

Мартин АНГЕЛОВ

Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“, България

АНАЛИЗ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ТЕКСТОВЕ В КЪЩА МУЗЕЙ „И САНГ-ХУА“

Martin ANGELOV

St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Tarnovo, Bulgaria

ANALYSIS OF TOURIST TEXTS IN HOUSE OF Yi SANG-HWA

Резюме: Туристическите текстове в къща музей „И Санг-Хуа“ илюстрират важноста преводачът да вземе под внимание фоновите знания и културния познавателен контекст на посетителите. Дефицитът на културна и историческа информация може значително да намали въздействието и качеството на туристическото преживяване, особено за тези, които не са запознати с корейската история и с фигурата на поета И Санг-Хуа. За да бъде преводът пълноценен и да предаде посланията и символиката на този исторически обект, е от съществено значение преводачът да действа като културен медиатор. Това включва не само точен превод, но и адаптиране на текста, така че той да предизвика емоционален отклик у туристите. Също така е важно преводачът да работи в екип с възложителя, за да създаде въздействащ и ефективен краен продукт.

Abstract: The tourist texts at the Yi Sang-hwa House Museum illustrate the importance of the translator's consideration of visitors' background knowledge and cultural context. The absence of cultural and historical information can significantly reduce the impact and quality of the visitor's experience, particularly for those unfamiliar with Korean history and the poet Yi Sang-hwa. To ensure a meaningful translation that conveys the messages and symbolism of this historical site, the translator must act as a cultural mediator. This involves not only accurate translation but also adapting the text to elicit an emotional response from the tourists. Additionally, it is important for the translator to collaborate with the client to create an impactful and effective final product.

Ключови думи: И Санг-Хуа, туристически текстове, фонова информация, къща-музей, културна бариера, превод

Keywords: Yi Sang-Hwa, tourist texts, background information, house museum, cultural barriers, translation

1. Адекватно промотиране на туристически обекти и предоставяне на фонова информация за чуждестранни туристи

Нашият свят е като палитра от цветове – всеки цвят е красив и уникален сам по себе си, като символ на различните езици и култури на народите по света. Културните различия придават уникалност; те са богатство и гордост за своите носители, тъй като са следствие на традициите, културата и ценностите на един народ, възникнали още от древността и предавани от родители на деца в продължение на столетия, дори хиляди години. В сферата на превода, и по-конкретно в превода на туристически текстове, тези различия са изключително важни, но понякога представляват предизвикателство поради дефицит на фонови знания у реципиента. Ако преводачът не вземе предвид този дефицит на фонови знания у реципиента, той го лишава от адекватно разбиране на текста и пълноценно преживяване в туристическия обект. Смело можем да кажем, че няма човек, който да не обича да пътува и да види нещо ново, да не иска да опознае друга култура и да се докосне до нея. Туризмът откликва на тази потребност и се превръща в значим икономически фактор. Поради тази причина той е важен за всички държави по света. Правителствата на различни страни полагат огромни усилия, за да развият туристическия сектор. Част от тези усилия е поднасянето на разноезична информация, съчетана с реклама; с превода на рекламни материали, като брошури, пътеводители, списания и онлайн информация се привличат туристи от различни държави. Туристът знае какво иска да посети благодарение на социалните мрежи, където потребителите споделят своите преживявания. Туристът може веднага да разбере кои места са популярни сред туристите и къде храната е вкусна благодарение на обратната връзка и ревиютата на обектите.

За създаването на въздействащи рекламни-информационни материали е необходима яснота относно културно-познавателния профил на посетителите на определени категории музеи и какви и колко чуждестранни туристи посещават къщите музеи на изтъкнати представители на местната култура. Обикновено тези обекти са посещавани от местни туристи, които имат фонови знания – знаят кои са тези личности, с какво са известни, кога са творили и защо е интересно да се посетят техните музеи. Ако има преведена информация за тези обекти и тя е рекламирана по такъв начин, че да достига и до чуждоезична аудитория, интересът неминуемо би се повишил. Малките културни обекти, които не са толкова популярни, също могат да привлекат туристи, ако бъдат промотирани по подходящ начин. Чрез посещение на такива обекти чужденците, т.е. носителите на друг език и на друг културно-исторически код, могат да придобият по-добра представа за историята и ценностите на дадена нация. Има случаи обаче, когато дефицитът на исторически и културни познания възпрепятства туриста да има пълноценно преживяване. Липсата на фонова информация пречи на туристите да преживеят, да разбе-

рат и оценят напълно културните и исторически обекти. Когато посетителите не разполагат с достатъчно знания за значението на даден обект поради причината, че те са чужденци и нямат фонове знания, те могат да пропуснат важни детайли, да интерпретират погрешно или да не разберат стойността на обекта, който разглеждат. Без контекст всяка една къща музей на писател, революционер или друга значима личност може да изглежда като обикновена стара сграда.

