A traduce un ghid turistic sau a răspândi cultura şi identitatea românească în spaţiul european

ELENA PREATCA[1]

The purpose of this article is to reflect on some aspects, regarding the spread and the preservation of national identity through culture and language in a society where globalization becomes an increasingly important topic. In the international context of globalization, translation works as a binding agent between Romanian culture and the European one. The travel guides' translation fulfills the role of mediation between cultures. By reading a travel guide, the foreigner has the opportunity to assimilate the unique cultural universe of Romania. In the context of a cultural and linguistic globalization, translation functions as a premise for considering the universality of our language. That is why, through translation we have to analyse the process of spreading the Romanian language and culture across European countries. Therefore, the travel guides' translation plays a very important role in the process of spreading the Romanian culture and identity. Dances, festivals, folk art utensils, traditional dishes, historical and popular characters, all these values represent the language and culture of our country. The translator of a travel guide must perpetuate these values, thus preserving the uniqueness of the Romanian language. We believe that translation has a new approach, by which this activity becomes a new form of linguistic and cultural globalization, but also a new process of preserving our national identity, as Geogiana Lungu-Badea argues: "Translation is the auspicious space, where linguistics and culture cooperate".

Key-words: *identity*, *language*, *culture*, *globalization*, *translation*, *travel guide*, *European space*

[1] Universitatea „Alexandru Ioan Cuza" din Iaşi, România.

BDD-V4938 © 2016 Aracne editrice
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:10:22 UTC)

Prin abordarea celor două aspecte – traducere şi identitate naţională vom încerca să arătăm că traducerea în general şi cea a ghidurilor turistice în special, poate şi chiar trebuie să funcţioneze ca liant între cele două spaţii culturale: românesc şi cel european. Contactul lingvistic sau contactul dintre limbi, termen care a fost propus iniţial de André Martinet şi care a înlocuit alţi termeni folosiţi anterior precum *amestec de limbi* (*mélange*), nu este altceva decât:

> [...] un proces, condiţionat de contactul lingvistic la nivelul textului, de preluare de către un idiom scris a unor structuri semantice şi sintactice proprii unui alt idiom, luat ca etalon literar. Rezultatul procesului de transfer lingvistic se concretizează în constituirea unui cod lingvistic apt pentru comunicarea scrisă a unor conţinuturi noţionale complexe (Munteanu 2008: 17).

Contactul lingvistic poate fi stabilit între două sau mai multe limbi, total diferite ca structură şi care fac parte din diferite familii lingvistice, dar nu putem vorbi despre un contact lingvistic sau cultural fără a menţiona importanţa şi rolul pe care îl joacă în acest context traducătorul. Atât în cadrul mai multor limbi, cât şi în cadrul diferitor naţionalităţi de pe teritoriul Europei vom meţiona existenţa unei influenţe culturale reciproce, influenţă care a fost, este şi va fi intermediată de specialişti în domeniul traducerii. Prezenţa oricărui contact lingvisitc sau cultural este determinată de cunoaşterea a două sau mai multe limbi, iar în cadrul unei societăţi – marcată de procesul globalizării, bilingvismul devine o necesitate care duce la apariţia legăturilor între diferite culturi. În contextul internaţional al mondializării, fenomen de transformare a lumii într-o unitate, contactele lingivstice şi cele culturale sunt din ce în ce mai multe, iar traducerea funcţionează ca liant între cultura românească şi cea din spaţiul european. Contactul cultural este unul foarte important, nu putem vorbi despre globalizare fără cultură, şi nici despre cultură fără a menţiona procesul globalizării. Această idee este susţinută şi de John Tomlinson în lucrarea sa *Globalizare şi cultură*: „Cultura este importantă pentru globalizare în sensul clar că ea reprezintă

BDD-V4938 © 2016 Aracne editrice
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:10:22 UTC)

aspectul intrinsec al întregului proces de conexitate complexă" (Tomlinson 2002: 36).

