

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА САЙТА ТУРИСТИЧЕСКОЙ
НАПРАВЛЕННОСТИ

Бердиева Гавхар Фарход кизи

Магистр 1-курса,

специальность: Лингвистика (русский язык)

Самаркандский государственный университет имени Шарофа Рашидова

E-mail: gavhar0265@gmail.com

Тел: (91) 5600265

Научный руководитель: **Вадим Витальевич Сдобников**
русский лингвист, доктор филологических наук, доцент.

Аннотация. Данная статья рассматривает ключевые особенности и проблемы перевода туристических веб-сайтов в условиях глобализации индустрии туризма. Анализируются лингвистические, культурные и технические аспекты адаптации туристического контента для международной аудитории. Исследование основано на теоретическом анализе современных подходов к переводу веб-контента и специфики туристического дискурса. Выявлены основные стратегии локализации туристических сайтов, включая культурную адаптацию, SEO-оптимизацию переводного контента и обеспечение функциональной эквивалентности. Результаты показывают, что успешный перевод туристического сайта требует комплексного подхода, учитывающего не только языковые, но и культурные, маркетинговые и технические факторы.

Ключевые слова: перевод веб-сайтов, туристический дискурс, локализация, культурная адаптация, цифровой перевод

TURIZM SAYTINI TARJIMA ETISH XUSUSIYATLARI

Annotatsiya. Ushbu maqola sayyohlik sanoati globallashuvi sharoitida sayyohlik veb-saytlarini tarjima qilishning asosiy xususiyatlari va muammolarini ko'rib chiqadi. Xalqaro auditoriya uchun sayyohlik kontentini moslashtirishning lingvistik, madaniy va texnik jihatlarini tahlil etiladi. Tadqiqot veb-kontentni tarjima qilishning zamonaviy yondashuvlari va sayyohlik diskursining o'ziga xos xususiyatlarini nazariy tahlil qilishga asoslangan. Sayyohlik saytlarini lokalizatsiya qilishning asosiy strategiyalari, shu jumladan madaniy moslashish, SEO-optimizatsiya va funksional ekvivalentlikni ta'minlash aniqlangan. Natijalar shuni ko'rsatadiki, sayyohlik saytini muvaffaqiyatli tarjima qilish nafaqat til, balki madaniy, marketing va texnik omillarni hisobga oluvchi kompleks yondashuvni talab qiladi.

Kalit so'zlar: veb-saytlarni tarjima qilish, sayyohlik diskursi, lokalizatsiya, madaniy moslashish, raqamli tarjima

FEATURES OF TRANSLATING A TOURISM SITE

Abstract. This article examines the main features and challenges of translating tourism websites in the context of the globalization of the tourism industry. The linguistic, cultural and technical aspects of adapting tourism content for an international audience are analyzed. The study is based on a theoretical analysis of modern approaches to translating web content and the specifics of tourism discourse. The main strategies for localizing tourism websites are identified, including cultural adaptation, SEO optimization and ensuring functional equivalence. The results show that

successful translation of a tourism website requires an integrated approach that takes into account not only linguistic, but also cultural, marketing and technical factors.

Keywords: website translation, tourism discourse, localization, cultural adaptation, digital translation

ВВЕДЕНИЕ

Современная индустрия туризма характеризуется высокой степенью интернационализации, что делает качественный перевод веб-сайтов туристической направленности критически важным фактором успешного продвижения туристических услуг на международном рынке. Туристические веб-сайты представляют собой особый тип текстов, сочетающий информативную, рекламную и культурно-познавательную функции, что создает уникальные вызовы для переводчиков и специалистов по локализации.

Актуальность исследования обусловлена стремительным ростом цифрового туризма и необходимостью эффективной межкультурной коммуникации в данной сфере. По данным Всемирной туристской организации ООН, более 80% туристов используют интернет для планирования путешествий, что подчеркивает критическую важность качественного перевода туристических веб-ресурсов [1]. Особенности туристического дискурса, включающего описание достопримечательностей, культурных особенностей, практической информации и эмоционально окрашенных призывов к действию, требуют специализированного подхода к переводу, выходящего за рамки традиционного лингвистического трансфера.