Местните туристи обикновено разполагат с фонове знания за културните и исторически обекти, тъй като са ги усвоили в училище, чували са за тях от различни медии или от близки. Всеки българин знае кой е Христо Ботев или Иван Вазов и се предполага, че с удоволствие би посетил техните музеи. За чуждестранните туристи тези имена не говорят нищо и за съжаление, те често посещават обекти без достатъчна представа за тяхната стойност. Това води до специфична асиметрична ситуация, при която местните туристи извличат повече от своето посещение, докато чуждестранните може да не изпитат същото удовлетворение.

Една от основните задачи на туристическите агенции, музеи и културни институции е да компенсират дефицита от фонова информация чрез образователни и рекламни материали. Преводът на текстове, създаването на аудиогидове, интерактивни експозиции и информационни табели на различни езици са важни стъпки за улесняване достъпа на чуждестранни туристи до тази информация. Когато туристът получи добре структурирана и разбираема информация за обекта, той може да оцени по-добре неговата значимост и да се наслади на посещението си. Дигитализацията и социалните мрежи играят все по-важна роля в преодоляването на дефицита от фонова информация. Уебсайтове, мобилни приложения, виртуални обиколки и социални медии предлагат богат източник на информация, който може да подготви туристите предварително. Видеоматериали, блогове, статии и потребителски рецензии помагат на туристите да се запознаят с културното значение на обектите, които планират да посетят. Независимо от канала, по който достига тази информация, важен момент е текстът, било той само вербален, или мултисемиотичен.

Чрез статични и подвижни изображения, писмени текстове и аудиовизуални предложения езикът на туризма убеждава, привлича, пленява и печели милиони хора и по този начин ги превръща от потенциални в реални клиенти (Дан 1996: 2). Дан подчертава обстоятелството, че езикът на туризма има за цел да убеждава и да влияе на потенциалните туристи. Развитието на комуникациите и глобализацията засилват това явление, като правят туристическото съдържание широко достъпно и високо интерактивно. Това означава, че в туристическите текстове се използват рекламни и промоционални техники. Следователно основната функция, която тези текстове изпълняват, е и емоционална, т.е. не е чисто информативна.

И точно тук, в текста за таргет групата на чуждестранните туристи се проявява важната роля на преводача. Преводачът е културен експерт, познаващ в дълбочина културите, между които той посредничи. Негова е задачата да адаптира текста за новата аудитория. Той има правото да добавя информация там, където е необходимо и допустимо. Преводачът трябва да „влезе в главата“ на читателя или слушателя, да „обуе неговите обувки“ и да вземе предвид знанията на целевата група. По този начин той няма да използва сложни термини, които самият той познава като специалист в областта, а лесни и разбираеми думи за новата аудитория. Преводачът трябва да направи така, че да няма липса на фонові знания или поне да намали този дефицит.

Аргументът на Лоренс Венути, че „преводът има значително влияние върху това как ще бъдат представени чуждите култури“ (Venuti 1998: 67), играе важна роля при текстовете, описващи туристическа дестинация.

Опирайки се на тези аспекти, ще разгледаме текстовете в къщата-музей на корейския поет И Санг Хуа, обект на настоящата публикация. Те са натоварени с културна специфика, която трябва да бъде адекватно предадена, за да привлече и информира потенциалния турист. Следователно задачата на преводача е да премахне културните бариери, използвайки разнообразни преводачески техники. Венути концептуализира стратегиите „одомашняване“ и „отчуждаване“ с цел преводачът да покаже „чуждото“ и непознатото на туриста, като същевременно адаптира текста спрямо културните познания на реципиентите. Туристическите текстове несъмнено имат за цел да покажат „чуждото“. Отчуждаващият превод би могъл да попречи на комуникацията, като изкриви посланието, предназначено за читателя, или да подкопае емоционалната функция на текста. От друга страна, одомашняването на чуждите елементи в текста може да доведе до загуба на културния нюанс и екзотиката, които подтикват човек да излезе от зоната си на комфорт и да опита нещо ново. Винаги е важно да се постигне баланс между двата подхода за по-успешна междукултурна комуникация.

