

Votpuske / Lomalla -matkailuesitteen
kääntämisprosessista

Pro gradu -tutkielma

Jyväskylän yliopisto

Kielten laitos

Suomen kieli

2014

Ksenia Jylhä

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

| | |
|--|---|
| Tiedekunta – Faculty Humanistinen tiedekunta | Laitos – Department Kielten laitos |
| Tekijä – Author Jylhä, Ksenia | |
| Työn nimi – Title V otpuske / Lomalla -matkailuesitteen kääntämisprosessista | |
| Oppiaine – Subject suomen kieli | Työn laji – Level pro gradu –tutkielma |
| Aika – Month and year joulukuu 2014 | Sivumäärä – Number of pages 60 sivua liitteineen |
| <p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Tässä tutkimuksessa tarkastellaan Keski-Suomeen saapuville venäläisille matkailijoille suunnatun <i>V otpuske / Lomalla</i> –matkailuesitteen kääntämisprosessia. <i>V otpuske</i> –matkailuesite ilmestyi talvella vuonna 2012. Esite kertoo Keski-Suomen seudulla toimivista matkailukeskuksista, hiihtolomakohteista, kylpylöistä, sekä antaa vinkkejä onnistuneeseen ostosten tekoon.</p> <p>Matkailuesite on sähköisten kanavien ohella matkailumarkkinoinnin tärkeimpiä työkaluja. Matkailun edistämiskeskuksen (2004: 21-22) mukaan "yrityksen paperille painettu neliväriesite on edelleen keskeinen osa myynti- ja markkinointimateriaalia" ja "markkinoinnissa esitettä edelleen tarvitaan ja sen tekemiseen on panostettava kylliksi sekä henkisiä että rahallisia resursseja". Matkailuesitteen tehtävinä on tiedottaa yrityksen tuotteista ja palveluista ja synnyttää peruskysyntää. Matkailuesitteen sisältö kannattaa suunnitella mahdollisimman mielenkiintoiseksi, jotta lukija selaisi esitteen mahdollisimman kattavasti.</p> <p>Tämän työn teoria esittelee markkinointiviestintää ja moderneja käännosteorioita. Ensisijaisesti tutkielmassa nostetaan esille Katharina Reissin ja Hans Vermeerin kehittämä skopos-teoria, sekä miten tekstityypit vaikuttavat matkailuesitteen käännokseen.</p> <p>Tutkielma käsittelee matkailuesitteen käänno prosessin ilmeneviä kielellisiä käänno ongelmia. Minä ja ystäväni osallistuimme <i>V otpuske</i> –matkailuesitteen valmistusprojektiin kielenkääntäjinä ja oikolukijoina, joten käänno styö perustuu omaan kokemukseeni ja sen analyysiin. Lähestymistapa on empiirinen. Tutkielman tarkoituksena on pohtia, millaisia haasteita kääntäjä kohtaa kääntämisprosessin aikana ja miten päätyy lopulliseen ratkaisuun, sekä miten tekstityyppi vaikuttaa lopputulokseen.</p> | |
| Asiasanat – Keywords Kääntämisprosessi, suomen kieli, venäjän kieli, matkailuesite | |
| Säilytyspaikka – Depository Kielten laitos. Suomen kielen oppiaine. | |
| Muita tietoja – Additional information | |