Traducerea este o activitate intelectual-creativă care a început să se impună ca disciplină autonomă oadtă cu apariţia lucrărilor unor specialişti precum: Walter Benjamin (1925), George Steiner (1975) sau Eugene Nida (1960). În România traducerea ghidurilor turistice a început să prindă contur la începutul secolului al XXI-lea. Unul dintre puţinele ghiduri turistice traduse în România comunistă este *Delta Dunării şi complexul lagunar Razelm*, scris de Eugeniu Panighianţ şi tradus în franceză în 1985 de Cristina Ghimpeţeanu. Totuşi, numărul acestor ghiduri creşte odată cu implementarea ideii de integrare a României în Uniunea Europeană. Astfel, apare o întreagă colecţie de ghiduri turistice – *Călător prin ţara mea*, care a preluat monopolul pe piaţa românească. Autoarea acestor ghiduri – Mariana Pascaru prezintă cele mai frumoase regiuni ale României, vorbind despre tradiţii, porturi şi bucate tradiţionale româneşti, facilitând în acest sens realizarea contactelor lingvistice şi culturale dintre ţara noastră şi spaţiul european. Autoarea transmite adevărate valori culturale, păstrând poate inconştient, ideea de identitate naţională.

Cu ajutorul traducerilor, străinul/oaspetele intră într-un nou spaţiu cultural, în spaţiul culturii universale:

> Traducerea favorizează circulaţia operelor consacrate universal, prin împletirea tradiţiei şi inovaţiei, prin perpetuarea creaţiei; îmbogăţeşte aria ideilor şi a temelor literare, resursele creaţiei şi ale limbajului; dezvoltă gustul pentru lectură şi asigură accesul la operele fundamentale ale culturii universale (Lungu-Badea: 2004: 11).

Acest *oaspete* cunoaşte noi porturi şi obiceiuri, pe care apoi le transmite în ţara sa. O traducere „calitativă" îi face pe străini să înţeleagă specificul cultural românesc, îi face să revină în ţara noastră, ţara limbii de origine. Traducătorul are o misiune greu de îndeplinit, dar foarte importantă pentru România şi pentru ţările din spaţiul european, aceea de conservare a identităţii naţionale. Traducerea nu se bazează doar pe contextul lingvistic, dar şi pe informaţia din afara textului (informaţie extratextuală). Georgiana Lungu-Badea numeşte traducerea:

BDD-V4938 © 2016 Aracne editrice
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:10:22 UTC)

„[...] spaţiu privilegiat de contact al lingvisticii şi al culturii” (*ibidem*). Pentru a obţine o traducere eficientă, care să ducă la realizarea contactelor culturale şi lingvistice între diferite ţări, traducătorul trebuie să deţină cunoştinţe enciclopedice. Acesta trebuie să dispună de foarte multe cunoştinţe despre text şi despre tot ceea ce se află în afara textului, întrucât contactele lingvistice şi cele culturale apar nu doar între texte, dar mai ales în afara lor, în cultură. Actul traducerii presupune o bună cunoaştere a sistemului limbii de origine şi a limbii-ţintă, precum şi a structurii sistemului cultural. Existenţa contactelor lingvistice depinde în foarte mare măsură de traducător, acesta trebuie să construiască un sistem dublu, un sistem care să favorizeze comunicarea între diferite naţionalităţi şi să producă efectul dorit asupra destinatarului.

În cadrul traducerii ghidurilor turistice scriitorul şi destinatarul transmit şi respectiv, primesc informaţii legate de cultura naţională. Aceştia nu pot exista fără identitate şi fără naţionalitate. Traducătorul construieşte „poduri culturale”, conservând identitatea naţională a fiecăruia dintre noi. Traducătorul unui ghid turistic trebuie să spună lucruri noi despre ţara sa, dar să păstreze neschimbată ideea autorului:

> Aşadar regula ar fi aceea de a nu îmbogăţi niciodată, chiar dacă suntem tentaţi s-o facem, lexicul autorului [...] traducerea este obligată să respecte cu rigurozitate spusele autorului, respectiv spusele textului originar (Eco 2007: 95).