Когато става въпрос за промотиране на туризма, върховната цел е превръщането на потенциалния турист в реален турист. Следователно най-голямото изискване е преведеният текст да функционира оптимално в условията на целевата култура и да изпълни своето предназначение. За това е необходимо да разбираме културните различия и трудностите, които възникват поради тях. Тъй като различните култури имат различни ценности, предпочитания и очаквания, нужни са различни теми и стратегии за убеждаване, за да се повлияе на представянето и възприемането на туристическата реклама. Туристическата реклама цели да превърне интереса в намерение и в крайна сметка в действие. Друг ключов мотив, който често се използва в рекламните материали за туризъм, за да привлече чуждестранните читатели да станат туристи, е темата за приключението. Тя се отнася до туриста в действие, а не до статични събития

и изложби. Тази тема се използва, за да се създаде образ на туристи, които взаимодействат с туристическата дестинация и активно извършват действия, вместо пасивно да наблюдават това, което се намира пред тях. Използването на тази тема е в съответствие с настоящата тенденция, популярна сред англоезичните туристи от западните общества – експерименталния туризъм (Sulaiman 2016: 56). Точно този похват е реализиран в къща музей „И Санг-Хуа“, където посетителите са подтиквани към активно участие, а не само към съзерцание, както ще бъде илюстрирано по-долу с конкретни примери.

В статията си от 2016 г. Zain Sulaiman (Sulaiman 2016) разглежда и проблема с качеството на туристическите рекламни материали, като подчертава, че вината не е само на преводача, а и на възложителя на поръчката. Когато възложителят възлага поръчка на неквалифициран преводач, който няма нужните знания и умения, крайният резултат не може да бъде добър. Има и друг случай – когато преводачът е квалифициран, но не може да си свърши добре работата, защото е възпрепятстван от условията на работа. Sumberg (2004) прави проучване, за да разгледа проблема по-подробно. Проучването разкрива, че възложителите на превода нямат познания за културните различия и не притежават необходимите умения, за да преценят дали преведеният материал е ефективен, или не. Това показва, че макар на пръв поглед да изглежда, че преводачът е този, който носи отговорност, възложителите също трябва да поемат своята част от отговорността за функционалното качество на преводите. Следователно ключът към успешния превод не е само умел преводач, но и компетентен възложител, тъй като неговата роля е от голяма важност за ефективен краен продукт. Възложителят е и този, който прави връзката между съставителя на текста и преводача.

Гаранция за успешен превод е и качеството на оригинала, от който се съществува преводът (срв. Иванова 2016: 53 – 65). Обичайните недостатъци по вина на автора на оригинала са недостатъчни умения в текстоизграждането, висока специализираност на текста, прекаляване с елативи, разчитане в прекомерна степен на пресупозиции, които да се дешифрират от адресатите на текста.

Може да се каже, че за адекватното промотиране на туристически обекти отговорност носи целият екип, създал съответните информационно-рекламни материали, докато за предоставянето на достатъчна културноспецифична информация отговорността се поема главно от преводача. Тази отговорност се увеличава многократно, когато в контакт чрез туристическите текстове влизат представители на по-далечни културни общности. Този проблем ще бъде разгледан чрез представяне и анализ на текстовете в къщата музей на корейския поет И Санг-Хуа.

2. Анализ на туристическите текстове в къща музей „И Санг-Хуа“

И Санг Хуа е един от най-значимите поети на XX в. в Корея. В музея с неговото име туристът се сблъсква с разнообразни текстове, различни както по отношение на канала на поднасяне на информацията, така и по отношение на степента на мултисемиотичност или жанрови характеристики – има текстове, изписани върху каменни плочи (неговите най-известни произведения), текстове, подкрепени с фотоси, информационни табели и др. Ще се анализират културните аспекти на тези текстове и по-конкретно техните елементи, начинът, по който са изградени, тяхната функция, както и приликите и разликите с българските туристически текстове.

Всеки народ уважава личностите, които са допринесли за родината си чрез творчеството си или саможертвата в името на най-великата ценност – свободата. Това са хора, които са се превърнали в герои; голяма част от къщите, в които са родени те, са превърнати в музеи. По този начин споменът за тях остава и се предава на следващите поколения. Къщата на И Санг-Хуа изпълнява тази роля.