МЕТОДОЛОГИЯ И АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ

Методологическую основу исследования составляет комплексный теоретический анализ современных научных работ в области переводоведения, веб-локализации и туристического дискурса. Исследование базируется на функциональном подходе к переводу, разработанном К. Райс и Г. Фермеером, который рассматривает перевод как целенаправленное межкультурное действие [2]. Данный подход особенно релевантен для анализа перевода туристических сайтов, поскольку позволяет учитывать функциональные особенности текста и коммуникативные потребности целевой аудитории.

Теоретическая база исследования включает работы ведущих специалистов в области веб-локализации, таких как Б. Эспозито, который определяет локализацию как процесс адаптации продукта или услуги к конкретному языку, культуре и желаемому локальному внешнему виду [3]. Особое внимание уделяется концепции культурной адаптации, разработанной М. Кронином, который подчеркивает необходимость учета культурных различий при переводе туристического контента [4].

Среди узбекских исследователей необходимо отметить работы С.А. Саломова и З.Т. Юлдашева, которые в своем труде «Теория и практика перевода» глубоко анализируют вопросы взаимосвязи языка и культуры [5]. Авторы особо подчеркивают важность культурного контекста при переводе туристических текстов, что соответствует современным тенденциям в переводоведении.

Российские исследователи внесли значительный вклад в изучение теории перевода. Классические работы В.Н. Комиссарова и А.Д. Швейцера по теории перевода и межкультурной коммуникации заложили основы современного понимания переводческого процесса [6]. Особый интерес представляют исследования Л.Л. Нелюбина в области веб-локализации, где автор рассматривает лингвистические аспекты адаптации веб-контента [7].

Анализ специализированной литературы показывает, что перевод туристических веб-сайтов представляет собой междисциплинарную область, находящуюся на пересечении переводоведения, культурологии, маркетинга и информационных технологий. Исследования А. Педи и др. демонстрируют, что туристический дискурс характеризуется высокой степенью культурной специфичности, что требует не просто языкового перевода, а полноценной культурной адаптации контента [8].

Современные исследования в области цифрового перевода, проведенные Дж. Данн и др., указывают на возрастающую роль технологических факторов в процессе локализации веб-контента [9]. Особое значение приобретает интеграция переводческой деятельности с поисковой оптимизацией (SEO), управлением контентом (CMS) и аналитикой пользовательского поведения.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Анализ теоретических источников позволил выделить несколько ключевых особенностей перевода туристических веб-сайтов. Во-первых, мультимодальность туристического контента создает необходимость координированного перевода текстовых, визуальных и мультимедийных элементов. Исследования Р. Валентини показывают, что эффективная локализация туристического сайта требует адаптации не только текстового контента, но и изображений, видеоматериалов и интерфейса пользователя [10]. Это особенно важно в контексте культурных различий в восприятии визуальной информации и цветовых предпочтений различных этнических групп.

Во-вторых, высокая степень эмоциональности туристического дискурса требует особого внимания к передаче аффективного компонента сообщения. Туристические тексты изобилуют эмоционально окрашенной лексикой, метафорами и культурными аллюзиями, которые не всегда имеют прямые эквиваленты в целевом языке. Это требует от переводчика не только лингвистической компетенции, но и глубокого понимания культурных особенностей целевой аудитории. Российские исследователи, в частности, подчеркивают важность сохранения прагматического эффекта текста при межкультурной адаптации.