Cultura românească este foarte bogată „ [...] cultural – românii au o bogată cultură populară, temei al constituirii naţiunii noastre” (Şchifirneţ 2001: 472) totuşi, realizarea unui contact cultural între România şi spaţiul european este o misiune greu de îndeplinit. Fiecare traducător trebuie să ţină cont de faptul că în cadrul culturii româneşti putem întâlni cuvinte reprezentative pentru tradiţiile noastre, cuvinte care nu au termeni echivalenţi în nicio altă cultură din cadrul spaţiului european. Astfel, noţiuni precum: *dor*, *doină*, *codru*, *transhumanţă*, *plai*, *bojdeucă* nu pot fi traduse. În cadrul transmiterii unei informaţii prin intermediul ghidurilor turistice putem menţiona importanţa traducerii termenilor marcaţi din

BDD-V4938 © 2016 Aracne editrice
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:10:22 UTC)

punct de vedere cutural. De obicei, aceşti termeni se întâlnesc numai în cadrul unei singure culturi şi sunt numiţi de Georgiana Lungu-Badea – *cultureme*. Cuvinte precum *harapnic*, *pluguşor*, *haiduc*, *bujor*, *cule*, *zurgălăi* pun probleme de traducere specialiştilor şi dificultăţi de înţelegere cititorilor străini. În dorinţa sa de a realiza contacte culturale între două sau mai multe ţări, traducătorul trebuie să cunoască foarte bine atât limba-ţintă, cât şi limba-sursă.

Un foarte bun exemplu este ghidul turistic *Cartea muzeelor literare ieşene*, unde autorii vorbesc despre construcţia istorică Bojdeuca lui Ion Creangă: „Între timp, Bojdeucii lui Creangă (primul muzeu memorial-literar din România, deschis publicului în anul 1918) [...] i s-au adăugat alte şi alte repere culturale muzeale" (Coşereanu, Jumară 2006: 5). Nu trebuie să fii un specialist în domeniul traductologiei ca să înţelegi cât de greu este să traduci cuvântul *bojdeucă*, păstrând conotaţia acestui termen, dar cel mai important să realizezi un contact lingvistic şi cultural eficient. În acest caz, traducătorii au optat pentru echivalentul în franceză al acestui termen, *bicoque*. Cunoscătorii de limbă franceză vor înţelege pierderile de ordin cultural pe care şi le-au asumat specialiştii. În română „une bicoque" este o mică construcţie tradiţională, în care în trecut locuiau ţăranii. În acest caz, nu mai putem vorbi despre un contact lingvistic şi cultural eficient, străinul / oaspetele va înţelege sensul direct pe care îl conotează Bojdeuca lui Ion Creangă, dar nu va mai reţrăi sensul cultural şi istoric al acestui monument, atât de valoros pentru cultura românească. În acest context, *sarcina traducătorului*[2] nu constă numai în traducerea acestui termen, dar şi în realizarea contactului cultural dintre cele două ţări:

> Pentru că încercarea despre care este vorba în textele lui Ricoeur are de-a face cu rolul, pe care traducătorul trebuie să-l asume, al mediatorului nu doar între două limbi, ci şi între două culturi, iar dacă efortul acestuia de a învinge refuzul insidios al limbii-gazdă de a accepta să se lase pusă la încercare de străin este încununat de succes, atunci el poate cunoaşte satisfacţia, plăcerea de a descoperi ceea ce Ricoeur numeşte ospitalitatea

[2] Aluzie la titlul celebrului eseu al lui Walter Benjamin, *Sarcina traducătorului*.

BDD-V4938 © 2016 Aracne editrice
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:10:22 UTC)

> limbajului, adică plăcerea de a locui în limba celuilalt [...] (Prefaţă de Magda Jeanrenaud la Ricoeur 2005: 41).

