

Юсупова Б.

магистрант, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: balzhan.yussupova@gmail.com

ҚЫТАЙ ЖӘНЕ БАТЫС МӘДЕНИЕТТЕРІН САЛЫСТЫРУ НЕГІЗІНДЕ ТУРИЗМ САЛАСЫНДАҒЫ МӘТІНДЕРДІ АУДАРУ

Қытайдағы туризм индустриясының қарқынды дамуымен, туризм саласындағы мәтіндерді қытай тілінен ағылшын тіліне аудару қажеттілігі туындады. Ал, аударма, өз кезегінде, қарапайым механикалық аударма емес, күрделі мәдениетаралық коммуникацияны қамтиды. Ағылшын және қытай тілдері әртүрлі мәдениеттерге ие, сондықтан аудармашы екі тіл арасындағы мәдени айырмашылықтарға баса назар аударуы керек. Сапалы туризм саласындағы мәтін оқырмандардың қызығушылығын тудырады және қытайлық туризм саласының дамуына, сондай-ақ мәдениетін байытуға көмектеседі. Мақала Шығыс пен Батыс арасындағы мәдени айырмашылықтары негізінде ойлау, тарихи негіздер, дін және сөйлеу сөзі тұрғысынан талдайды. Онымен қоса, ол туризм саласындағы мәтіннің функциясын, сондай-ақ қайта жазу, қосу және алып тастау сияқты принциптер мен аудару әдістерін зерттейді.

Түйін сөздер: туризм саласындағы мәтіндерді аудару, мәдени айырмашылықтар, ақпарат жеткізу, доместикация және форенизация, сөйлеу риторикасы.

Yussupova B.

Master, al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: balzhan.yussupova@gmail.com
Scientific advisor: PhD, Orazakynkyzy Farida

Translation of texts of tourism sphere based on comparison of Chinese and Western cultures

As tourism industry developed in China rapidly, there appeared a need to translate tourism texts from Chinese into English. Translator does not translate the text into simple mechanical interpretations, but includes complicated intercultural communication. Chinese and English have two different cultures, so the translator should focus on cultural differences between these two languages. Good tourist text will be of interest to potential readers and will help to develop the Chinese tourism industry, as well as enrich Chinese culture and target culture. The article analyzes cultural differences between the East and the West in terms of thinking, historical basis, religion and speech. It also explores some of the principles and methods of translation, such as the text of the tourism text, as well as overwriting, adding and deleting.

Key words: Translation of texts of tourism sphere, cultural differences, transferring information, domestication and foreignization, rhetoric of speech

Юсупова Б.

магистрант, Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: balzhan.yussupova@gmail.com
Научный руководитель: PhD, Оразакынқызы Фарид

Перевод текста в сфере туризма на основе сравнения китайской и западной культур

С быстрым развитием индустрии туризма в Китае появилась необходимость перевода текста с китайского на английский. Перевод не является простым механическим лингвистическим

переносом, но предполагает сложную межкультурную коммуникацию. Английский и китайский языки имеют разные культуры, поэтому переводчик должен обратить внимание на культурные различия между двумя языками для успешного межкультурного общения. Хороший текст сферы туризма вызовет интерес потенциальных читателей к живописным местам, которые помогут как развитию китайской туристической индустрии, так и китайской культуры и обогащению целевой культуры. В статье анализируются культурные различия между Востоком и Западом с точки зрения способа мышления, исторического фона, религии и речевой речи. Затем он изучает функцию текста туризма, а также некоторые принципы и методы перевода, включая переписывание, добавление и сокращение.

Ключевые слова: Перевод текстов в сфере туризма, культурные различия, предоставление информации, доместикация и форенизация, риторика речи.

Кіріспе

Туризм саласындағы мәтін жергілікті орта және мәдени мұраларды саяхатшыларға таныстыруда немесе түсіндіруде өте маңызды рөл атқарады. Тиісінше, аударма нұсқасы шетелдік оқырмандарға түпнұсқа мәтіні секілді бірдей әсер қалдыру керек. Туризм саласындағы мәтіннің аударма нұсқасын оқығаннан кейін, оқырмандар сол мемлекеттің көркем жерлері мен мәдениетімен танысады. Түпнұсқа және аударма мәтіндері мәдени айырмашылықтар жайлы кейбір маңызды мәліметтерді көрсете алады. Қазіргі таңда, аударма саласындағы көптеген ғалымдар мен сарапшылар туризм саласындағы мәтіндерін аударудың мәдени ерекшеліктерін зерттеуде зор ынта танытады.