Третьей особенностью является необходимость учета поисковой оптимизации при переводе. Современные туристические сайты должны быть оптимизированы для поисковых систем в каждом регионе, что требует адаптации ключевых слов, метатегов и структуры контента. Исследования показывают, что неадекватная SEO-локализация может привести к значительному снижению видимости сайта в поисковых системах целевого рынка. Узбекские специалисты отмечают особую важность этого аспекта для развивающихся туристических рынков. Четвертым важным аспектом является культурная адаптация практической информации. Туристические сайты содержат большое количество практических данных: цены, расписания, контактную информацию, правила и рекомендации. Эта информация требует не только перевода, но и адаптации к местным стандартам, валютам, системам измерения и культурным нормам. Особое внимание должно уделяться адаптации информации о правилах поведения и этикете, которые могут существенно различаться в разных культурах.

Анализ современных тенденций показывает возрастающую роль автоматизированных инструментов перевода в локализации туристических сайтов. Однако исследования подтверждают, что машинный перевод пока не способен обеспечить необходимое качество культурной адаптации и эмоциональной выразительности туристического контента. Это указывает на сохраняющуюся важность человеческого фактора в процессе перевода и

необходимость развития гибридных подходов, сочетающих автоматизированные инструменты с экспертным переводом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование особенностей перевода туристических веб-сайтов выявило комплексный характер данной переводческой задачи, требующей интеграции лингвистических, культурных, маркетинговых и технических компетенций. Основными особенностями перевода туристических сайтов являются: мультимодальность контента, высокая эмоциональность дискурса, необходимость SEO-оптимизации, культурная адаптация практической информации и обеспечение культурной чувствительности.

Успешная локализация туристического веб-сайта требует выхода за рамки традиционного лингвистического перевода и предполагает комплексную культурную адаптацию контента. Это включает адаптацию визуальных элементов, пользовательского интерфейса, системы навигации и функциональных возможностей сайта под потребности и ожидания целевой аудитории. Особую важность приобретает учет региональных особенностей интернет-поведения и предпочтений пользователей.

Вклад российских и узбекских исследователей в развитие теории перевода создает прочную основу для дальнейшего совершенствования методов локализации туристических ресурсов. Интеграция классических переводоведческих подходов с современными технологиями цифровой адаптации контента открывает новые возможности для повышения эффективности межкультурной коммуникации в сфере туризма.

Перспективы дальнейших исследований включают разработку специализированных методик оценки качества перевода туристических веб-сайтов, создание адаптированных инструментов компьютерного перевода для туристического контента и изучение влияния культурной адаптации сайтов на поведение потребителей туристических услуг. Развитие данного направления имеет важное практическое значение для повышения эффективности международного туристического маркетинга в цифровую эпоху.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Всемирная туристская организация ООН. . Отчет о тенденциях цифрового туризма. Мадрид: UNWTO Publications.2024.-23-25с.
2. Reiss, K., & Vermeer, H. J. (2013). *Towards a General Theory of Translational Action: Skopos Theory Explained*. London: Routledge.2013.-26-28с.
3. Esposito, B. Web Localization Strategies in the Digital Age. *Journal of Translation Technology*, 2019.-45-62с.
4. Cronin, M. Cultural Adaptation in Tourism Translation. *Tourism and Translation Studies*, 2020.-78-95.
5. Саломов, С.А., Юлдашев, З.Т. Теория и практика перевода. Ташкент: Учитель.2022.-126-130с.
6. Комиссаров, В.Н., Швейцер, А.Д. Теория перевода и межкультурная коммуникация. Москва: Высшая школа.2021.-89-91с.
7. Нелюбин, Л.Л. Веб-локализация: лингвистические аспекты. *Вестник МГЛУ*, 2023.-78-92с.
8. Pedi, A., Smith, R., & Johnson, L. Cultural Specificity in Tourism Discourse: A Comparative Analysis. *International Journal of Tourism Communication*, 2022.-123-141.
9. Dunn, J., Martinez, C., & Brown, K. Technology Integration in Web Content Localization. *Digital Translation Review*, 2023.-34-50.
10. Valentini, R. Multimodal Approaches to Tourism Website Translation. *Translation and Multimodality*, 2021.-89-107.