И Санг-Хуа (1901 – 1943) е значим писател, който твори по времето на японската окупация в Корея (1910 – 1945). Това е мрачен период за Корея. Стиховете на Санг-Хуа не само олицетворяват болката и надеждата за свобода на корейския народ, но и повдигат неговия дух и желание за независимост.

Според популярните думи трудните времена раждат герои. Периодът на японската окупация е повече от труден – и Санг-Хуа е повече от герой. По това време „корейската литература се създава при все по-конфликтни обстоятелства“ (McCann 2004). Трудно е да се опише накратко този тъмен, мрачен и студен период за корейския народ. Думите „нехуманно“ и „неморално“ не са достатъчно силни, за да опишат през какво са преминали корейците. Близо 725 000 корейски работници са принудени да работят в Япония и другите японски колонии, а с приближаването на Втората световна война Япония принуждава стотици хиляди корейски жени да служат във военни публични домове. Япония се опитва да унищожи езика, културата, историята, религията и всички човешки права на корейския народ. Ето как историкът Доналд Н. Кларк описва японското присъствие на корейския полуостров:

„Японското присъствие се сравнява с космически чадър над полуострова, хвърляйки сянка на недоверие, несигурност и страх върху всеки живот и всяко действие. Превземането в по-голяма или по-малка степен блокира светлината на световното съзнание и оставя корейския народ да живее в сянката, хвърлена от неговите колониални владетели.“ (цит. по: Kang 2001: 11)

Този период в корейската история е отразен в поезията на Санг-Хуа. Най-известното стихотворение на Санг-Хуа е *Ще дойде ли пролетта и в отнетите полета?* Пролетта всъщност е дошла в страната, която принадлежи на Япония, но се повдига въпросът дали тя ще бъде освободена и дали нейният

суверенитет ще бъде възстановен. Полето е синоним на земя и символизира отнетата земя. Пролетта символизира както пролетта на природата, така и освобождението на страната. Чрез използвания похват синекдоха е създаден поетичен образец, който Кроликовски описва така:

„Написано на прост и мелодичен език, стихотворението „Ще дойде ли пролетта и в отнетите полета?“ носи много от качествата, характерни за народната поезия от 20-те години на XX век. Макар да е създадено в период, когато градовете – центрове на интелектуална дейност – постепенно преобразяват пейзажа на полуострова, образът на Корея, който поетът изобразява, е селски – земя, покрита със зелени полета, където вятърът, оживен чрез магията на поезията, може да прошепне на минаващите. Това е Корея, все още непокътната от замърсяването на модерността“ (Krolikoski 2019: 2).

Неслучайно И Санг-Хуа се смята за поет на народа и на независимостта. В негова памет е издигнат паметник в парка Далсонг в Тегу през 1948 г., а неговите събрани стихотворения са публикувани през 1951 г. Къщата на Санг-Хуа е реставрирана и отворена през 2005 г., като в нея са изложени експонати и са представени спомени, свързани с поета и борбата за независимост (Wikipedia).

Туристическият обект се намира в град Тегу, родното място на поета. Градът е с население 2,5 млн. души и е трети по големина в Южна Корея след Сеул и Бусан. И Санг-Хуа не е роден в тази къща, но прекарва там последните години от живота си. Туристическите текстове описват този дом по следния начин:

„Когато прекрачите през портата, на която има надпис „Домът на И Санг-Хуа“, пред вас се разкрива тихата, скромна стара къща на поета. Там все още стои дървото в двора, под което поетът често се утешавал в моменти на тъга, както и три бели каменни плочи. Едната е с биографията на поета, втората с изсеченото стихотворение „Ще настъпи ли пролетта в отнетите полета?“, а третата съдържа стихотворението „Непокорност“, което е представително за късното му творчество и ярко изразява неговия мрачен светоглед. Домът на И Санг-Хуа се състои от две едноетажни дървени сгради – основната сграда и помощна пристройка. Помощната постройка има четири помещения отпред и едно отстрани, с традиционен покрив; три от помещенията са стаи, а едно служи за вход. Основната къща също има четири стаи отпред и една отстрани, с традиционен покрив. Основната част се използва за изложби на лични вещи на И Санг-Хуа и за почитане на антиколониалния дух на поета, като същевременно служи като образователен център, където съвременниците могат да се вдъхновяват от неговия патриотизъм и литературен принос.“ Санг-Хуа вижда в поезията своя инструмент за съпротива: „Поетът е критик на идеите и проводител в живота, който трябва да показва посока в синхрон с времето“.