Қолданыстағы әдебиеттерге сүйене отырып, мәдени айырмашылықтарды және мәдени факторларды қарастыру туризм аясындағы мәтіндерді аудару үшін өте маңызды екенін анықтау қиын емес. Мәдени аударма теориясы Қытайда қолданысқа енгізілгеннен кейін, ол қолданбалы аударма зерттеулеріне толықтай жаңа перспективаларды ұсынды. Сонымен қатар, ол ғалымдарға екі әдіс – форенизация және доместикация әдістері және олардың артықшылықтары мен кемшіліктері туралы пікірталас туғызды. Бұл екі стратегия жиі аударма практикасында қолданылады.

Форенизация және доместикация әдістері бойынша талқылау жалғасуда және аударма саласында әлі күнге дейін қызу тақырыптардың бірі болып саналады. Сондықтан, осы уақытқа дейін екі негізгі пікір пайда болды. Бір көзқарас форенизацияны қолдайды және бұл әдісті бірінші таңдау ретінде қарастыру қажеттілігін айтады. Мәселен, Лю аудармашының форенизация әдісін қолдану керектігін айтады. Себебі, оның пікірінше, ол түпнұсқа мәтіндегі маңызды компоненттерін басқа тілді адамдарға жеткізудің ең басты жолы. Басқа көзқарас бойынша,

туризм саласындағы мәтіндерді аудару кезінде аудармашылар доместикация әдісін таңдауы керек. Цай бойынша, доместикация аударма мақсатын талдауда ең тиімді аударма әдісі (方梦之, 毛忠明, 2010, 45-47).

Кейбір ғалымдар туризм саласындағы мәтіндердің мәдени факторларын аудару кезінде форенизация әдісін доместикация әдісіне қарағанда қолданған жөн деп санайды. Соған байланысты, олар үш себеп ұсынады. Біріншіден, түпнұсқадағы барлық егжей-тегжейлерін форенизация әдісін қолдану арқылы сақтауға болады. Сондықтан бастапқы мәтіндегі мәліметтерді дәл жеткізуге болады. Екіншіден, форенизация әдісі шетелдік мәдениетті, мәдениеті басқа адамдарға таныстыру үшін пайдалы. Себебі, оқырмандар шетел мәдениеті туралы көбірек әрі толығымен біле алады. Үшіншіден, шетелдік мәдениетті енгізу арқылы жергілікті мәдениет байытылып, өзара қарым-қатынасқа қол жеткізіледі. Жалпы алғанда, бұл себептер көптеген ғалымдарға туризм аясындағы мәтіндерді аударғанда форенизация әдісін таңдауын түсіндіреді. Алайда, бұл доместикация әдісін мүлдем пайдасыз дегенді білдірмейді. Доместикация әдісін ескермеудің себебі – бұл әр түрлі мәдениеттер арасында кейбір ұқсастықтардың болуы. Шын мәнінде, екі әдіс те қосымша болып табылады және аудармада өздерінің құндылықтарын сақтайды.

Негізгі бөлім

Түрлі ойлау үлгілері

Қытайлық ойлау үрдісі ежелгі өлеңдер мен поэзияда көптеп кездесетін суреттеуді қолданумен ерекшеленеді. Мәселен, Таң дәуірінде жазылған Өндер Кітабындағы өлеңдер жиі қияли бейнелермен суреттелген. Қытай халқы аспан мен адамның үйлесімді түрде тіршілік ететінін атап көрсетеді. Сондықтан олардың ойлау үлгісі абстрактілі тұжырымның орнына

әр түрлі бейнелермен сипатталады. Дегенмен, Батыстың ойлау тәсілі – объективтілікке көбірек көңіл бөледі. Олардың ойлау тәсілі аналитикалық сипатқа ие. Олар логикалық ойлауда жақсырақ және дерексіз түсініктермен әр түрлі заттарды сипаттауға бейім келеді. Қытайлық туризм саласындағы мәтіндегі мәлімет жарқын бейнемен сипатталғанын аңғаруға болады. Мәтіндерді аудару барысында, аудармашылар екі ел арасындағы ойлау үлгісіндегі айырмашылықтарға барынша көңіл бөлуі керек. (王志奎, 2011, 58-59) Сондықтан, аудармашыларға тек екі тілді ғана емес, сондай-ақ екі түрлі мәдениетті барлық қырларынан түсінулері қажет. Мысалы:

Бастапқы мәтін:

这儿的峡谷又是另一番景象：谷中急水奔流，穿峡而过，两岸树木葱茏，鲜花繁茂，碧草萋萋，活脱脱一幅生机盎然的天然风景画。各种奇峰异岭，令人感受各异，遐想万千。

Аударма мәтін:

It is another gorge through which a rapid stream flows. Trees, flowers and grass, a picture of natural vitality, thrive on both banks. The weird peaks arouse disparate thoughts.