SISÄLLYSLUETTELO

| | |
|--|----|
| 1 JOHDANTO | 1 |
| 1.1 TUTKIMUKSEN TAUSTAA..... | 1 |
| 1.2 MATKAILUESITTEEN KÄÄNTÄMISPROSESSISTA | 2 |
| 1.3 V OTPUSKE –MATKAILUESITE | 3 |
| 1.4 TUTKIELMAN RAKENNE..... | 6 |
| 2 VENÄLÄISTEN MATKAILU SUOMESSA | 7 |
| 3 MATKAILUESITE MATKAILUMARKKINOINNIN TYÖKALUNA | 9 |
| 3.1 MATKAILUESITE TEKSTILAJINA | 9 |
| 3.2 MATKAILUESITTEEN OMINAISUUDET JA TEHTÄVÄT..... | 11 |
| 4 TEORIATAUSTA | 13 |
| 4.1 KÄÄNNÖSVIESTINTÄ..... | 13 |
| 4.2 SKOPOSTEORIA | 14 |
| 4.3 MATKAILUESITTEEN FUNKTIOANALYYSI | 17 |
| 4.4 VIERAANNUTTAMINEN JA KOTOUTTAMINEN | 17 |
| 5 AINEISTON ANALYYSI | 20 |
| 5.1 INFORMATIIVISEN FUNKTION VÄLITTÄMINEN | 20 |
| 5.1.1 Yhdyssanat | 20 |
| 5.1.2 Termit | 22 |
| 5.2.1 Erisnimet..... | 25 |
| 5.2.2 Realiat..... | 31 |
| 5.2 EKSPRESSIIVISEN FUNKTION VÄLITTÄMINEN | 33 |
| 5.3 OPERATIIVISEN FUNKTION VÄLITTÄMINEN | 34 |
| 5.3.1 Otsikot | 34 |
| 5.3.2 Viittaus vastaanottajaan ja kohderyhmään | 36 |
| 5.3.3 Sinuttelu vs. teitittely..... | 38 |
| 6 PÄÄTELMÄ | 40 |
| 7 LÄHTEET | 43 |
| LIITTEET | 45 |
| Liite 1. <i>V otpuske (Lomalla)</i> –matkailuesite..... | 45 |

1 JOHDANTO

1.1 TUTKIMUKSEN TAUSTAA

Emme aina edes huomaa, että olemme päivittäin tekemisissä erilaisten tekstien kanssa, jotka usein ovat käännöksiä – niitä ovat ulkomaan uutiset ja matkaoppaat, käännetty kaunokirjallisuus ja asiatekstit, tekniset ja tieteelliset tekstit, käyttöohjeet ja tuoteselosteet, dubatut ja tekstitetyt televisio-ohjelmat jne. Käännökset siis ovat oleellinen osa kielellistä todellisuuttamme.

Pro gradu -tutkielmassani perehdyn matkailuesitteen kääntämisprosessiin. Matkailuesite on tärkeimpiä markkinointiviestinnän työkaluja. Maailma kehittyä jatkuvasti ja sen seurauksena markkinointiviestinnän kanavien määrä laajenee, mutta painetulla matkailuesitteellä on silti vahva rooli. Matkailun edistämiskeskuksen (2004: 21-22) mukaan "yrityksen paperille painettu neliväriesite on edelleen keskeinen osa myynti- ja markkinointimateriaalia" ja "markkinoinnissa esitettä edelleen tarvitaan ja sen tekemiseen on panostettava kylliksi sekä henkisiä että rahallisia resursseja". Internet on vähentänyt matkaesitteiden määrää ja helpottanut tiedonhakuprosessia, mutta saavuttuaan matkakohteeseen, uuteen ympäristöön, useimmat matkailijat turvautuvat karttaan ja painettuun esitteeseen, jotta tutustuminen matkakohteeseen sujuisi helpommin ja vaivattomammin.

Osallistuin *V otpuske* -matkailuesitteen valmistusprojektiin kielenkääntäjänä ja oikolukijana vuoden 2012 marraskuun ja joulukuun aikana. *V otpuske* on Keskisuomalainen-lehden julkaisema matkailuesite, joka on suunnattu talven aikana Keski-Suomeen saapuville venäläisille matkailijoille.

Tutkielmani käsittelee *V otpuske* -matkailuesitteen käännöksessä ilmeneviä kielellisiä käännösongelmia. Käännöstyö perustuu omaan kokemukseeni ja sen analyysiin, joten lähestymistapa on empiirinen. Tarkoitukseni on siis pohtia, millaisia haasteita kääntäjä kohtaa kääntämisprosessin aikana ja miten päätyy lopulliseen ratkaisuun, sekä miten tekstityyppi vaikuttaa lopputulokseen. Kyseessä on siis monimuototutkielma, johon kuuluvat itse käännös sekä sen ja käännösprosessin analyysi. Tässä tutkimuksessa syvennyn tiettyyn kielipariin: suomi – venäjä.

1.2 MATKAILUESITTEEN KÄÄNTÄMISPROSESSISTA

Minä ja ystäväni olimme sivutyössä Tietoykkönen Oy:llä, joka on tutkimusyritys ja kuuluu Keskisuomalainen-konserniin. Koko konsernin yhteisessä tilaisuudessa tutustuimme Keskisuomalaisen tiedottajaan, joka tarjosi mielenkiintoisen mahdollisuuden osallistua matkailuesitteen käännösprojektiin.