Scriitorii şi traducătorii de ghiduri turistice sunt cei care contribuie în mod direct la realizarea contactelor culturale şi lingvistice dintre România şi spaţiul european. Aceştia utilizează un limbaj specific domeniului turistic şi pătrund în domeniul semiologiei doar pentru a transmite specificul naţional românesc în afară. Nu doar limbajul este cel care poate atrage un străin, utilizarea corectă şi eficientă a imaginilor joacă un rol foarte important în scrierea şi traducerea ghidurilor turistice. În ghidul turistic *Mănăstirile din Bucovina*, *pietre de temelie creştină*, Dumitru Irimia descrie fresca *Scara Virtuţilor* din mănăstirea Suceviţa astfel:

> Această frescă, expresie picturală de excepţională valoare estetică, a aspiraţiei fiinţei umane, înscrisă în lupta dintre bine şi rău, de a păşi spre perfecţiune, pentru a-şi redobândi armonia pierdută prin căderea în păcat, îşi are punctul de plecare în tratatul de morală Scara Paradisului [...] (Irimia 2009).

Desigur, limbajul artistic utilizat de autor este reprezentativ, dar contactul lingvistic nu ar fi niciodată unul eficient, dacă autorul nu ar utiliza şi imagini corespunzătoare. Semiotica este foarte importantă în cadrul realizării contactelor culturale din întreg spaţiul european. Semiotica (în cazul nostru imaginile şi fotografiile utilizate de autorii ghidurilor turistice) participă la realizarea contactului cultural dintre spaţiul românesc şi cel european. Imaginile şi fotografiile ne ajută să obţinem o comunicare eficientă, iar fără comunicare nu există contact cultural:

> Comunicarea este o dimensiune centrală a vieţii noastre culturale; fără ea, orice tip de cultură moare. În consecinţă, studiul comunicării presupune studiul culturii în care este integrată (Fiske 2003: 2).

Fără traducători contactul cultural nu ar mai fi la fel de eficient. Rolul fiecărui traducător este să transmită cultura ţării de origine călătorilor. Traducătorul construieşte poduri între cele mai îndepărtate culturi, între identităţi naţionale. *Traducătorul – ambasador cultural (factor de mediere între*

BDD-V4938 © 2016 Aracne editrice
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:10:22 UTC)

culturi) – aşa cum este numit acesta în numărul 14 al revistei *Atelier de traducere*, coordonată de Muguraş Constantinescu şi Elena-Brânduşa Steiciuc, poate şi trebuie să realizeze contacte culturale, care ar putea contribui la desfăşurarea procesului de globalizare.

În lucrarea sa *Problèmes interculturels de la traduction des guides touristiques (français – italien)*, Jean-Paul Dufiet vorbeşte despre legea pozitivităţii, unde scriitorul unui ghid turistic, care realizează contacte lingvistice şi mai ales contacte culturale, trebuie să relateze numai lucruri frumoase, pozitive despre ţara în care se va călători. Acelaşi scriitor menţionează că ghidurile turistice sunt lucrări care aparţin genului epidiptic, ceea ce se explică prin faptul că autorul unui text cu mesaj turistic realizează contacte culturale, încercând să convingă călătorul despre frumuseţea ţării sale. Pentru a realiza contacte culturale între două sau mai multe naţionalităţi, traducătorul unui ghid turistic trebuie să ţină cont de sens, acesta trebuie să se afle într-o relaţie continuă şi strânsă cu spaţiul cultural al destinatarului, încercând să păstreze imaginea pragmatică a originalului. În acest sens, specialistul trebuie să recurgă la adaptarea culturală a comunicării. De exemplu, în ghidul turistic *Ţinutul Neamţului*, scris de Mariana Pascaru şi tradus de Diane Chesnais, autoarea descrie specificul sărbătorilor de iarnă din România după cum urmează:

> În fiecare an, la sfârşitul lunii decembrie, străzile din Piatra-Neamţ se umplu de alaiuri de colindători şi urători din satele din împrejurimi, care vin să ia parte la Festivalul de Datini şi Obiceiuri de Iarnă. Veselia cetelor de mascaţi [...] şi a copiilor cu pluguşoare, sunete asurzitoare de zurgălăi (clopoţei), buhai, tălăngi, pocnete de harapnice (bice) toate concură la crearea unei atmosfere sărbătoreşti speciale (Pascaru 2006).