Джиа В.Б. бойынша «树木葱茏», «花花酒» және «碧草萋萋» деген төрт таңбалық иероглифтер ұйқас (рифма) арқылы құралған. Оқырмандар алдында әдемі пейзаждың жарқын бейнесі көрінеді және сөзбе-сөз, артық сипаттың белгісі жоқ. Алайда, батыс оқырмандардың көзқарастарындамұндайсөзтіркестерінқабылдау қиындыққа алып келеді. Өйткені, мұндай сипаттама тым әсіреленген және қабылдауға қиын болып табылады. Осындай мәтінді оқығаннан кейін, олар сол жерге саяхаттауға барғысы келмеу қаупі туындайды. Сондықтан, осы жағдайда шетелдік оқырмандардың қызығушылығын ояту үшін, аудармашы осы айырмашылықтарға назар аударып, көркем сипаттаманы жойып, нақты объектілерді көрсетуі керек. Тек осылай ғана аударылған мәтін оқырмандарға үйреншікті әрі түсініктірек болады.

Қытайлықтар төрт символдық иероглифтерді қолданғанды ұнатады. Оның басты себебі – олар қандай да бір әуенділікке ие болады. Мұндай сөз тіркестер жиі сөздердің аса жоғары деңгейде сипатталғанымен ерекшеленеді. Бұл жағдайда, аудармашы мұндай түсініктердің негізгі мағынасын түсініп, оны жай ғана оқырмандарға қарапайым сөздермен жеткізуі тиіс. Бірақ мұнда бір мәселе бар: оқырмандарға қалайша «葱茏», «繁茂» және «萋萋» секілді сөз тіркестерін өсімдіктердің энергия мен өмірге толы екендігін

сипаттайтын тіркестер екенін түсірдіруге болады? Сөзбе-сөз аударма мұнда қолдануға келмейді. Бұл жағдайда, аудармашы балама болып табылатын жалпы мағынасын қолдана алады. (Fang Mengzhi, 2008, 78-79)

Тарихтың әртүрлі болуы

Аудармада мәдени айырмашылықтар, әсіресе туризм саласындағы мәтіндерде, дұрыс көрсетілуі тиіс. Себебі, қытай және ағылшын халықтарының өзіндік тарихы бар. Адам мен жер-су аттарын, тарихи оқиғаларды, ежелгі өлеңдерді, танымал тарихи тұлғалардан қалған дәйексөздерді және т.б. аудару кезінде аудармашы қосып аудару стратегиясын таңдау керек. Яғни, аудармашылар оқырмандарға тарихи деректерді түсіндіруге көмектесу үшін қосымша түсініктеме береді. Бұл толықтырулар түпнұсқадағы мәтіндегі мәдениетті тарату және аударма мәтіндегі мәдениетті байытуда маңызды рөл атқарады.

Бастапқы мәтін:

路左有一巨石，石上原有苏东坡手书《云外流春》四个大字。

Аударма мәтін:

To its left is a rock formerly engraved with four big Chinese characters. Yun Wai Liu Chun (Beyond clouds flows spring) hand-written by Su Dongpo (1037-1101), the most versatile poet of the Northern Song Dynasty (960-1127).

Аудармада екі толықтыру бар: Юн Вай Ли Чун, екіншісі – Су Дунпо түсіндірмесі. Бұл толықтырулар аударма кезінде өте қажет. Чжанның айтуынша, Су Дунпо түсініктемесі жақсы түсіндіріліп, түпнұсқа мәтінін шетелдік оқырмандарға қытай тарихи мәдениеті туралы көбірек білуіне мүмкіндік береді. Сонымен қатар, белгілі бір мәдени салдары бар «云外流春» тіркесін аудару қиындықты тудырады. Егер ол транслитерация стратегиясымен аударылса, оқырмандар «云外流春» нақты мағынасын түсіне алмайды. Егер бұл еркін түрде аударылса, оқырмандар Су Дунпо ағылшын тілін жақсы білетін деп ойлауы мүмкін. Ал, бұл өте қиын мәселе. Бұл мысалда аудармашы «云外流春» тіркесіне түсінігін береді. (He Nanlin, 2008, 395)