Projektin tavoitteena oli suunnitella venäläisiä matkailijoita varten *V otpuske* –matkailuesite (suom. *lomalla*), jonka avulla he pystyisivät tutustumaan Keski-Suomen maakuntaan ja siellä toimiviin yrityksiin. Esite kertoo hiihtolomakohteista, seudun tarjoamista ostosmahdollisuuksista ja palveluista, kuten ravintoloista ja teattereista. *V otpuske* esittelee Hankasalmen, Himoksen, Häkärinteet, Jyväskylän, Jämsän, Laajavuoren, Laukaan, Muuramen, Peurungan, Revontulen ja Riihivuoren matkailukohteina. Esite sisältää myös yritysten palveluiden ja tuotteiden mainoksia. Matkailuesite ilmestyi 16-sivuisena tabloidina, kokonaan venäjän kielellä.

Osallistuimme ystäväni kanssa projektiin kielenkääntäjinä ja oikolukijoina. Kannattaa kuitenkin mainita, että esitteeseen oli joitain käännöksiä tehty jo valmiiksi, ennen kuin me aloitimme kääntämisen.

Projekti koostui seuraavista vaiheista:

- aineiston toimittaminen kääntäjille
- vastuiden jakaminen
- kääntäminen
- aineiston tarkistus ja mahdollisten korjauksien teko
- aineiston toimittaminen taittoon
- matkailuesitteen vedoksen oikoluku

Matkailuesitettä käännettiin useassa osassa, jotka lähetettiin kääntäjille säännöllisin väliajoin. Projektivastaavan kanssa sovittiin, että valmiit käännökset toimitetaan materiaalin saapumisesta seuraavana päivänä. Käännösohjeistuksesta ei keskusteltu, paitsi kerran otimme puheeksi paikannimien välittämiseen liittyviä ongelmia. Projektivastaavan kanssa päätettiin, että paikannimet välitetään siten, että alkuperäinen suomenkielinen sana laitetaan sulkeisiin venäjänkielisen vastineen jälkeen. Tämän keinon oli tarkoitus helpottaa paikan löytämistä kartalta tai vaikkapa tiemerkinnoista.

Käännettäväksi tarkoitetut materiaalit jaettiin seuraavasti: jokaisen artikkelin toisen puolen kääntämisestä vastasi toinen kääntäjä ja toisen puolen kääntämisestä toinen kääntäjä. Tekstin kääntämisen jälkeen kääntäjät lukivat tekstin yhdessä tarvittaessa etsivät lisätietoa nettisivuilta

tai sanakirjoista, sekä keskustelivat mahdollisista korjauksista. Kun käännösteksteistä oli päästy yhteisymmärrykseen, valmiit tekstit lähetettiin taittoon.

Matkailuesitteen valmiin vedoksen oikoluku tapahtui Keski-suomalainen-lehden toimistossa. Oikolukuprosessin aikana matkailuesitteeseen tehtiin pieniä korjauksia. Esitteen kannessa olevassa venäläisiä matkailijoita tervetulleiksi toivottavassa fraasissa (”Tervetuloa Keski-Suomeen”) oli virhe. Venäjänkielisenä fraasina se oli *Добро пожаловать в Среднюю Финляндию!* / *Dobro poʒalovat' Srednyuyu Finlyandiuyu!* Tämä oli kirjoitettu väärin, koska paikannimi Keski-Suomi on venäjäksi *Центральная Финляндия* / *Central'naya Finlyandiya!* Adjektiivilla *средний* / *srednij* on samanlainen merkitys kuin suomalaisella sanalla *keski-* eli ”keskellä oleva, keskimäinen osa jotakin, jonkun ajanjakson puolivälissä oleva, asemaltaan muiden välissä oleva”. Paikannimien yhteydessä käytetään kuitenkin toista adjektiivia *центральный* / *central'nyj*. Esimerkeiksi voi mainita muita paikannimiä: *Keski-Eurooppa - Центральная Европа* / *Central'naya Evropa*, *Keski-Amerikka - Центральная Америка* / *Central'naya Amerika*. Tämä fraasi ei ollut meidän työryhmämme kääntämä, vaan esiintyi valmiina kannessa.

