

## БЕЗЛИЧНАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ, ЕЕ ЗНАЧЕНИЕ В ТУРИЗМЕ

Рашидова А.Ф. Email: Rashidova678@scientifictext.ru

*Рашидова Азиза Фархадовна - старший преподаватель,  
кафедра теоретических аспектов английского языка, факультет филологии,  
Узбекский государственный университет мировых языков  
г. Ташкент, Республика Узбекистан*

**Аннотация:** в данной статье рассказывается о процессе интерпретации в области туризма. В начале статьи говорится о важности интерпретации. Здесь приведено несколько теорий о самом явлении. Интерпретация помогает нам преодолеть культурные и лингвистические границы и позволяет общаться между различными культурами. Автор приводит некоторые примеры необходимости этой деятельности. Основное внимание в статье уделяется различию личностного и безличной интерпретации и роли безличной интерпретации в сфере туризма.

**Ключевые слова:** безличный, личный, интерпретация, знаки, перевод, посетитель, туризм.

## NON PERSONAL INTERPRETATION, ITS SIGNIFICANCE IN TOURISM

Rashidova A.F.

*Rashidova Aziza Farkhadovna - Senior Teacher,  
DEPARTMENT THEORETICAL ASPECTS OF THE ENGLISH LANGUAGE, PHILOLOGY FACULTY,  
UZBEK STATE UNIVERSITY OF WORLD LANGUAGES,  
TASHKENT, REPUBLIC OF UZBEKISTAN*

**Abstract:** this article talks about the interpretation process in the field of tourism. The beginning of the article talks about the importance of interpretation. There she brought some theories about the phenomenon itself. According to her interpretation helps us to overcome cultural and linguistic boundaries and lets us communicate through different cultures. The author gives some examples of the need for this activity. The main focus of the article is on the difference between personal and impersonal interpretations and the role of impersonal interpretations in tourism.

**Keywords:** impersonal, personal, interpretation, signs, translation, visitor, tourism.

УДК 81

Представьте, что после кораблекрушения вы попали на странный остров, где вас окружают местные жители, которые не знают вашего родного языка. Как сильно вы впадаете в депрессию, если никто не может помочь вам в этой ситуации. Внезапно перед вами появляется представитель жителей острова и начинает переводить им свою речь. Это отличная помощь! Наконец вы спасены.

Перевод помогает нам преодолеть культурные и лингвистические границы и позволяет общаться между различными культурами. Таким образом, перевод является важной проблемой в современном мире. Поскольку перевод стал важным как на национальном, так и на глобальном уровне.

В данной статье мы сосредоточились на процесс интерпретации в области туризма. Согласно принципам интерпретации, человек играет центральную роль в этом процессе, поскольку сообщения или темы ориентированы на посетителей. Без посетителей интерпретация - не более чем красивая, но пустая оболочка [1].

Посетители в пунктах назначения в основном покупают опыт. Вот почему индустрия туризма помечена как индустрия опыта. Однако опыт создается самим человеком. Интерпретация может только попытаться повлиять на это. Опыт является или может быть очень субъективным и специфичным для человека. Чтобы понять, как создается этот опыт и какие факторы могут на него влиять, необходимо понять процесс сбора информации и накопления опыта людьми [2].

Понимание и хранение информации происходит не одновременно, а частями или кластерами. Подобная или как-то похожая информация синтезируется и хранится в одних и тех же кластерах. Например, чувствительные гиды, возможно, без намерения, применяют это, когда они изменяют свою речь в соответствии с национальностью своих посетителей. Нет причин наводнять посетителей в чужой стране с датами или именами, так как это ничего не значит для них. Если гид связывает событие или человека в посещаемой стране с событием или человеком из родной страны посетителя, более вероятно, что посетители смогут найти кусок, который может сделать историю понятной.

Посетители не собираются тратить слишком много времени на посещение или на попытки понять текст. Это оставляет переводчикам единственную возможность попытаться сначала найти элементы в истории, а затем инструменты интерпретирующих средств массовой информации, которые затем могут быть каким-то образом связаны с тем, что посетители уже знают. При таком подходе интерпретация

основывается на уже существующих и сохранных знаниях. Инструменты интерпретации нацелены на остановочный и покупательский элемент визита. Одна из основных целей любого плана интерпретации - заставить посетителей останавливаться так часто, как они могут, и эти остановки должны происходить в желаемом месте (а не где-нибудь) [2].

Поскольку им не хватает опыта, они будут искать других более опытных посетителей и копировать свое поведение; потому что, как мы видели раньше, люди намерены подчиняться, и не любят стресс, не зная, что делать. Широкий выбор интерпретирующих медиа предоставляет альтернативные способы, с помощью которых посетители могут заниматься темой. Круиз происходит, когда интерпретация не дает того, что посетители хотят или могут взять. В этом случае посетители становятся людьми, которые просто оказываются, но не вовлечены в интерпретацию.

Средства массовой информации, используемые в интерпретации, могут иметь первостепенное значение. Спектр средств интерпретации бесконечен - от простых панелей печатных текстов до виртуальных трехмерных событий;

Принимая форму привлечения посетителей к предоставлению опыта, учитываются следующие методы интерпретации: **личный**, такой как демонстрация, персонализация, постановления и управляемые тропы; или **безличный**, такой как знаки, выставлять, навигация, (анимированные) модели и компьютерные дисплеи.

Все ясно, когда дело доходит до первоначального метода интерпретации, называемого личным. Поэтому мы обратимся к открытию следующего метода, который немного неизвестен и является новым для всех, кто занимается туризмом. Это метод интерпретации с именем безличный [3].

Как мы отмечали выше, у этого вида интерпретации есть определенные варианты, которые делают его конкретным. Сначала давайте посмотрим, что означает безличная интерпретация. По его собственному названию мы можем различить, что в этом процессе основной инструмент преобразования исходного языка в целевой уже не более активен. Мы имеем в виду, что нет необходимости использовать человека как переводчика. Вместо этого мы можем полагаться на другие инструменты, которые помогают нам иметь контакт с посетителями другой страны в качестве туристов. Все мы знаем, что в процессе интерпретации важна роль человека (переводчика), однако мы все же можем управлять этим процессом безлично. Для этого нам нужно творческое мышление, умение создавать необходимые инструменты. Например: знаки - (дорожные знаки, обои и т.д.) Они построены с броским взглядом и расположены в густом месте. Это техника, которая дает конкретное изображение места или продукта с продвижением его значение. Таким образом, посетители могут не иметь другого выбора, кроме как смотреть и заботиться о заметках, написанных на знаках. Это дает нам возможность общаться с посетителями без помощи личного переводчика. Это означает, что посетители также могут иметь некоторые несоответствия, когда они слушают переводчика, поэтому, чтобы они чувствовали себя комфортно и все понимали ясно, они должны что-то видеть. И, конечно же, каждый турист знает, как читать текст на своем родном языке. Показывая некоторые знаки, мы предлагаем им реальность в тонкости.

#### *Список литературы / References*

1. *Бахтин М.М.* Эстетика словесного творчества. М.: Издательство «Арт», 1979. 424 с.
2. *Вальгина Н.С.* Теория текста: учебное пособие. Логос, 2004. 280 с.
3. *Межова М.В.* Проблема культурологической эквивалентности слова в переводе литературного текста // Вестник государственного университета культуры и искусств, 2012. № 20. С. 78-82.
4. *Оболенская Ю.Л.* Литературный перевод и межкультурная коммуникация. М.: Высшая школа, 2006. 335 с.