

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/magisterskaya-rabota/91705>

Тип работы: Магистерская работа

Предмет: Лингвистика

Введение 3

Глава 1: Путеводитель как особый вид текста и особенности его перевода 6

1.1. Понятие текст и виды текстов 6

1.1.1 Путеводитель в системе текстов 11

1.2. Понятие национально-культурной специфики текста 17

1.2.1. Отражение национально-культурной специфики в текстах
путеводителей 20

1.3. Понятие реалии и безэквивалентной лексики 26

1.3.1. Виды и классификации реалий 26

1.3.2. Функциональные особенности реалий в тексте 30

1.4. Проблемы перевода реалий в текстах путеводителей 33

1.4.1 Переводческие трансформации при передаче реалий 33

Глава 2. Русские реалии, переведенные на английский и испанский языки в
путеводителях по Санкт-Петербургу 40

2.1. Географические реалии 40

2.2 Реалии, относящиеся к национальной кухне 48

2.3 Военные реалии 55

2.4 Бытовые реалии 62

2.5 Исторические реалии 67

Заключение 75

Библиографический список 77

Список источников 77

Список литературы 77

Приложение 1 83

Введение

Данная магистерская диссертация посвящена проблеме передачи
национального колорита в процессе перевода русскоязычных реалий на
английский и испанский языки при составлении путеводителей по СанктПетербургу.

Межкультурные контакты были распространены ранее, и продолжают по
сей день. Появлению этих контактов способствовали войны, завоевания
новых территорий, торговые отношения и т.д. В современных условиях
межкультурное взаимодействие также продолжает осуществляться в разных
сферах человеческой деятельности: туризме, искусстве, спорте, личных
контактах и т.п. В результате такого взаимодействия люди сталкиваются не
только с языковым, но и культурным барьерами. Таким образом, необходимо
исследовать не только языки других народов, но и их традиции и культуру.

Глава 1: Путеводитель как особый вид текста и особенности его перевода

1.1. Понятие текст и виды текстов

При рассмотрении части туристического дискурса – текста– необходимо дать
определение понятия «текст».

Рассматривая перевод с точки зрения процесса и результата в разных
аспектах, необходимо иметь в виду, что объектом рассмотрения всегда
является текст. Однако текст рассматривается в теории перевода не только
как некое содержимое, состоящее из тех или иных языковых явлений (фонем,
слов, грамматических структур), но и как самостоятельный феномен,
обладающий признаками, релевантными для перевода. Именно эти признаки
позволяют переводчику выбрать общую стратегию и способ перевода. В

науке давно отмечается наличие специфических признаков у каждого текста. Существует множество подходов к определению понятия «текст».

4

Проблемой текста занимались такие ученые, как Гальперин И. Р., Москальская О.И., Тураева З.Я. и др. Наиболее полным является, по-нашему, следующее определение: «под словесным произведением (текстом) понимается всякий отграниченный, языковой макрообъект, которому в результате целенаправленной коммуникативно-речевой и языковой деятельности придана определенная конструктивная организованность, внутренняя и внешняя форма» [Брандес 2004, с. 48].

1.1.1 Путеводитель в системе текстов

Согласно Толковому словарю русского языка под редакцией С.И. Ожегова, путеводитель – это «справочник о каком-нибудь историческом месте, музее, туристском маршруте» [Ожегов 1990, 633].

БСЭ дает определение путеводителя как краткого справочного издания, в котором содержится информация, предназначенная преимущественно для туристов о стране, городе и т.п., а также имеет сведения о местных достопримечательностях отелях, музеях, библиотеках и т.п.

Cambridge dictionary предоставляет схожее и емкое определение этого термина: guidebook is a book that gives information for visitors about a place, such as a city or country.