„Тази къща е историческо място, което цялостно „съдържа“ живота на Санг-Хуа – Сарангбанг¹, където той се е срещал със своите приятели и ученици, двор с дървета от райски ябълки, които успокоявали неговото депресирано сърце, и спалнята, където той издъхва. С развитието на района къщата на Санг-Хуа е била в опасност да изчезне безследно.“ За да се запази този дом, през 2002 г. дейци на културата и граждани дават начало на движението „Движение за запазване къщата на Санг-Хуа“.

Един от текстовете в музея ни дава информацията, че четиристотин хиляди граждани са участвали в подписка за запазване на къщата на поета и много от тях са събирали необходимите средства за опазването ѝ. Сдружението за военна взаимопомощ е закупило къщата на Санг-Хуа, след което я дарило на община Тегу. В текста се казва, че много литературни организации са обединили усилията си, а семейството на Санг-Хуа е дарило реликви и материали, свързани с него. „Със сърцата и усилията на много хора запазахме духа и артистичния дух на националния поет, Санг-Хуа, за дълго време напред.“ (Информационна табела, Къща-музей на И Санг-хуа, Тегу, Република Корея)²

Домът на И Санг-Хуа е представен не просто като сграда, а като символ на културната памет и историческото наследство на поета. Така къщата се явява не само като дом, но и като паметник на антиколониалния дух и патриотизъм на поета. Описанието на елементите като райските ябълки в двора, които са го утешавали в моменти на тъга, и дневната, където е разговарял с приятели и ученици, създават интимна представа за неговия живот.

На входа на музея върху голяма табела е представен следният текст:

민족 저항 시인

이상화 고택

이상화는 일제강점기 비탄에 빠진 우리 정서를 시적 언어로 끌어올림으로써 한국 현대시의 이정표를 세운 민족시인입니다.

본 고택은 이상화가 말년(1939-1943)을 보냈고 그의 역사적인 장소로 이상화의 숨결을 곳곳에서 느낄 수 있습니다

Поетът за национална съпротива

Историческата къща на И Санг-Хуа

И Санг-Хуа е поетът на народа и една от най-важните фигури на съвременната корейска литература, който чрез поетичен език описва страданията на корейския народ по време на японската окупация над Корея. В къщата, която разглеждате, той прекарва последните си години (1939 – 1943) и тъй като това е историческо място, свързано с него, вие ще може да усетите неговия „дъх“ във всеки кът.

¹ Стая за мъже (по време на династия Чосон) – стая, отделна от основната сграда на къщата, където мъжът собственик е живял и приемал гости.

² Преводът, както и всички преводи в текста, които не са част от цитиран източник, са мои, М.А.

Текстът започва със заглавие “민족 저항 시인 이상화 고택”, което може да се преведе като „Национален поет на съпротивата И Санг-Хуа и неговият дом“. Заглавието представя темата на текста, информирайки за важноста на И Санг-Хуа като фигура на националната съпротива в корейската история. Той е представен като личност, която използва поетичния си език, за да изрази тъгата и борбата на корейския народ по време на колонизацията. Този аспект подчертава не само литературното значение на И Санг-Хуа, но и неговата значимост като символ на националното единство и съпротива. След това текстът описва къщата на И Санг-Хуа като историческо място, където може да се усети „дъхът“ на поета. Този аспект е важен, тъй като подчертава връзката между личността на поета и мястото, където е прекарал последните си години. Това съчетание на личност и място придава на дома на И-Санг-Хуа допълнително значение като културно и историческо наследство.

Общият ефект на текста е да представи И Санг-Хуа като важна значима фигура в корейската история и култура и да подчертае връзката между неговата поезия, личността му и мястото, където е пребивавал. Това предизвиква интерес и възхищение към поета и неговото наследство, а и подчертава важноста на запазването на културното наследство за бъдещите поколения.

Нека разгледаме неговия превод на английски език:

Poet of the National Resistance

Sang-Hwa Yi's Old House

Sang-Hwa Yi (1901 – 1943), a national poet, is one of the most important figures in the history of modern Korean poetry. His metaphorical poems written during the Japanese occupation were achievements in expressing people's grief, sadness, and lost.

This historic site is the house where Yi spent his later years, from 1939 to 1943, and where he wrote his last poem, “A Doleful Melody”.