Kääntäjien tavoitteena oli tuottaa venäläisille lukijoille sujuvaa ja hyvää tekstiä.

1.3 V OTPUSKE –MATKAILUESITE

V otpuske on 16-sivuinen, A3-kokoinen aikakauslehden tyylinen matkailuesite. Esitteen sivuilta matkailijat voivat löytää informaatiota hiihtolomakohteista, kuten Himoksesta, Riihivuoresta, Laajiksesta, Häkärinteistä, Revontulesta, sekä Peurunka- ja Rantasipi Laajavuori -kylpylöistä.

Käännettäessä pyrittiin säilyttämään alkuperäisten tekstien selkeys ja informatiivisuus. Tarkoituksena oli myös, että sekä alkuperäisten että käännettyjen tekstien kielenkäyttö olisi hyvää, ytimekästä ja myös monipuolista.

Tässä esimerkkejä kielenkäytöstä aineistossa:

Tule ja vietä hauska viikko uudistuneilla Häkärinteillä. Tekemistä riittää rinteissä ja niiden ulkopuolella koko viikoksi - laskettelua, hiihtoa, lumikenkäilyä, luistelua, moottorikelkkailua! Hauskanpidon ohessa voit myös herkutella

Проведите незабываемую неделю в обновленном горнолыжном центре Хякяринтеет (Häkärinteet). Занятий хватит как на склонах, так и за их пределами: катание на лыжах, скоростной спуск, прогулки на снегоступах, катание на коньках и

rinneravintolassamme!

Laskettelun lisäksi upean luonnon helmassa voi harrastaa lukuisia muitakin lajeja. Keskuksen viikko-ohjelmasta löytyy runsaasti tarjontaa niin lapsille kuin aikuisille. Suosituimpia lajeja ovat muun muassa moottorikelkkasafarit, koiravaljakolla ajo ja eksoottinen jääuinti. Lämpöä kehoon saa ulkoilun jälkeen vaikkapa savusaunassa, ja kehon huolto ja hemmottelu hoituu kätevästi Pikku Spa –kauneushoitolassa.

поездки на снегоходах! Кроме этого вы всегда сможете насладиться вкусными угощениями в нашем ресторане. (V otpuske 2012, 12)

Помимо традиционных зимних видов спорта, гостей комплекса ждут другие разнообразные виды активного отдыха на лоне природы. В развлекательной еженедельной программе представлено небывалое изобилие занятий и мероприятий как для детей, так и для их родителей. Среди самых популярных такие развлечения, как сафари на снегоходах, езда на собачьих упряжках и экзотическое купание в проруби. После прогулок на свежем воздухе можно согреться в традиционной финской сауне «по-черному», а также побаловать себя в спа-салоне Пикку Спа (Pikku Spa). (V otpuske 2012, 2)

Tarkoituksena oli ytimekäs kielenkäyttö, mutta yllämainituista esimerkeistä huomaa helposti, että venäjänkieliset tekstit ovat alkuperäistekstejä tuplasti pitempiä. Käännettäessä suomesta venäjäksi yhdyssanat tuottavat usein ongelmia kääntäjälle. Joissakin tapauksissa yhdyssanan merkitys pitää ”purkaa” ja sen pohjalta aloittaa venäjänkielisen vastineen tekeminen (Jänis 2010: 76). Venäjänkieliset vastineet ovat yleensä monisanaisia.

Kaikki tärkeimmät tiedot kohteiden tarjoamista palveluista on sijoitettu faktabokseihin, joista lukija voi helposti löytää itseään eniten kiinnostavia asioita. Tässä esimerkki faktaboksista:

<faktaboksi>

Kätevästi perille

Himokselle pääsee kätevästi niin lentäen kuin junallakin Helsingin kautta, josta on kätevät jatko yhteydet Jämsän Himokselle paitsi junalla myös tilausbusseilla, vuokra-autoilla jne. Junayhteyksistä keskeisimpiä ovat Tolstoi (Moskova-Helsinki) ja

<важно знать>

До места с комфортом

До туристического центра Химос легко добраться как самолетом, так и поездом через Хельсинки, откуда налажено дальнейшее сообщение с городом Ямса и курортом Химос. Транспортное сообщение происходит по железной дороге, а также обеспечено автобусами на

Allegro (Viipuri/Pietari – Helsinki/Lahti).