1.2. Понятие национально-культурной специфики текста

Культурные понятия – общепринятые условные единицы в изучении языка, сознания и культуры человека, которые характеризуются наличием этнической окраски. Под культурным понятием обычно понимается: «сгусток культуры в умах людей: путь, которым культура входит в ментальный мир индивидуума, и, с другой стороны, путь, которым индивидуум входит в культуру. Взаимосвязь культуры и языка обеспечивает человека, те процессы, которые происходят в его мышлении, превращаясь в сознание, образованное "картиной мира" »[Ахманова, 2016]. Выражение

5

которого происходит через словесные средства-речь, язык. Концепция отражает общепринятый народный опыт, а также индивидуальный, авторский опыт конкретных ситуаций. Индивидуализированное понятие, тем не менее, рассматривается в контексте общего как личность, его сознание формируется под влиянием социально значимых ценностей.

1.2.1. Отражение национально-культурной специфики в текстах путеводителей

Путеводитель представляет собой креализованный текст с ярко выраженной лингвокультурной составляющей. Путеводители характеризуются повышенной социокультурной составляющей: наличием страноведческой культурологической информации, стереотипичностью подачи и восприятия информации представителями «своей» и «чужой» культуры, присутствием стилистически окрашенной лексики, реалий, туристических терминов. Лингвокультурология определяет роль языка как средства реализации практических, теоретических и культурных знаний человека, которые приобретены в процессе осмысления окружающего мира. По мнению В.В. Воробьева, лингвокультурология представляет собой «комплексную научную дисциплину синтезирующего типа, изучающую взаимосвязь и взаимодействие культуры и языка в его функционировании и отражающую этот процесс как целостную структуру единиц в единстве их языкового и внеязыкового (культурного) содержания при помощи системных методов и с ориентацией на современные приоритеты и культурные установления» [Воробьев В.В.; с. 36–37].

1.3. Понятие реалии и безэквивалентной лексики

Культура и язык тесно взаимосвязаны. Межкультурная коммуникация рассматривает не только языковые контакты, но также и взаимодействие на культурном уровне. У каждой культуры существуют такие структурные

6

элементы языка, которые присущи только ей. Такими структурными элементами являются языковые реалии. До сих пор в современных языковых науках, несмотря на широкое использование этого термина, мы не имеем четкого определения понятия реалий. Слово «реалия» является латинским именем прилагательным (*realis*, -е, мн. *realia* «вещественный, действительный»), которое в процессе своей эволюции в русском языке стало существительным.

1.3.1. Виды и классификации реалий

Реалии являются довольно своеобразной и вместе с этим сложной и неоднозначной категорией лексической системы языка. Болгарские ученые С. Влахов и С. Флорин подразумевают под реалиями слова и словосочетания, которым называют объекты, характерные для быта, культуры, жизни, социального развития конкретно взятой народности, выражающие национальный колорит, но при этом данные лексемы совершенно незнакомы или поверхностно знакомы представителям другой культуры. Получение же широкого распространения на международной языковой арене тесно взаимосвязано с современными тенденциями развития. Такие реалии становятся интернациональными или межкультурными. При частотном использовании реалий в тексте переводимого языка, реалии входят в состав языковой системы, вступают в различные отношения с другими единицами языка [Влахов, Флорин].

1.3.2. Функциональные особенности реалий в тексте

Реалии в тексте являются важным элементом эстетики текста. Реалии являются частью структурирующих текст элементов: пространство, события, состояние. Тем самым реалии предстают в функции элемента текста, что позволяет отнести их к части национального колорита текста.

7

Понимание данных особенностей может иметь результативность только в случае проникновения в специфику мировоззрения, в подсознательные глубины национального психотипа. Таким образом, вербализация реалий при переводе основывается на компенсации, обеспечивающей эквивалентность в исходном и переводимом текстах. При этом, можно говорить о внутрилингвистической и внешнелингвистической компенсации.

Общеизвестно, что в каждом языке существует определенное количество слов, обычных на первый взгляд для своего лексикона, но довольно труднопереводимых. Ведь реалии – это специфические слова либо названия предметов духовной и материальной культуры, свойственные лишь конкретному народу – социуму.