Дін – кез келген мәдениеттің маңызды бөліктерінің бірі болып табылады. Сондықтан, аударма үдерісінде діни мәліметке аса жоғары назар аудару керек. Дін қазіргі кезде күнделікті өмірмен тығыз қарым-қатынаста. Қытайдың діни мәдениетіне Конфуцианизм, Даосизм және Буддизм түрлері кіреді. Батыстан келетін саяхатшылар Қытайға келгенде, көпшілігі Буддизм, Даосизм және Конфуцианизмді діндері жайлы білгісі келеді. Ал

аудармашының осы діндердің ілімін түсіндірудегі жауапкершілігі жоғары. Аудармашы Буддизмді, Даосизмді және Конфуцианизмді шетелдік оқырмандарға дәл жеткізуі тиіс. Оларды жойып немесе басқа діннің лайығына ауыстыруға болмайды. Діни мәдениет кейде саяхатшылар білгісі келетін маңызды аспектілердің бірі болып табылады. Мәселен:

Бастапқы мәтін:

济公劫富济贫，深受穷苦人民爱戴。

Аударма мәтін:

Jigong, Robin-hood in China, robbed the rich and won reputation from the poor for helping them.

Егер «Джигун» жай ғана Джигунға аударылса, шетелдік оқырмандар түсініспеушілік күйінде болады. Себебі олар Джигунның кім екенін білмейді. Негізінде, Джигун Нансоң әулетінің тақуасы әрі қытайлықтардың тірі буддасы болып саналды. Жоғарыда келтірілген мысалда аудармашы түсіндірме қосу арқылы аударған: Джигун Батыста ортағасыр кезеңінде бейнеленген Робин-Гудпен салыстырылды. Бұл қосымша шетелдік оқырмандарға Джигунның кім немесе қандай екенін түсінуге көмектеседі. Өкінішке орай, олар Джигунды діни тұлға екенін білмейді, сондықтан мәдени жағынан түсініспеушілікке әкеледі. Осындай түсініспеушілікті болдырмау үшін, аудармашы осы секілді мәліметтерді қосуы мүмкін. Мысалы: Қытайдағы Нансоң әулетіндегі тақуа мен Робин-Гуд. Сондықтан, оқырмандар Джигун жайлы толықтай түсініп, жақсы коммуникативтік әсерге қол жеткізе алады. (Lian Shu, 2002, 46-47)

Әр түрлі сөйлеу риторикасы

Сөйлеу риторикасына келетін болсақ, ағылшын және қытай тілдері арасында үлкен айырмашылықтар бар. Қытайлықтар қайталанатын құрылымды, төрт таңбалы сөз тіркестерін қолдануға бейім. Бұл айырмашылықтар әртүрлі сөздер стилдеріне әкеледі. Қытай тіліндегі туризм саласындағы мәтіндерде көркем сипаттама көбірек дамыған. Сонымен қатар, Қытайдың ұзақ тарихы мен керемет мәдениеті бар. Қытаймен салыстырғанда, ағылшын тіліндегі туризм саласындағы мәтіндерде ақпарат карапайым болып көрінеді. Себебі, ол тек қана жай сипаттамамен айқындалады. Мәселен:

Бастапқы мәтін:

峨眉山月清凉皎洁，光华如洗，熠熠生辉，丝丝扣人。

Аударма мәтін:

The moon over Mount E Mei is charmingly shimmering, giving off its coolly pure and silk-slim moonlight.

Қытай тілінде көптеген төрт иероглифтік идиомалар бар. Сондықтан біз аударма жасағанда осы тіркестерге көбірек назар аударуымыз керек. Ал, қазақ тіліндегі нұсқасы бастапқы мәтіннің басты идеясын бейнелейтін қысқаша түрі болып табылады. (Bao Huinan, 2001, 30)

Туризм саласындағы мәтіндердің функциялары

Қытай және ағылшын тіліндегі туризм саласындағы мәтіндердің бірдей мақсаттары бола алады және үш басты функцияны атқара алады: дыбыстық функция, ақпараттық функция және сипаттама функциясы. Дыбыстық функциясы – туризм саласындағы мәтіннің ең маңызды функциясы болып табылады. Шетелдік оқырмандарға сипаттаманы ұсына отырып, туризм саласындағы мәтін осы орындарға бару қызығушылығын тудыруы мүмкін. Егер шетелдік оқырмандар мәтін аудармасын оқығаннан кейін, бастапқы мәтіндік оқырмандармен бірдей сезімге ие болмаса, аударма мәтіні өзінің функциясын толықтай аша алмағандығын білдіреді.