Himos Holiday
www.himosholiday.ru
puh. + 358 (0)20 711 9230

заказ, арендованными автомобилями и т.п. Среди постоянно курсирующих популярных поездов - «Лев Толстой» (Москва-Хельсинки) и «Аллегро» (Санкт-Петербург - Выборг - Лахти - Хельсинки).

Himos Holiday
www.himosholiday.ru
тел. + 358 (0)20 711 9230

Matkailuesitteen teksteissä korostetaan, mitä kohteella *on* tarjolla: näin ollen myös tekstejä käännettäessä yritettiin välttää *ei*-sanana käyttämistä. Alla olevat tekstien kappaleet ovat tämän matkailuesitteen ominaisuuden esimerkkejä:

Yrityksellä on tarjottavanaan yli 450 eri majoitusvaihtoehtoa, jotka ulottuvat luksusmökkeistä ja -huviloista tilaviin kahden hengen hotellihuoneisiin.

Компания предлагает более 450 различных вариантов размещения: от вместительных апартаментов на двоих до гостевых домов и вилл класса люкс.
 (V отпуске 2012, 2)

Lastenmaassa on kolme rinnettä ja kaksi hissiä, joista erityisesti helppokäyttöinen mattohissi on alueen uusi suosikki.

Для маленьких покорителей вершин специально предназначены три склона и два подъемника, один из которых - ленточный - пользуется особой популярностью.
 (V отпуске 2012, 9)

Kylpylässä on tarjolla runsaasti erilaisia wellness- ja fitness-palveluita, kuten kuntokartoitus- ja valmennuspalvelut, ennaltaehkäisevät fysioterapiapalvelut, kasvo- ja jalkahoidot, rentouttavat kylvyt ja kuumakivihieronnat sekä liikuntapalvelut sisällä ja ulkona.

Спа-комплекс предлагает разнообразные wellness- и fitness-услуги, такие как определение физического состояния тела, составление индивидуальных тренировочных программ, профилактическая физиотерапия, уход для лица и ног, расслабляющие ванны и массаж с горячими камнями, а также различные физические занятия на улице и в зале.
 (V отпуске 2012, 8)

V отпуске - matkailuesite sisältää kuvia ja karttoja, joiden tarkoituksena on tukea tekstin sisältöä ja kuvata todenmukaisesti lomakohteiden tarjoamia palveluita ja mahdollisuuksia.

V otpuske – matkailuesitteestä on tehty yksikielinen eli se on julkaistu kokonaan venäjän kielellä. Näin lukija saa vaikutelman, että esite on suunnattu juuri hänelle, eikä kenelle tahansa ulkomaalaiselle.

1.4 TUTKIELMAN RAKENNE

Tutkielma jakautuu kuuteen päälukuun. Johdannon jälkeen pääluvussa 2 mainitsen asioita, jotka motivoivat venäläisten matkailijoiden ostoprosessia, sekä vaikuttavat tuotteen tai palvelun valintaan. Kerron myös matkailun mahdollisuuksista ja alan trendeistä Suomessa, sekä esittelen venäläismatkailijoiden määrää.

Pääluvussa 3 kiinnitän huomiota visuaalisen markkinoinnin työkaluun, esitteeseen, ja sen tehtäviin. Esittelen matkailuesitettä tekstilajin näkökulmasta, sekä selvitän hyvän ja laadukkaan esitteen ominaisuuksia.

Pääluku 4 muodostaa teoreettisen osuuden. Teoreettinen viitekehys muodostuu pääasiassa saksalaisten käännösteoreetikkojen Katharina Reissin ja Hans Vermeerin kehittämästä skopos-teoriasta, sekä tekstityyppien teoriasta. Skopos-teoria on kääntämisen kannalta erittäin hyödyllinen. Se opettaa pohtimaan, mitä varten käännös tehdään, ja perustelemaan käännösratkaisuja sen pohjalta, mihin tarkoitukseen käännös on tehty. Käännösratkaisuja siis etsitään ja mietitään käännöksen tarkoituksen näkökulmasta.