1.4. Проблемы перевода реалий в текстах путеводителей

1.4.1 Переводческие трансформации при передаче реалий

В языковом пространстве носителей реалии являются общеупотребительными словами и широко используются. Такие языковые единицы иноязычного текста не имеют точных соответствий (эквивалентов), поэтому не поддаются переводу на общих основаниях, требуя особого подхода. Каждый раз, сталкиваясь с реалией в исходном тексте, переводчик вынужден искать способ перенесения национального и исторического колорита исходного текста на другой язык.

На сегодняшний день, по мнению большинства лингвистов существует несколько наиболее распространенных случаев отражения реалий в тексте.

Выводы по главе 1

Тексты путеводителя являются наиболее важными источниками информации

об экономических и культурных особенностях страны, выступают визитной карточкой этноса, обеспечивают связь между представителями разных стран в культурном пространстве. Одним из наиболее важных моментов при

составлении туристических текстов является использование различных реалий, непосредственно связанных с описанной страной или отдельным городом. Путеводитель – это потребительский текст, в котором содержится ознакомительная информация, предназначенная путешественникам. Специфика текста туристического дискурса, в частности путеводителя определяется функциональной разновекторностью, которая предполагает реализацию следующих информирующей; рекламной; развлекающей функций.

Глава 2. Русские реалии, переведенные на английский и испанский языки в путеводителях по Санкт-Петербургу

Материалом данного исследования послужили три путеводителя по г. Санкт-Петербургу и области, изданные либо на английском языке, либо на испанском, а также рассмотрен один случай, когда путеводитель, созданный русскоязычным носителем переведен англоязычным носителем. Общий объем проанализированного текста составил 620 страниц. Для анализа были отобраны 300 лингвострановедческие единицы, под которыми мы понимаем любое слово, словосочетание, фразу или более крупную текстовую единицу, имеющие национально-культурную специфику или отражающие культурнообусловленную ситуацию.

Анализ в целом показал, что путеводители, изданные в России и изначально написанные русскими авторами на русском языке (даже те, которые имеют параллельный текст на английском языке), в основном выполняют информационную функцию и могут быть отнесены к информационным справочникам.

2.1. Географические реалии

Развитие топонимической системы России происходило в соответствии с уникальными условиями развития языка. Большое значение придается взаимовлиянию географических факторов. В этом процессе возникает сложная система межъязыковых и межэтнических контактов, что оказывает влияние на всю

систему топонимии России в целом. В системе реалий можно обнаружить большое количество заимствований, влияние которых зависит от множества факторов, лингвистических и экстралингвистических (социальное устройство этнических групп, статус языков и их распространённость, численность населения различных народов, освоённость территорий, специфика ландшафта и др.).

Богатый исторический опыт во многом влияет на появление вопросов о происхождении наименований многих городов, рек, озер. В лингвистическом аспекте данный факт представлен языковыми особенностями, семантикой топонимов, особенностями словообразования и структуры. Для географических наименований Санкт-Петербурга характерно, как и для большинства городов:

- а) протяженность пространственных границ;
- б) сложная социально-демографическая картина;
- в) разветвленная инфраструктурой, включающей административные, производственные, охранительные, культурно-просветительные и проч. Формации. При рассмотрении наименований магазинов, кафе, гостиниц и других объектов мы можем наблюдать живые процессы в языковой действительности города. Для городской номинации характерно наименование традиционное в культурной и бытовой сфере, то есть такое, которое указывает на реальные свойства называемого объекта. В названии содержится объективная информация, которая позволяет легче осваивать

пространственную сферу города, указывая на ориентацию объекта, его местоположение.