Astfel, pentru a transmite cititorului importanţa obiectelor populare româneşti, traducătorul a recurs la adaptarea culturală a comunicării şi a tradus cuvintele *pluguşor*, *zurgălăi*, *buhai*, *tălăngi*, *harapnic* în limba franceză prin: une petite charrue parée, petites cloches, cornemuse, clochers à vaches et fouet. Cuvântul *pluguşor* are în *Dicţionarul explicativ al limbii*

BDD-V4938 © 2016 Aracne editrice
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:10:22 UTC)

române următoarea definiţie: „Diminutiv al lui *plug*; pluguleţ, pluguţ. 2. Plug (1) împodobit cu hârtie colorată, cu flori etc., cu care umblă flăcăii în ajunul Anului Nou, recitând colinde, sunând din clopoţei, pocnind din bici etc.; *p. ext.* datina uratului de Anul Nou în folclorul românesc, precum şi versurile care se rostesc cu această ocazie; pluguleţ, plug" (DEX, s.v.). Nicio altă cultură din spaţiul european nu are un echivalent perfect pentru acest obiect popular, caracteristic spaţiului cultural românesc. Totuşi, pentru a facilita realizarea comunicării între destinatarii de origine franceză şi cei de origine română, traducătorul a recurs la adaptarea culturală a comunicării.

Misiunea traducătorului de ghid turistic este una foarte importantă şi greu de îndeplinit, acesta se confruntă cu dificultăţi precum: cunoaşterea spaţiului cultural şi realizarea dialogului între emiţător şi destinatar. Traducătorul trebuie să ştie unde se află limita dintre adaptarea textului turistic la cultura franceză şi afirmarea culturii ţării de origine, adică a culturii româneşti. Un bun traducător trebuie să fie fidel textului originar „Traducerea reprezintă aşadar un caz particular de interpretare, un angajament *a priori*, ce rezultă dintr-un soi de pact de tipul unui «mă angajez să spun ce spune originalul»" (Jeanrenaud 2006: 15).

Orice traducător trebuie să-şi asume riscul de imposibilitate a traducerii:

> [...] ideologia tehnicilor de traducere urmăreşte şi „gestionarea" imposibilităţii teoretice a traducerii – văzută ca o reproducere exactă a originalului – prin promovarea unor strategii de limitare a pierderilor, clasificate ca secundare, colaterale şi ca atare acceptabile, dacă actul traducerii este centrat pe producerea unui text-ţintă echivalent, capabil să recompună funcţia predominantă a textului-sursă (Ricoeur 2005: 7).

Pentru a transmite mesajul unui ghid turistic, traducătorul trebuie să aspire spre perfecţiune, adică spre realizarea contactelor culturale între mai multe ţări, care sunt implicate în actul traducerii „[...] nu există nici text intraductibil, dar nici traducere perfectă; există numai aspiraţia pentru perfecţiune prin perfectabilitate [...]" (cuvânt-înainte de Gelu Ionescu, *ibidem*). Traducătorul unui ghid trebuie să-şi asume riscul

BDD-V4938 © 2016 Aracne editrice
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:10:22 UTC)

trădării în traducere, întrucât singura şi cea mai importantă misiunea a sa este să obţină contacte lingvistice şi culturale.

Trebuie să menţionăm că astăzi există mai multe forme de globalizare precum: globalizarea economică, globalizarea juridică, globalizarea politică. Totuşi, globalizarea culturală este cea mai amplă formă de transformare a lumii într-o unitate:

> Oricare ar fi semnificaţia cauzală şi practică a acestor fenomene, fără îndoială că una dintre cele mai direct percepute şi trăite forme ale globalizării este cea culturală (Held, McGrew et al. 2004: 372).