Формата и съдържанието са запазени в превода. Преводачът е добавил и годината на раждане на поета – информация, която не се среща в оригинала, а е значима. В оригинала се използва “우리 정서”, което означава „нашите емоции, чувства“, които само корейците могат истински да приемат за свои и които те са изстрадали. Преводачът заменя „нашите“ с „чувствата на хората“, за да адаптира текста за чуждия читател, който няма участие в тези лични за корейския народ чувства.

Заглавието гласи, че Санг-Хуа е поет на съпротивата. Корейският турист няма проблеми с разбирането, но за чуждестранния турист не е напълно ясно как той е свързан със съпротивата. По-долу пише, че неговите творби са писани по време на японската окупация, но всъщност И Санг-Хуа е участвал и директно в съпротивата срещу Япония, разпространявайки декларацията за независимост по време на Мартенското движение, избухнало на 1-ви март 1919 г. Това е единственият текст на английски език и повече фонова информация няма да е излишна.

Има несъответствие в превода на информацията за работното време, която се намира под този текст. Изглежда, че поръчката е възложена на друг преводач, защото при изписване на името има разлика: горе пише „Sang-Hwa Yi“, а по-долу – „Lee, Sang-hwa“. Тази грешка е недопустима. Правилно е да се избере едно от двете – Lee или Yi, за да се избегне объркване. Това е проблем при изписването на корейските имена на латиница, защото преводачите не спазват стандарта. Освен това „hwa“ е изписано с малка буква в единия текст и с голяма в другия. Преводачът на горния текст адаптира името, като първо пише малките имена и после фамилията, за да е разбираемо за туриста, който идва от култура, различна от корейската (в корейския език имената се изписват в следния ред: първо фамилията, после малките имена).

Този туристически текст (виж фигура 1) се намира в град Тегу, не в къщата на И Санг-Хуа, а до кафене, където туристите могат да отседнат и да съзерцават дървото, което е от времето на И Санг-Хуа. Текстът въздейства силно, като вдъхновява и днес жителите и посетителите на град Тегу и ги кара да си спомнят за миналото.

이상화 나무

200살 라일락(수수꽃다리)

나무는 이 자리에서 이상화 시인의 탄생과 일제 강점기 민족의 아픔을 지켜보며, 소년 이상화에게 시심을 심어주었습니다.

시로 저항한 시인과 같이 나무도 몸을 비틀어 일제에 정향한 것 같습니다.

조국과 민족을 사랑한 '이상화시인'에게 한 것 처럼 나무는 또 누군가에게 영감을 전하려고 해마다 상화가 간 봄 날에 꽃을 피웁니다

Дървото на И Санг-Хуа

200-годишният люляк

Това дърво, което стои тук вече два века, е било свидетел на раждането на поета И Санг-ха и на страданията на народа по време на японската окупация. То посяло семената на поезията в сърцето на младия И Санг-Хуа. Подобно на поета, който се е съпротивлявал чрез своите стихове, дървото сякаш се е изкривявало и е устоявало срещу колониалния гнет. Както вдъхновило И Санг-Хуа, който обичал своята родина и народ, така всяка пролет дървото цъфти отново, сякаш продължава да вдъхновява други на същите тези дни, в които Санг-хуа е посрещал пролетта.

Текстът за 200-годишния люляк в музея на И Санг-Хуа е вдъхновяващ пример за това как туристическите текстове могат да обогатят преживяването на посетителите чрез силна символика и връзка с културната и историческа памет. Този текст предава историческата значимост на дървото, което е символ на националната съпротива и непреклонен дух. Чрез асоциацията с поета и неговата съпротива по време на японската окупация дървото става израз на духа на корейския народ. Текстът е емоционално наситен и въздействащ, тъй като представя дървото като свидетел на тежките времена и като източник на вдъхновение за младия И Санг-Хуа. „Изкривяването на дървото“ и „разцъфва-

нето му всяка пролет“ обогатяват усещането за непрекъснатост между миналото и настоящето.

Според Нюмарк преводът е „занаят“, състоящ се в опита да замениш съобщение или твърдение, написано на един език, със същото съобщение или твърдение на друг език. Във всяко „упражнение“ има някаква загуба, която според Нюмарк се дължи на редица фактори. Нюмарк набляга върху това, че основната цел, която трябва да следва преводачът, е да създаде еднакъв ефект, т.е. преведеният текст да въздейства на читателите така, както въздейства оригиналният текст. Това се нарича подобно или еквивалентно въздействие, ефект, или функционална/динамична еквивалентност от Найда (Newmark 1981).

