

ტურიზმთან დაკავშირებული ტექსტების თარგმნის სტრატეგიები
(ქართულ-ინგლისური პარალელური ტექსტების მიხედვით)

მარიამ ჩაჩუა

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
მეცნიერებათა და ხელოვნების ფაკულტეტზე ანგლისტიკაში ფილოლოგიის მაგისტრის
აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნის შესაბამისად*

უცხო ენათა ფილოლოგია (ანგლისტიკა, გერმანული ფილოლოგია, რომანული
ფილოლოგია) და შედარებითი ლიტერატურათმცოდნეობა

(მიმართულება: ანგლისტიკა)

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნინო მატარაძე, ასოცირებული პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2017

განაცხადი

როგორც წარმოდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

მარიამ ჩაჩუა

თარიღი: 26.06.2017

სარჩევი

აბსტრაქტი.....	3
შესავალი.....	5
თავი I - ტურიზმთან დაკავშირებული ტექსტის ტიპები	
1.1 რაისის ტექსტის ტიპების ტიპოლოგია	7
1.2 ტურისტული ტექსტების ტიპები.....	9
1.3 ტურისტული ტექსტების ძირითადი მახასიათებლები.....	13
თავი II თარგმნის თეორიის ძირითადი კონცეფციები	
2.1 ვინესა და დარბელნეს თეორია.....	18
2.2 ეკვივალენტობის თეორიები	19
2.3 თარგმნის ფუნქციური თეორიები.....	23
2.3.1 ტექსტის ტიპები და სკოპოსის თეორია.....	23
2.3.2 ნორდის თარგმანზე ორიენტირებული ტექსტის ანალიზი.....	27
2.4 ჯულიან ჰაუსის მოდელი.....	29
2.5 სისტემური თეორიები	29
2.6 ტურისტული ტექსტების თარგმნის სტრატეგიები.....	33
2.6.1 ვებ-გვერდების თარგმნის სპეციფიკა.....	35
2.7 ლოკალიზაციისა და გლობალიზაციის სტრატეგიები.....	37
თავი III ტურისტულ ვებ-გვერდებზე განთავსებული ქართულ-ინგლისური ტექსტების შეპირისპირებითი ანალიზი.....	39
დასკვნა	48

ბიბლიოგრაფია49

Abstract

Translation of Tourism-related Texts (according to Georgian-English translation)

Mariam Chachua

The present paper addresses specific features of tourist texts and the challenges associated with their translation. It provides evidence for the hypothesis that tourist texts are quite difficult to deal with when it is to be rendered from one language into another. The aim of the research is to identify linguistic and cultural barriers creating difficulties in translating tourist texts translation. It also seeks to define the approaches used by translators in dealing with the mentioned problem.

The relevance of the research is defined by the growing number of tourism-related literature and the lack of research into the translation of such texts from Georgian into English.

The research is based on the comparative analysis of the Georgian original and English translation of the tourist texts. The comparison was conducted according to the laws of translation introduced by Gideon Toury. The law of growing standardization and the law of interference were taken as the main trends against which the texts were compared.

The paper consists of an introduction, three chapters further divided into sub-chapters, conclusions and bibliography.

The first chapter deals with tourist texts as a particular text type. It provides overview of various tourist text types. The importance of the characteristics of tourist texts is highlighted.

The second chapter focuses on various translation theories. It provides an overview of strategies of translating tourism websites and rendering specific terms.

The third chapter examines English translation of the tourist texts according to the above-mentioned strategies.

The conclusions summarize the results of the research.

Key words: tourist websites, translation, strategies