситуации в целом и экскурсионной группы в частности (туристами могут быть студенты, пенсионеры, бизнесмены, представители среднего класса, миллионеры, известные актеры, политические деятели – представители абсолютно разных социальных слоев и профессий). Опытные гиды отмечают, что важен и возрастной состав группы – людям постарше нужна более детальная информация, они более любознательны. Молодежным группам информация нужна «легкая», не перегруженная деталями и излишними комментариями. Естественно, что один и тот же текст использовать не получится – следует проявлять гибкость, широту кругозора, при этом речь на иностранном языке должна быть понятной и грамотной¹⁰.

Представим программу действий переводчика в ситуации перевода экскурсии.

В отличие от гида-переводчика **переводчик, сопровождающий иностранную делегацию на туристических объектах**, осуществляет только переводческие услуги в рамках заданной культурной программы. Следует отметить, что, несмотря на функцию исключительно языкового посредничества, к обычному переводчику предъявляются такие же высокие требования, как и к гиду-переводчику. Что касается основных характеристик перевода, то здесь обнаруживаются небольшие различия, в первую очередь на уровне вида переводческой деятельности и цели перевода.

Специфика перевода

Количество участников – минимально три участника (зарубежный партнер, экскурсовод и переводчик / небольшая группа иностранных туристов, экскурсовод и переводчик / большая делегация туристов, экскурсовод и несколько переводчиков).

Канал связи – устный, без использования технических средств / с использованием гарнитуры при переводе аудио-экскурсий в музеях.

Вид перевода – последовательный / абзачно-фразовый / перевод с листа (проспекты, документы и т. д.) / синхронный (аудио-экскурсии в музеях и т. п.).

Цель перевода – сообщить иностранным туристам информацию культурно-исторического содержания.

Стилистический регистр общения – официально-деловой, научно-популярный стиль с элементами разговорного стиля.

Способ расположения – переводчик находится рядом с экскурсоводом перед экскурсионной группой (в транспорте, на улице, в помещениях и т. д.).

Факторы, осложняющие работу переводчика:



– *организационно-технические* – затруднения из-за опоздания экскурсовода, плохого освещения и плохого звука в помещениях, технические сбои оборудования;

– *межличностные/межкультурные* – очевидная конфронтация в экскурсионной группе по причине возрастных, социальных, профессиональных противоречий, негативный опыт сотрудничества представителей иностранной делегации с другими гидами и переводчиками;

– *языковые* – спонтанность речи, сумбурность высказываний, одновременное говорение нескольких участников;

– *профессиональные* – недостаточный опыт работы переводчиком, плохая подготовка к экскурсии.

Таким образом, в данном виде экскурсионного сопровождения от переводчика требуются, в первую очередь, знания в области технологии перевода, практические навыки и умения, формирующие его профессиональную компетентность в области устного перевода. Следует, однако, заметить, что при сопровождении экскурсионных/туристических групп/деловых делегаций переводчик также учитывает прагматические факторы коммуникативной ситуации, задающие определенные стратегии перевода и обеспечивающие успех коммуникации.

Подводя итог нашим рассуждениям, представляется необходимым еще раз подчеркнуть роль переводческого посредничества в международном деловом и другом туризме. Как известно, мы воспринимаем окружение и ситуацию сквозь призму своих представлений, переживаний, мировосприятия, национальных культурных стереотипов и т. д. Попадая в чужую лингвокультуру, человек (в нашем случае турист) экстраполирует свои представления на различные ситуации в иноязычном межкультурном контексте и часто ощущает определенный диссонанс, несоответствие ожиданий и реального результата. Увидеть ситуацию глазами иностранца способен и должен в первую оче-

редь переводчик, который обладает комплексом профессиональных компетенций для оказания помощи быстро и комфортно адаптироваться к новым социокультурным условиям.

Примечания

- ¹ См.: Митягина В. Коммуникативные действия в туристическом дискурсе // Иностранные языки в высшей школе : науч. ж. Вып. 4 (11). Рязань, 2009. С. 88–97.
- ² См.: Ананьева Т. Основные направления подготовки кадров для сферы туризма // Вестн. ассоциации вузов туризма и сервиса. М., 2012. С. 41–45.
- ³ См.: Митягина В. Указ.соч.
- ⁴ См.: Филатова Н. Туристический дискурс в ряду смежных дискурсов: гибридизация или полифония // Вестн. МГОУ. Сер. Лингвистика. 2012. № 3. С. 76–83.
- ⁵ См.: Филатова Н. Жанровое пространство туристического дискурса. URL: http://mggu-sh.ru/sites/default/files/verstka_filolog-2-12.pdf (дата обращения: 20.03.2013).
- ⁶ Экскурсия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%EA%F3%F0%F1%E8%FF> (дата обращения: 28.03.2013).
- ⁷ Цит. по: Волкова Т. Последовательный перевод экскурсий. URL: http://professorjournal.ru/web/guest/materials?p_p_id=WinnerMaterialsPortlet_WAR_PJGrantsPrograms_INSTANCE_cT5B&p_p_lifecycle=1&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&WinnerMaterialsPortlet_WAR_PJGrantsPrograms_INSTANCE_cT5B_userId=1192616 (дата обращения: 12.02.2013).
- ⁸ См.: О формировании единой системы аккредитации гидов-переводчиков и экскурсоводов в г. Москве. URL: http://www.businesspravo.ru/Docum/DocumShow_DocumID_73280.html (дата обращения: 01.04.2013).
- ⁹ Бураченко Т. Квалификационные и педагогические аспекты профессии гид-переводчик // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2009. № 7. С. 111.
- ¹⁰ См.: Гид-переводчик : творческая профессия. URL: http://www.london-moscow.ru/gid_perevodchik__tvorcheskaya_professiya_ (дата обращения: 14.01.2013).