Туризм саласындағы мәтіннің негізгі функциясы оның ақпараттылығы болып табылады. Бұл мәтіндер көркем орын жайлы барлық қажетті ақпаратпен қамтамасыз етілуі тиіс. Себебі, осы сипаттама арқылы оқырмандар көркем орынның қандай екенін біле алады. Туризм саласындағы мәтін ұсынатын ақпарат – тарихи ақпарат, географиялық ақпарат, діни ақпарат және т.б. қамтиды. Тиісті ақпараттың көмегімен оқырмандар танымал орындар жайлы біле алады.

Туризм саласындағы мәтіннің үшінші функциясы оның сипаттама функциясы болып табылады. Ол оқырмандарға арнайы бағытталуы керек. Мәтіннің сипаттама функциясы дегеніміз сипатталған көркем жердің айқын және нақты бейнесі. Туризм саласындағы мәтінді жазушы оқырмандарда жағымды эмоционалды көңіл-күйді тудыруы үшін көру, дыбыс, иіс, дәм секілді сенсорлық мәліметтерді қосуы керек. Сонымен қатар, туризм саласындағы мәтіннің аудармашысы оқырмандардың қызығушылығын ояту үшін осындай мәліметтерге де назар аударуы керек. Бұл функциялардың маңызы әртүрлі: дыбыстық функция басым болып келсе, екіншісі қосалқы. Сонымен қатар, бұл үш функция жеке емес; олар тұтастай бірге жұмыс атқарады. (Claude Delma, 1988, 56-57)

Туризм саласындағы мәтіннің аудару принциптері

Аударма екі түрлі мәдениетті нығайтуда маңызды рөл атқарады. Туризм саласындағы

аударманың мақсаты – шетелдік оқырмандарға көркем орындарды түсіндіруге және осы жерлерге қызығушылықты арттыруға мүмкіндік беру. Ол география, дін, әдет-ғұрып, тарих және тағы басқаларды қамтитын кейбір мәдени ақпаратқа ие. Сондықтан, жалпы айтқанда, туризм саласындағы аударма мәтіні екі рөлді көрсетуге тиіс: біріншісі – тиісті ақпаратты ұсыну; екіншісі – бағыт-бағдарды көрсету. Туризм саласындағы мәтінді аударудың екі принципі:

Біріншіден, түпнұсқалық мәтін қытайлық мәдениет туралы болып отыр, ал аударылған мәтін шетелдік оқырмандарға қытай мәдениетін таныстырудың бір жолы болып табылады.

Екіншіден, аудармашы туристік мәтінді құрметтеуге тиіс, себебі аударма нұсқасы бастапқы мәтінге негізделуі керек. Сондықтан, аудармашының әртүрлі мәдени мәліметтерді өңдеп, аударуы маңызды. (Lui Huimin, 1996, 5)

Туризм саласындағы мәтіндерді аудару әдістері

(i) Қайта жазу

Қайта жазу бастапқы мәтіннің мазмұнын немесе құрылымын қайта ұйымдастыру арқылы аударма мәтінін оқылуын жақсартуға бағытталған. Бастапқы мәтін дұрыс жазылмаған кезде немесе ежелгі терминдер көп кездесе, аудармашы қайта жазу стратегиясын қолданады.

(ii) Қосып аудару

Туризм саласындағы мәтінді аудару барысында аудармашылар қытай тарихы, діні, әдет-ғұрпы және т.б. туралы кейбір мәдени факторлармен кездеседі. Осындай жағдайда, аудармашы сөзбе-сөз аударуды қолданса, оқырмандар мұндай қытай мәдениетіне тән кей факторларды білмеуі мүмкін. Сондықтан, оқырман аударманы жақсы түсінуі үшін, аудармашы тиісті ақпаратты қосуы керек.

(iii) Алып тастау

Қытай тілі – бұл көптеген мәдени факторларға толы тіл. Туризм аясындағы мәтін, әдетте, мәдени факторларға толы мәтін түрлерінің бірі болып табылады. Алып тастау әдісі – аударма үдерісінде бастапқы мәтіннің кейбір бөліктерін ғана қалдыру. Аудармашы кейбір маңызды мәдени факторларды қысқарту әдісін қолданса, оқырмандар үшін кейбір ақпарат жеткіліксіз болуы мүмкін. Себебі олар осы мәдени факторларды білулеріне мүмкіндік болмайды. Алып тастаудың қайта жазудан айырмашылығы бар. Біріншісі, бастапқы мәтіндегі күрделі бөлікті ғана қысқартады, ал екіншісі, қиын бөлікті