2.2 Реалии, относящиеся к национальной кухне

Столкновение с реалиями в процессе коммуникации неизбежно. Реалии могут возникнуть при переводе отчетов на конференциях, во время переговоров и т. д. Тем не менее, иностранные гости во время своего пребывания хотя бы один раз посещают объекты общественного питания 10

(столовая, кафетерий, ресторан). Именно поэтому мы также проанализировали меню ресторанов русской кухни в городе Санкт-Петербург, ссылки на которые представлены в исследуемых путеводителях.

По нашему мнению, при переводе путеводителя возможны следующие комбинированные способы передачи реалий:

1. Описание и транслитерация, которая позволит читателям познакомиться с другой культурой. Необходимо отметить, что эта техника используется переводчиком английского языка.
2. Методы объяснения и кальки. Этот метод передачи больше нацелен на массового читателя, поскольку, с одной стороны, из смысла реалий будет ясно, что он не отделен от чтения, с другой стороны, любознательный читатель будет иметь возможность больше узнать о другой культуре.
3. Использование изображения по ходу текста работы. В этом случае сам читатель может сопоставить различия между своим представлением о предмете и действительным образом предмета в чужой культуре. Этот метод не требует языковых объяснений, однако с экономической точки зрения потребует от редактора дополнительных затрат на печать изображений. Что касается описания, это социокультурный комментарий и может быть помещен в конце работы для удобства. По нашему мнению, выбор комментария будет зависеть от типа реалии и ее роли в контексте работы.

2.3 Военные реалии

Каждая страна, каждый народ, каждая местность имеют свои особые условия развития, которые являются их характерными чертами, и тем самым отличают разные культуры, наделяя их чем-то неповторимым, особым. В последние десятилетия возрос интерес к изучению языка в его тесной связи с культурой народа, говорящего на этом языке. В ряде работ, посвященных изучению языка в тесной связи с культурой страны, выделяется так называемый культурный компонент значения, вскрывается лингвистическая природа фоновых знаний, показываются особенности своеобразия 11

функционирования лексических единиц в каждой из рассматриваемых языковых особенностей. В современной лингвистике изучению переводов лексики военной тематики посвящено множество работ, но, тем не менее, этот вопрос остается малоизученным и продолжается динамичное его изучение. В нашем исследовании анализ наиболее интересных переводов показал, что прагматическая установка направлена на оказание воздействия посредством использования лексических, стилистических, синтаксических средств.

2.4 Бытовые реалии

В связи с бурным развитием сферы туризма на сегодняшний день требуется все больше туристических текстов различных жанров. Прежде всего, все они призваны дать подробную информацию о той или иной стране. Реципиентом в данном случае выступает человек, желающий отправиться в другую страну или уже активно путешествующий, т.е. турист, о чём свидетельствуют многочисленные упоминания в самом тексте. Все страницы имеют одинаковую структуру, которая включает название страны, небольшое вступление с общими сведениями и несколько разделов, каждый из которых

посвящён определённой теме. Начало статьи призвано дать читателю общее представление о месте. В нём представлена информация о геополитическом положении страны, странах-соседях и выходе к морю. В начале каждой страницы также можно ознакомиться с краткими фактами (Quickfacts), включающими название столицы, телефонный код, интернет-домен, стандарты для розеток, часовой пояс, а также точные данные о площади территории страны, численности населения, вероисповедании и форме правления. Первый раздел под названием Understand имеет множество подразделов и включает в себя информацию культурологического (Culture), исторического (History) и географического (Wildlife, Geology, Terrain, Climate) плана, а также подробный рассказ об устройстве власти (Government),

12

стандартах для частоты и силы тока в сети (Electricity). После общепознавательного блока читателю предлагается ознакомиться с названиями и кратким описанием городов/островов (Islands/Cities) и другими местами (Otherdestinations), которые есть в стране. Следующий раздел носит название Getin. В нём содержится подробная информация о том, как можно добраться до выбранной страны практически из любой точки земного шара и на каком виде транспорта это лучше всего сделать (подразделы: Byplane, Byboat, Bytrain, Bycar, Onfoot).

