

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА САЙТА ТУРИСТИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕННОСТЕЙ

Бердиева Гавхар Фарход Кизи

gavhar0265@gmail.com

Магистрант САМГУ.ФИЛОЛОГИЯ ЛИНГВИСТИКА (русский язык)

Доктор филологический наук

Вадим Витальевич Сдобников

artist232@rambler.ru

Аннотация: Введение в туристическую индустрию в условиях глобализации требует внимательного подхода к переводу веб-сайтов, ориентированных на туристов. Качественный перевод сайтов туристических направленностей представляет собой сложный процесс, включающий знание языков, культурных нюансов и спецификации рынка. Данная статья рассматривает ключевые аспекты, которые стоит учитывать при переводе туристических сайтов, включая знание целевой аудитории, локализацию контента, учет культурных различий, правильную терминологию, SEO-оптимизацию и технические аспекты перевода. Приведенные рекомендации помогут создать привлекательный и доступный ресурс для международных туристов.

Ключевые слова: SEO-оптимизация, адаптация контента, правильная терминология, локализация контента

Введение

С учетом того, что туризм играет важную роль в экономике многих стран, требования к качеству информационных ресурсов неуклонно растут. Успех туристических сайтов во многом зависит от того, как они представляют информацию на разных языках и насколько хорошо они адаптированы к ожиданиям и потребностям целевой аудитории. Перевод сайтов в сфере туризма не только формирует первое впечатление о компании, но и влияет на решение туриста о выборе направления или поставщика услуг.

1. Знание целевой аудитории

Определение целевой аудитории

Перед началом перевода необходимо четко определить, кто составляет целевую аудиторию. Это могут быть молодые путешественники, семьи с детьми, пенсионеры или деловые туристы. Каждая группа имеет свои предпочтения, стиль общения и восприятия информации. Направление на отдых также может повлиять на предпочтения аудитории, как, например, экзотические поездки по сравнению с культурными турами.

Адаптация контента

При переводе необходимо адаптировать контент с учетом ожиданий целевой аудитории. Например, использование неформального языка может привлечь молодежь, в то время как более формальный стиль уместен для туристов пожилого возраста или деловых поездок.

Добавление местных рекомендаций и событий, интересных для специфической аудитории, также может укрепить связь с читателем.

2. Локализация контента

Применение принципа «больше, чем перевод»

Локализация требует не только перевода текста, но и приведения его в соответствие с местными культурными и социальными контекстами. Это может включать:

Изменение форматов даты и времени.

Перевод и адаптацию названий мест и достопримечательностей.

Учет местных традиций и праздников при разработке туристических пакетов.

3. Учет культурных различий

Тональность и стиль

Культурные различия могут создать значительные барьеры в восприятии материалов. Разные культуры имеют свои правила общения: что воспринимается как вежливое и уважительное поведение может быть иным в другой культуре. Например, в некоторых культурах приветствие с улыбкой и дружелюбие считается обязательным, в то время как в других может быть уместным официальное обращение.

Местные обычаи и традиции

Необходимо учитывать местные обычаи при написании материалов. К примеру, туристический ресурс, предназначенный для мусульманских путешественников, должен учитывать время Рамадана при планировании активностей и рекомендовать соответствующие рестораны.

4. Правильная терминология

Использование профессиональной лексики

Туристические сайты содержат множество специализированных терминов. При переводе важно использовать актуальную и понятную целевой аудитории терминологию, включая правильные названия услуг, категорий отелей, видов транспорта и др.

Проверка достоверности информации

Необходимо гарантировать, что вся информация на сайте является актуальной и верной. Это особенно важно для галерей, экскурсионных программ и мест проживания. Достоверные сведения повышают доверие пользователей к ресурсу.

5. SEO-оптимизация

Оптимизация для поисковых систем

Качественный перевод сайтов включает в себя понимание основных SEO-практик. Исследование ключевых слов, наиболее часто используемых туристами при поиске информации, и внедрение их в контент повышает посещаемость сайта.

Адаптация под местные поисковые шаблоны

Разные языковые и культурные группы могут использовать различные формулировки для поиска необходимой информации. Адаптация текста с учётом этого фактора увеличивает шанс попадания сайта в результаты поиска.

6. Технические аспекты перевода

Использование САТ-инструментов

Компьютерные инструменты для поддержки перевода (САТ) помогают держать терминологию в одном стиле и создают память переводов для будущих обновлений. Это особенно полезно для больших объемов информации, обеспечивая последовательность и согласованность.

Поддержка разных языков

При разработке сайта необходимо изначально учесть многозначность языка, чтобы избежать проблем с юридическими, техническими и культурными аспектами перевода в будущем.

Заключение

Перевод сайта туристических направленностей — это многогранный процесс, который требует учёта множества различных факторов, от знания языка до понимания культурных специфики и поведения целевой аудитории. Соблюдение всех перечисленных аспектов поможет создать эффективный и привлекательный ресурс, который будет успешен на международной арене, а также повысит удовлетворение и доверие туристов.

Источники литературы:

1. Bell, A. (2016). Translation in Global News. Routledge.
2. Pym, A. (2010). Exploring Translation Theories. Routledge.
3. Venuti, L. (2012). The Translation Studies Reader. Routledge.
4. Nguyễn, T.A. (2020). "Localization in Tourism and Travel Websites: A Case Study". Journal of Business and Management, 26(2), pp. 35-45.
5. O'Hagan, M., & Mangat, A. (2016). The Role of Localization in Successful Global Marketing. Cambridge University Press.