Globalizarea are un efect decisiv în cadrul realizării contactelor culturale şi lingvistice. Procesul globalizării implică un nivel înalt de comunicare şi de schimb de informaţii între diferite culturi ale lumii. Traducerea de ghiduri turistice este o activitate care facilitează realizarea procesului de globalizare. A publica ghiduri turistice înseamnă a transmite cultura românească în spaţiul European. Prin intermediul acestor lucrări vom păstra adevărata valoare estetică a poporului nostru şi vom participa la transmiterea culturii româneşti în afara ţării noastre.

A traduce un ghid turistic nu înseamnă pur şi simplu a transpune textul dintr-o limbă în alta. A traduce înseamnă, în primul rând, a transmite o informaţie de ordin cultural:

> Traducerea este omniprezentă în societatea contemporană, dar după părerea lui Daniel Gouadec (Faire traduire), aceasta nu înseamnă că toată lumea ştie foarte clar ce înseamnă „traducere". Multă lume consideră că a traduce înseamnă pur şi simplu a schimba limba în care este scris un text, adică a înlocui cuvinte, expresii şi fraze ale unei limbi cu echivalentul acestora în altă limbă. Astfel, continuă Gouadec, se ajunge la ideea că toată lumea care cunoaşte o limbă străină poate traduce, ceea ce poate fi *o iluzie primejdioasă*[3].

Traducerea este totuşi, un mijloc de comunicare între două limbi-culturi, iar o comunicare eficientă este posibilă numai dacă mesajul este transmis corect destinatarului. Putem

[3] http://ec.europa.eu/translation/romanian/guidelines/documents/styleguide_romanian_dgt_ro.pdf (consultat pe data de 07.08.2015).

BDD-V4938 © 2016 Aracne editrice
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:10:22 UTC)

transmite cultură în exterior şi primi cultură din afară doar dacă vom învăţa să păstrăm intact patrimoniul nostru cultural.

Bibliografie

Izvoare şi lucrări de referinţă

BENJAMIN W., *Iluminări*, traducere de Catrinel Pleşu, Bucureşti, Univers, 2000.

DEX: Academia Română, *Dicţionar explicativ al limbii române*, Bucureşti, Univers Enciclopedic, 1998.

DUFIET J.-P., *Problèmes interculturels de la traduction des guides touristiques (français – italien)*, « *Les enjeux de communication culturelle* », din 5–7 iulie, Montpelliers, 2009.

ECO U., *În căutarea limbii perfecte*, traducere de Dragoş Cojocaru, Iaşi, Polirom, 2002.

FRIEDMAN J., *Cultural identity and global process*, Londra, Sage, 1994.

JEANRENAUD M., *Universaliile traducerii. Studii de traductologie*, Iaşi, Polirom, 2006.

LUNGU-BADEA G., *Teoria culturemelor*, *teoria traducerii*, Timişoara, Editura Universităţii de Vest, 2004.

MARTINET A., *Elemente de lingvistică generală*, traducere şi adaptare la limba româna de Paul Miclău, Bucureşti, Editura Ştiinţifică, 1970.

MUNTEANU E., *Lexicologie biblică românească*, Bucureşti, Humanitas, 2008.

RICOEUR P., *Despre traducere*, traducere de Magda Jeanrenaud, Iaşi, Polirom, 2005.

TOMLINSON J., *Globalizare şi cultură*, traducere de Cristina Gyurcsik, Timişoara, Amarcord, 2002.

Corpus

IRIMIA D., *Mănăstirile din Bucovina*, *pietre de temelie creştină*, Gura Humorului, Terra Design, 2009.

JUMARĂ D., COŞEREANU I., VASILIU L., *Cartea muzeelor literare ieşene*, Iaşi, Terra Design, 2006.

OGRINJI M., Raicu A., *Ţara Apusenilor*, Bucureşti, AdLibri, 2005.

PASCARU M., *La terre de Neamţ*, Bucureşti, AdLibri, 2006.

—— *Veşnicia satului*, Bucureşti, AdLibri, 2012.

BDD-V4938 © 2016 Aracne editrice

Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:10:22 UTC)