2.5 Исторические реалии

Исходя из того, что анализируемые тексты имеют большое количество разделов и подразделов, в каждом из которых освещается определённый аспект, можно говорить о многообразии тем, которое присуще любому туристическому тексту. Тем не менее, то, насколько подробно раскрыта каждая тема, начиная от исторических фактов и заканчивая возможностью найти работу в стране. Кроме того, наличие в текстах информации о стоимости и времени экскурсий, месторасположении магазинов, кафе и курортов, контактных телефонов, адресов и карт является наиболее характерной именно для путеводителя чертой, так как все эти составляющие входят в его информативный блок. Исследование также показало, что тексты сочетают в себе признаки научного и публицистического стилей.

Отдельной группой для анализа и описания способа перевода были исторические реалии, которые представлены предметами быта, праздниками и традициями, а также предметами и местами, отражающими свою непосредственную уникальность. NewYear, Christmas /Año Nuevo, Navidad / Новый год, Рождество. Будучи более конкретными, они без тени сомнения точно отражают ту действительность, которую мы можем ощутить в тексте, описывающем праздничные дни. Возможно, в некоторых местах они более осовремененные, модернизированные. Можно заметить, что, передавая значения слов, часто используют прием конкретизации, адаптируя текст

13

согласно ориентированности на читателя, так, например, стоит обратить внимание на слова college и platform. В первом случае дан перевод «колледж» и «помост», что одновременно отражает действительность и элемент культуры, который был изначально заложен в реалию. Упоминание элементов одежды и тканей так же несет определенную информацию с элементами национальной принадлежности и колорита. Пытаясь донести более полное представление о вещах, которые представляют этническую картину описываемой страны.

Заключение

Являясь одной из самых быстро развивающихся индустрий в мире, индустрия туризма на сегодняшний день занимается привлечением как можно большего числа потенциальных клиентов, чему активно способствует туристический текст. В связи с этим, феномен туристического текста с

каждым годом всё больше привлекает внимание отечественных и зарубежных лингвистов, которые стремятся изучить данный тип текста во всём его многообразии. В первую очередь, для достижения цели был проведён теоретический анализ структуры туристического дискурса, в ходе которого было дано определение туристического текста, названы его цель, автор и адресат, а также перечислены его основные функции и речевые стратегии. Несмотря на то, что исследователи выделяют несколько жанров туристического текста, наибольший интерес в рамках исследования представил жанр путеводителя, так как он является наиболее сложным и, в то же время, интересным для читателей.

Библиографический список

Список источников

1. Albedil M., San Petersburgo. –Изд-во: Яркий город. 2005 – 304р.
2. Kutovoj N. Guía práctica para viajar a San Petersburgo, Rusia. 2004- 32р.

14

3. Williams P. R. Saint Petersburg. Guidebook. (Санкт-Петербург. Путеводитель на английском языке). Изд-во: Яркий город. – 2015.- 288р.