При туристическите текстове ефектът е от още по-голямо значение. Ефектът от преведения текст обаче невинаги е равен на този на оригинала. В случая на превода на този текст липсва една много важна част. В последното изречение се казва, че „може да усетите „дъха“ на И Санг-Хуа навсякъде“. Това е причината, поради която туристът желае да посети този обект и да предизвика въздействие у себе си. Един добър превод трябва да има същия ефект, какъвто има оригиналът. Без това изречение преводът не би въздействал по същия начин, по който въздейства оригиналът. Изводът от тази констатация е: подобни несъответствия могат да се избегнат, ако се работи екипно. Необходимо е всички участници в създаването на продукта да работят съвместно, а не поотделно, тъй като това води до подобни несъответствия. В своята монография от 1984 г. за превода като транслационно действие Юста Холц-Ментери набляга върху тази „екипност“. В теорията за транслационното действие преводачът има важна роля не само като езиков, но и като културен експерт. Моделът взема предвид връзката на преводача с всички различни участници в процеса на превод, което включва връзката му с потребителя, с оригиналния автор на изходния текст и с целевия читател. Така преводачът е в центъра на комуникативната функция – от инициатора до крайния получател. Следователно преводаческите действия включват не само действията на преводача като експерт по превод, но и преговорите с клиента, с когото преводачът трябва да преговаря съвместно.

В своята книга „Оригинали и преводи на текстове в сферата на туризма“ Л. Иванова формулира препоръки, позовавайки се на теорията за транслационното действие. Първо, Л. Иванова подчертава важноста да се работи в екип при създаването на преводните текстове, като всеки отговаря за своята област, но партнира и с останалите. Второ, необходимо е да се вземат предвид културните различия както в съдържателен план, така и по отношение на текстоизграждането и ползването на невербални средства. Трето, важно е текстът да не се разглежда на отделни елементи, а като една цялост. Трябва да се извърши проверка дали има съвместимост между вербалните и невербалните средства в текста по отношение на конкретната комуникативна ситуация и културната принадлежност (Иванова 2016: 142).

3. Сравнение с български къщи музеи

При съпоставянето на текстове в двете общности – корейската и българската, прави впечатление една особеност: вниманието е насочено към местни туристи, за което свидетелстват оскъдните преводи на други езици. Всички останали информационни текстове в къща музей „И Санг-Хуа“ са на корейски език, което показва, че целевата група са именно корейските туристи. Информацията на английски език в уебсайтовете е много ограничена. Същото важи и за информационните текстове в къщите музеи в България. Така например в уебсайтовете на къщата музей „Иван Вазов“ в гр. Сопот и къщата музей „Елин Пелин“ няма информация на английски език. На интернет страницата на музея „Христо Ботев“ има информация на английски – неговата биография. Прежеждането на туристическите текстове в къщите музеи на няколко езика или поне на английски определено ще увеличи посещаемостта. По-важното обаче е, че историята и творчеството на тези изключителни писатели ще достигнат до повече хора – при условие че разказът за тях се поднася с нужните попълнени дефицити на фонови знания.

Но проблеми се появяват и когато са налице преводи. Преводът на уебсайта на къщата музей „Христо Ботев“ съдържа някои неточности. Например изразът „*revolitionsioner leader*“ е погрешно изписан и би трябвало да е „*revolutionary leader*“. В допълнение фразата „*historical data cartridge*“ не звучи естествено и може да се коригира на „*historical information*“ или „*museum exhibits data*“. Подобни грешки нарушават яснотата на представената информация и създават объркване за читателите. В последното изречение вместо „*at the time an asylum for many Bulgarian exiles*“ може да е по-добре да стои „*which at the time served as an asylum for many Bulgarian exiles.*“ Също така изразът „*some historians suggested*“ би звучал по-добре като „*have suggested*“, за да отрази мнението по-ясно.

Христо Ботев и И Санг-Хуа са емблематични поети и революционери, символи на борбата за свобода и национална идентичност в България и Корея. Музеите им в Калофер и Корея съхраняват паметта за тяхната саможертва и патриотизъм, като представят лични вещи, стихове и документи. Те имат историческа и образователна роля, вдъхновявайки посетителите с духа на съпротива и идеалите за свобода. Независимо от културните различия музеите подчертават значението на литературното наследство и историческата памет за националното самосъзнание.