ауыстыру үшін бір тіркесті немесе сөйлемді қолданады. (Wang Zhuigui, 1997, 31)

Туризм саласындағы мәтіндерінің сипаттамасы мен өзгешелігі

Туризм жаратылыстану ғылымдарынан элеуметтік ғылымдарға, географиядан жергілікті әдет-ғұрыптарға, тіпті мәдени ойын-сауыққа, тамақ пен киім салалары сияқты көптеген пәндерден тұрады. Туризм саласындағы мәтін бүкіл туризмге тиесілі тіл мен мәтіндік материалдарды қосатын қолданбалы мәтіндердің санатына жатады, яғни көркем жерлер, жарнамалар, туристік таңба белгілері, әдет-ғұрыптар, ежелгі ескерткіштер, аңыздар проза және т.б. мәтін түрлерін қамтиды. Бұл мәтіндердің жанры бейнелеу, баяндау және түсіндіру секілді мәдени ақпараттың үлкен көлемін алады және айқын мәдени ерекшеліктерге ие. Олар терең және бай мазмұнды болып келеді. Туризм саласындағы мәтіннің тілі – қарапайым туристер оны оқыған жағдайда түсінуге, сондай-ақ табиғат, география, мәдениет, тарих, салт-дәстүр және т.б. туралы тиісті білім алулары үшін нормаларға сәйкес келуі керек. Сондықтан туризм саласындағы мәтіннің тілдік көрінісі дәл, дұрыс, жарқын, түсінікті және тартымды болуы керек.

Туризм саласындағы мәтіннің функциясы ақпаратпен қамтамасыз ету (Blackmore D., 2002, 56-57). Дегенмен, әртүрлі мәдениеттер әр түрлі ойлау тәсілдеріне ие. Қытай мен батыс халықтары біртіндеп өздерінің жеке ойлау, эстетикалық психологиясы және әртүрлі тілдік және табиғи орталарда өздерінің тұрақты ойлау дағдыларын дамытты. Бұл режим әр мемлекеттің бірегей тілдік өрнектерін және сөздік қорын қалыптастырды, түрлі жазу стилі мен эстетикалық стандарттарды құрды. Бұл айырмашылықтар сөзсіз туризм саласындағы мәтіндерде көрініс табады. Ол қытай-ағылшын тіліндегі мәтіндерінің құрамын әртүрлі ұлттық ерекшеліктермен ерекшелендіреді.

Қытай және ағылшын тілдеріндегі туризм саласындағы мәтіндердің айырмашылықтары және олардың себептері

Ағылшын тілі үнді-европалық тілдік отбасына тиесілі, ал қытай тілі қытай-тибет тілдер отбасына жатады. Екі тілдің шығу тарихы әртүрлі және бір-біріне мүлдем ұқсамайды. Жалпы айтқанда, ағылшын тілі сөйлемдердегі ереже шектеулеріне баса назар аударады; қытай тіліндегі сөйлемдері қытай мәдениетінің жалпы интеграциясын, жеңіл форманы талдауды

және логиканы бейнелейтін мағынаға баса назар аударады.

Тіл формасы мен стилі тұрғысынан ағылшын-қытай тілдеріндегі мәтіндердің сипаттамалары өте айқын. Ағылшын мәтіндерінің көп бөлігінің құрылымы қарапайым, анық және күрделі емес және мәтінде қолданылатын сөздер қарапайым, жеңіл және жалпыға түсінікті болып табылады. Географиялық ортаны, қызмет көрсету объектілерін, көрікті жерлердің артықшылықтары мен кемшіліктерін, сирек кездесетін жерлердің сипаттамалық мазмұнын, ақпараттың дұрыстығын және тілдің практикалық деңгейін және де табу сөздерге назар аударады. Көптеген жағдайларда, көрікті жерлердің сипаттамасының нақты көрінісінің сұлулығын объективті тұрғыдан көрсету үшін, нақты бейнені жиі пайдаланады және оқырманға айқын және нақты әсер қалдыруға ұмтылады. Ағылшын тіліндегі туризм саласындағы мәтіндердің сөйлемдері толық ақпарат береді және олар жиі ұзақ сөйлемдермен көрсетіледі. Мысалы, Жаңа Зеландиядағы Фьордленд ұлттық паркі:

Tolkien's Middle – earth – that's what photographer Frans Lanting calls Fiordland, New Zealand's largest national park. Webs of cascading water, veils of cloud, and stands of silver beech lend mystery to this secluded southwestern edge of the South Island.