Список литературы

4. Абдуразакова Ш.Р. Межязыковые лакуны и способы их перевода / Ш.Р. Абдуразакова // Филология и лингвистика в современном обществе: материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Москва, май 2012 г.). – М.: Ваш полиграфический партнер, 2012. – С. 97-99.
 5. Алексеева И. С. Введение в переводоведение: учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 352с.
 6. Алимов В.В. Теория перевода. Перевод в сфере профессиональной коммуникации: учеб. пособие. – М.: Комкнига, 2006.
 7. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация / /Е. Е. Анисимова. – М.: Академия, 2003. – 123 с.
 8. Аргашокова С.Х. Прагматическая функция туристской терминологии / С.Х. Аргашокова // Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики. – 2016. № 9. – С. 26-30.
 9. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М. :Либроком, 2016. С. 376.
 10. Бархударов Л.С. Контекстное значение слова и перевод / Л. С. Бархударов // Сб. научн. тр. / Моск. пед. ин-т иностр. языков. – 1984. – Вып. 238. – С. 3-17.
 11. Бархударов Л.С. Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода. М. :Ленанд, 2016. С. 129-130.
 12. Болотина Ю.П. Категория локативности в аутентичном англоязычном путеводителе по России // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, 2009. №97. С. 192-196.
- 15
13. Брандес М. П. Стилистика текста. Теоретический курс. Москва «Прогресс-Традиция» «ИНФРА-М», 2004. 224 с.
 14. Быстрова В.И. Перевод в контексте межкультурной коммуникации // Язык и культура в евразийском пространстве: сб. ст. XVI Междунар. науч. конф. – Томск, 2004. – С. 417-421.
 15. Вержбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов./ А. Вержбицкая. – М.: Языки славянской культуры, 2001. — 288 с.
 16. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе // Мастерство перевода, 1969: сб. статей. – М.: Сов.писатель, 1970. – С. 432-456.
 17. Воробьев В.В. Лингвокультурология: теория и методы. М.: Издательство Российского университета дружбы народов, 1997.

18. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: КомКнига, 2006. – 144 с.
19. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.:Ленанд, 2017. С. 83-84.
20. Гарбовский Н.К. Теория перевода: учебник и практикум. М.:Юрайт, 2016. С. 212.
21. Гойхман О.Я. Коммуникативистика в современном обществе / Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. – 2012, №1, с. 4–8. 9.
22. Гусаров Д.А., Семенов А.Л. Проблема номинации и обозначения в языке и речи: сопоставительный аспект // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. — 2012. — № 4. — С. 14-19.
23. Егорова К.А. Западный англоязычный путеводитель по России: бытовая лексика / К.А. Егорова // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2012. – № 2 (Том 7). – С. 195-205.
24. Загрязкина Т.Ю. Образ страны и образ языка / Т.Ю. Загрязкина // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2008. – № 3. – С. 116-127.
- 16
25. Захарова У.С. Анализ национальных особенностей культур: к проблеме синтеза теории ключевых слов и теории культурных доминант / У.С. Захарова // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2012. – №3(7). – С. 15-18.
26. Зотов С.В. Смыслообразующие константы национальных культур / С.В. Зотов // Аналитика культурологии. – 2005. - №4. – Электронный ресурс. Режим доступа <http://cyberleninka.ru/article/n/smysloobrazuyushchiekonstantynatsionalnyh kultur>
27. Кабакчи В.В. Неисследованный вид переводческой деятельности: внутренний перевод. СПб.:Тригон, 2000. С. 65-75
28. Кожокина А.В. Путеводитель как объект лингвокультурологического исследования // Сборник научных трудов по материалам I Международной научнопрактической конференции. Нижний Новгород: ИП Плесканюк Татьяна Николаевна, 2017. С. 10-17.
29. Корнева В.В. Категоризация природных реалий в испанском языке / В.В.Корнева // Когнитивные исследования языка. Тамбов, 2016, №26, с. 223-225.
30. Корнева В.В. Культурно-специфические признаки категории природных реалий / В.В.Корнева // Когнитивные исследования языка. Тамбов, 2015, №22, с. 846-848.
31. Кэтфорд, Дж. Лингвистическая теория перевода. Об одном аспекте прикладной лингвистики. Перевод с английского В.Д. Мазо [Текст] / Дж. Кэтфорд. - М.: УРСС, 2004.
32. Марковина И.Ю. Культура и текст. Введение в лакунологию: учеб. пособие / И. Ю. Марковина, Ю. А. Сорокин. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2010. – 144 с.
33. Меркушева Е.В. Проблема терминологии культурного туризма / Е.В. Меркушева // Система ценностей современного общества. – Новосибирск: Центр развития научного сотрудничества, 2012. – №12. С. 196-200.
- 17
34. Москальская О.И. Грамматика текста. – М.: Высшая школа, 1981. – 183 с.
35. Нелюбин Л. Л. Толковый переводческий словарь. – 3-е изд., перераб. / Л. Л. Нелюбин. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 320 с.
36. Оболенская Ю.Л. Диалог культур и диалектика перевода. Судьбы произведений русских писателей XIX века в Испании и Латинской Америке. – М.,1998.

37. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. М.: Мир и образование, 2016. С. 826.
38. Пугачева, О.В. Речевой акт как трехуровневое единство: проблема перлокутивного эффекта [Электронный ресурс] / О. В. Пугачева / Электронный научный журнал «Исследовано в России» [онлайн]. – 2007. – 6 с.
39. Пшеницын С. Л. Универсальное и культурно-специфическое в переводе // Язык в пространстве социума и культуры. – СПб, 2015. – 207 – 211.
40. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика : очерки лингвистической теории перевода. М.: Аудитория, 2016. С. 137-138.
41. Садиков А.В. Проблема перевода советских реалий в ее прагматическом аспекте / А.В. Садиков // Тетради переводчика / под ред. Я.С. Бархударова. М., 1984. – Вып. 21. – С. 77-89.
42. Тураева З.Я. Лингвистика текста. – М.: Просвещение, 1986. – 127 с.
43. Филатова Н.В. Жанровое пространство туристического дискурса// Вестник МГГУ им. М.А. Шолохова. Филологические науки. - 2012. - № 2.
44. Швейцер А.Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты. М.: Кн. дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 216 с.
45. Borrueco Rosa, María A.: El discurso turístico: Estudio lingüístico aplicado a la enseñanza de la traducción. 2006. Vol. 1. Núm. 12. Pag. 69-78
46. Durán Muñoz I. Analysing common mistakes in translations of tourist texts (Spanish, English and German) / Onomázein. 2012. № 26. P. 335–349.
- 18
47. Garau, C. Emerging technologies and cultural tourism: Opportunities for a cultural urban tourism research agenda. In Tourism in the City, 1st ed.; Bellini, N., Pasquinelli, C., Eds.; Springer: Cham, Switzerland, 2017; pp. 67–80
48. Genç, R. The Impact of Augmented Reality (AR) Technology on Tourist Satisfaction. In Augmented Reality and Virtual Reality, 1st ed.; Jung, T., tom Dieck, M.C., Eds.; Springer: Cham, Switzerland, 2018; pp. 109–116
49. Kelly D. The translation of Texts from The Tourist Sector: Textual conventions, cultural distance and other constraints / TRANS: revista de traductología. 1998. № 2. P. 33–42.
50. Maci S. Virtual touring the web-language of tourism / Linguistica e Filologia. 2007. № 25. P. 41–65.
51. New York: Big Apple Temptations // Меридиан. – 2007. – № 39. – С. 13-20.
52. Pérez-Reverte A. Clientes y clientas // Pérez-Reverte A. El país semanal. – 2000, 2 de abril. – P. 10.
53. Reiß K. Text Types, Translation Types and Translation Assessment // Readings in Translation Theory / A. Chesterman (Hrsg.). – Helsinki: Finn Lectura, 1989. – S. 105-115.
54. Santacana, J.; Coma, L. El m-Learning y la Educación Patrimonial; Ediciones Trea: Gijón, España, 2014
55. Suau Jiménez F. El turista 2.0 como receptor de la promoción turística: estrategias lingüísticas e importancia de su estudio / Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. 2012. № 10(4). P. 143–153.
56. Total Adventure... with a Purpose. – Wiltshire: Africa and Asia Venture, 2006.
57. Usual. Gran Diccionario de la Lengua Española. — Barcelona : Larousse Editorial, 2009. 1856 p.
58. Where does the soul of a people dwell? // Меридиан. – 2008. – № 43. – С. 48-50.
- 19
59. Whitmell C. Business Writing Essentials: How To Write Letters, Reports

and Emails. USA, 2013. P. 82.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/magisterskaya-rabota/91705>