Посетителите на къща музей „И Санг-Хуа“ могат да се снимат до двора на къщата, където има специално поставена рамка за снимки. Могат да изпратят писмо до себе си, което ще получат след една година. Това е така наречената „бавна поща“, която добива много голяма популярност в Корея. Разглежданият обект е бил снимачна площадка за корейски сериал. До обекта са поставили лицата на главните герои и туристът може да се снима до тях. По този начин обектът е по-интересен за туриста, защото той не само разглежда, но и активно участва.

Заклучение

За да достигнат до по-голяма група туристи, къщите музеи трябва да бъдат промотирани по адекватен начин, отговарящ не само на съвременните технологични възможности, но и на характеристиките, очакванията и опита на потенциалните посетители. „Колкото и значима да е една дестинация, колкото и добра да е нейната инфраструктура и организация, ако тя не се комуницира по подходящ и компетентен начин, няма да получи желания отзвук от страна на целевата група“ (Иванова 2016: 9). Друго много важно нещо е дефицитът от фонова информация, който може да попречи на туриста за едно пълноценно преживяване. Преводачът е културен експерт, който познава в дълбочина културите, между които посредничи. Негова е задачата да адаптира текста за новата аудитория. Както беше посочено, преводачът трябва да направи така, че да няма липса на фонове знания или поне да намали този дефицит. За още по-пълноценно преживяване туристът трябва активно да участва, а не само да разглежда обекта. Добавянето на интерактивни и ангажиращи елементи в туристическите обекти, каквито са налични в къща музей „И Санг-Хуа“, може да направи обектите по-привлекателни и забавни за посетителите.

БИБЛИОГРАФИЯ

Иванова 2016: Иванова, Л. *Lost or Found in Translation. Оригинали и преводи на текстове в сферата на туризма*. Велико Търново: ГРАММА. // **Ivanova 2016:** Ivanova, L. *Lost or Found in Translation. Originali i prevodi na tekstove v sferata na turizma*. Veliko Tarnovo: GRAMMA.

Иванова 2004: Иванова, Ц. Интеркултурните контакти, общата езикова компетенция и фоновите знания за „другия“. – В: *Близки и различни. Южнославянски езикови проекти*. Велико Търново: Унив. изд. „Св. св. Кирил и Методий“, 200 – 220. // **Ivanova 2004:** Ivanova, Ts. *Interkulturnite kontakti, obshtata ezikova kompetentsiya i fonovite znaniya za „drugiya“*. – In: *Blizki i razlichni. Yuzhnoslavyanski ezikovi proektsii*. Veliko Tarnovo: Univ. izd. „Sv. sv. Kiril i Metodiy“, 200 – 220.

Dann 1996: Dann, G. *The Language of Tourism. A Sociolinguistic Perspective*. Wallingford: CAB International.

Kang 2001: Kang, H. *Under the Black Umbrella. Voices from Colonial Korea, 1910 – 1945*. Ithaca, NY: Cornell University Press.

Korea Tourism Organization 1: Korea Tourism Organization. (n.d.). Incheon – Überblick. Visit Korea <<https://german.visitkorea.or.kr/svc/whereToGo/locIntrdn/rgnContentsView.do?vcontId=85389>> [08.11.2024].

Korea Tourism Organization 2: Korea Tourism Organization. (n.d.). Hahoe Folk Village (Andong). Korea Trip Tips <<https://www.koreatriptips.com/en/tourist-attractions/1381057.html>> [08.11.2024].

Krolikoski 2019: Krolikoski, D. A. *Lyrical Translation: The Formation of Modern Poetic Language in Colonial Korea* (Doctoral dissertation). Chicago, IL: University of Chicago.

McCann 2004: McCann, D. R. (ed.). *The Columbia Anthology of Modern Korean Poetry*. New York: Columbia University Press.

Newmark 1981: Newmark, P. *Approaches to Translation*. New York: Prentice Hall International (UK) Ltd.

Sulaiman 2016: Sulaiman, M. Z. The Misunderstood Concept of Translation in Tourism Promotion. – In: *The International Journal for Translation & Interpreting*, Volume 8, 53 – 68.

Venuti 1998: Venuti, L. *The Scandals of Translation: Towards an Ethics of Difference*. London, New York: Routledge.

Wikipedia: Wikipedia contributors. (n.d.). Yi Sang-hwa. In Wikipedia, The Free Encyclopedia <https://en.wikipedia.org/wiki/Yi_Sang-hwa> [08.11.2024].