Қытай тіліндегі туризм саласындағы мәтінінде әлеуметтік әсер ету, тарихи эволюция, халықтық әдет-ғұрыптар және т.б. туристік ресурстар көрсетіледі. Туристік ресурстардың, әсіресе тарихи кітаптар мен көркем туындылардың және көрікті жерлерге арналған поэзияның пейзаждық және гуманистік сипаттамаларына баса назар аударылады. Осындай мәтін ішінде мақтау және сипаттама үлкен бөлікті құрайды. Қытай тіліндегі мәтінде көркем жерлердің сипаттамасы тек жазу мақсатында қолданылмайды. Оның нақты мақсаты – мекеннің сипаттамасымен туристердің шексіз қиялын ынталандыру және жүрек пен жанға әсер ету. Сондықтан қытай тіліндегі мәтіндерінің комбинациясы – жалған және шынайы сөздер, сөздердің әсемдігі, көркем жерлердің сипаттамасының қабылдануын білдіретін риторикалық әдістерге (әңгіме, метафора және т.б.) сүйенеді және оқырмандарға әсер қалдыру үшін көркемдік сипаттаманы қолдануға жүгінеді. Көбінесе параллель құрылымдардың көптігі мен төрт иероглифті сөйлемдерімен бірге жүреді. Жалпы айтқанда, қытай тілінде метафораға, тұрақты

сөз тіркестері мен эмоцияларға назар аударады. Мысалы, «Tai Qingshui Moon», Цюгдао Лушан тауының 12 сахнасының бірі:

在太清宫看海上月出，别有一番情趣。当万籁俱寂之时，光洁的月亮被一团金辉托出海面，溶溶月色倾洒海面，浮光潋滟，玉壶冰镜，岸边清风掠竹，细浪轻拍，景色幽奇绝伦。这便是崂山十二景中的《太清水月》。清代文人林绍言有诗赞曰：《相约访仙界，今宵宿太清。烟澄山月小，夜静海潮平。微雨五更冷，新秋一叶惊。悄然成独坐，细数晓钟声。》

Ағылшын және қытай мәтіндеріндегі көркем жердің бейнелеуін салыстыра отырып, ағылшын тіліндегі мәтін біршама қарапайым әрі нақты екенін аңғарамыз. Тіпті, мәтіндегі сөздер қолдануға алтындай көрініп, нақты әрі тікелей Жаңа Зеландиядағы Ұлттық саябақтың көркем табиғатын сипаттауға арналады. Соған байланысты, оқырманға көптеген қияли бейнелерді қалдырады. Қытай мәтінде төрт таңбалы сөз тіркесі мен идеома, қарама-қарсылық, шындықтың үйлесімі, көркемдік сұлулығы, фонологиялық сұлулық пен эмоционалдық сөздерге толы. Осының барлығы оқырмандарды біршама ойландырып, қытайлықтардың психологиясы мен әдеттеріне біршама түсінік береді. Ағылшын және қытайлық туризм мәтіндерінің арасындағы айырмашылық – ағылшын-қытай этностарының түрлі мәдени және эстетикалық сезімдерін көрсетеді. Ол әр түрлі мәдени дәстүрлерден, әлеуметтік тарихтан және эстетикамен ерекшеленеді. Қытайдың дәстүрлі философиясы, негізінен, адам табиғаты этикалық болып табылады, ал батыстық философия адам табиғаты когнитивті деп қарастырады.

Қытай мәдениеті адамзат өміріне, адамзаттың ең құндысы болып саналатын адамгершілікке, адамзаттың ең маңыздылығына және адамзат мәдениетіне негізделген. Дәстүрлі қытай мәдениеті конфуцианизм мен дао мәдениетіне негізделген. Ол тыныштық пен үйлесімді және адамдар арасындағы үйлесімділікті ерекше атап өтеді. (Minabad H., 2004, 31-46)

Қорытынды

Қытайдағы туризм индустриясының қарқынды дамуымен қатар Қытай туризм мәтінін ағылшын тіліне аудару қажеттілігі туындады. Негізінде, туризм және мәдениет тығыз байланысты. Шетелдік қонақтар Қытайға тек әдемі пейзажды тамашалауға ғана емес, сонымен қатар бірегей қытай мәдениеті туралы көбірек білу үшін де келеді. Осылайша, туризм

саласындағы мәтіндердің аудармасы табиғатта мәдениетаралық қарым-қатынастың бір түрі болып табылады. Жақсы қарым-қатынас жасау үшін аудармашылар мәдени факторлардың дұрыс қолданылуына назар аударуы керек.

Аударма лингвистикалық аудару және мәдени байланыстың қызметі болып табылады. Туризм саласындағы аударма да осындай. Сондықтан аудармашы лингвистикалық іргетасқа ие болу керек және жақсы аударманы ұсынуға екі тілдегі мәдени факторларға назар аударуы керек.

Әлемдік экономиканың дамуымен, отандық және шетелдік туризм – адамдардың бос уақытын өткізуіндегі басты нысанына айналды. Бүкіләлемдік туристік ұйымның болжамдарына сәйкес, 2020 жылға қарай Қытай әлемдегі ең ірі туристік ел және туристерді аттандыру бойынша әлемдегі елдер арасында төртінші ірі көзі бола-

ды. Қытай туризм индустриясының дамуы Қытай экономикасының қарқынды дамуына өз септігін тигізді және жаһандық туризм индустриясының тұрақты дамуына маңызды қолдау көрсетті. Дегенмен, отандық туризм саласындағы мәтіндердің аудармалары біркелкі емес және түсінбеушілік сияқты жан-жақты көзқарас шетелдік туристерге көптеген қолайсыздықтар әкеледі. Бұл Қытай туризм индустриясының дамуын шектейді және қолайсыздықтарды тудырады. Автор қытайлық және батыс мәдениеттер арасындағы айырмашылықтарды, қытай және ағылшын тілдеріндегі туризм мәтіндері мен оларды қалыптастыру себептері арасындағы айырмашылықтарды зерттеу үшін біріктіреді. Осыған сүйене отырып, тиісті аударма стратегиялары ұсынылып, Қытайдағы туризм мәтіндерінің аударма деңгейін одан әрі жетілдіре келетініне көмегін тигізеді.

Әдебиеттер

- 方梦之, 毛忠明. 应用翻译综合教程. 上海: 上海外语教育出版社, 2010, 45-47
王志奎. 大学汉英翻译教. 济南: 山东大学出版社, 2011, 58-59
Fang Mengzhi. Application of a comprehensive translation course [M] . Shanghai : Shanghai Foreign Language Education Publishing House , 2008, 78-79
He Nanlin . A Comparative Study of Chinese and English Languages and Models [M] . Jinan: Qilu Book Club, 2008, 395
Lian Shu . On the formula of Chinese and Western thinking [J] . Foreign Languages and Foreign Languages Teaching , 2002, 46-47
Bao Huinan. Cultural context and language translation [M] . Beijing: China's translation of foreign companies, 2001, 30.
Claude Delma . European Wenming [M] . Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 1988, 56-57
Liu Huimin , Yang Shoukang . On the English translation of travel information from the cultural perspective [J]. Chinese Translation , 1996, 5 .
Wang Zhikui . Chinese – English translation course [M] . Jinan: Shandong University Publishing House, 1997, 31
Blakemore, D. Understanding Utterances. Blackwell, Oxford, 2002, 56-57.
Minabad H., Hassan. Culture in Translation and Translation of Culture Specific Items. *Translation Studies*. 2004, 31-46
<http://www.topchinatravel.com/china-attractions/hanshan-temple.htm>

References

- Fāng mèng zhī, máo zhōngmíng. Yìngyòng fānyì zònghé jiàochéng. Shànghǎi: Shànghǎi wàiyǔ jiàoyù chūbǎn shè, 2010, 45-47
Wángzhìkuí. Dàxué hàn yīng fānyì jiào. Jīnán: Shāndōng dàxué chūbǎn shè, 2011, 58-59
Fang Mengzhi. Application of a comprehensive translation course [M] . Shanghai : Shanghai Foreign Language Education Publishing House , 2008, 78-79
He Nanlin . A Comparative Study of Chinese and English Languages and Models [M] . Jinan: Qilu Book Club, 2008, 395
Lian Shu. On the formula of Chinese and Western thinking [J] . Foreign Languages and Foreign Languages Teaching , 2002, 46-47
Bao Huinan . Cultural context and language translation [M] . Beijing: China's translation of foreign companies, 2001, 30.
Claude Delma . European Wenming [M] . Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 1988, 56-57
Liu Huimin , Yang Shoukang . On the English translation of travel information from the cultural perspective [J] . Chinese Translation , 1996, 5 .
Wang Zhikui . Chinese – English translation course [M] . Jinan: Shandong University Publishing House, 1997, 31
Blakemore, D. Understanding Utterances. Blackwell, Oxford, 2002, 56-57.
Minabad H., Hassan. Culture in Translation and Translation of Culture Specific Items. *Translation Studies*. 2004, 31-46
<http://www.topchinatravel.com/china-attractions/hanshan-temple.htm>