Luvut 5 ja 6 ovat analyysi- ja tuloslukuja. Luvussa 5 analysoin tekemiäni käännösratkaisuja matkailuesitteen tavoitteiden mukaisesti. Matkailuesite ei esiinny puhtaana tekstityyppinä, vaan se on ns. hybriditeksti. Se sisältää jossain määrin informatiivista, ekspressiivistä ja operatiivista viestintää. Matkailuesite tarjoaa lukijoille tietoa matkakohteesta sekä sen palveluista ja mahdollisuuksista. Esitteen on tarjottava informaatiota mielenkiintoisessa ja houkuttelevassa valossa. Se kutsuu matkailijaa kokemaan kohteen tarjoamia elämyksiä eli se asettaa lukijalle jonkinlaisen toimintamallin. Luvussa 6 esittelen tuloksia.

V otpuske -matkailuesite löytyy *Liitteet* -osiosta.

2 VENÄLÄISTEN MATKAILU SUOMESSA

Ennen kuin alamme miettimään, millainen Suomi on matkakohteena ja millaisia ja minkä tasoisia palveluita täältä voi saada, kiinnitämme huomiota venäläiseen matkailijaan ja asiakkaaseen. Pohdimme niitä asioita, jotka motivoivat venäläisten ostosprosessia ja ovat nousseet ylitse muiden palveluiden etsinnässä ja matkakohteen valinnassa.

Venäläinen markkinoinnin ja mainonnan asiantuntija ja Moskovan kemian teknologian valtiollisen yliopiston professori Roman Tarasenko (2014) on tehnyt venäläisen kuluttajan henkilökuvatutkimuksen, jossa hän korostaa seuraavia asioita:

- järkevät ostopäätökset ja tietojen hankinta. Tämä tarkoittaa, että spontaanisti tehtyjen ostosten määrä on laskussa. Kuluttaja käy katsomassa ja etsimässä tietoa keskimäärin kahdeksalta eri verkkosivulta ennen kalliin ostoksen tekemistä.
- huomion kiinnittäminen muiden kokemuksiin. Venäläinen kuluttaja keskustelelee muiden kanssa ja kuuntelee perheenjäsenten, ystävien ja tuttavien mielipiteitä palveluista tai tuotteista ennen ostopäätöksen tekemistä. Suositukset ja puskaradio vaikuttavat myös vahvasti päätöksen tekemisprosessiin.
- kuluttajien hinta-arkuus. Ostosten tekemisessä hinta on noussut tärkeimmälle sijalle. Venäläinen kuluttaja etsii jatkuvasti alennuksia ja odottaa alennusmyyntejä. Erilaiset erikoistarjoukset ja bonuskupongit vähentävät normaalihintaisten tuotteiden ja palvelujen ostamista.
- säästäminen. Venäläinen kuluttaja säästää pahan päivän varalle, mutta ei kuitenkaan tingi loman ja vapaa-ajan vietosta tai omista ja perheen hyvinvointipalveluista ja -tuotteista.
- terveys ja hyvinvointi. Kasvavassa roolissa on oman terveyden ja hyvinvoinnin arvostus ja niihin panostaminen, mistä johtuu kiinnostus kuntosaleihin, kuntosalilaitteisiin, terveyden tarkkailulaitteisiin, erilaisiin fitness- ja wellness -palveluihin.
- fiksu kuluttaminen ja brändiuskollisuus. Tuotteiden ja palvelujen laatu on etusijalla. Venäläinen kuluttaja suosii konservatiivisia ja Venäjällä tunnettuja brändejä. Esimerkiksi *Made in Finland* -leima on tae hyvästä ja laadukkaasta työstä. Kuluttaja on valmis maksamaan 30% enemmän suosikkibrändistä.

– ekologisuus. Venäläinen kiinnittää huomiota materiaaleihin, joista tuote on tehty. Myös luomutuotteiden kysyntä on kasvussa.

Yllämainitun tutkimuksen perusteella voi tehdä yhteenvedon, jonka mukaan venäläinen kuluttaja tekee järkeviä ja rationaalisia ostospäätöksiä, mutta on kuitenkin brändiuskollinen ja valmis maksamaan enemmän suosikkimerkistä. Venäläinen ei säästele lomamatkoissa, vapaa-ajan vietossa eikä omassa ja perheensä terveyspalveluissa. Hän arvostaa laatua tuotteissa ja palveluissa. Kiinnostus luomutuotteisiin ja ekologiin materiaaleihin on vahvassa kasvussa.

Suomi on tunnettu hyvälaatuisesta, monipuolisesta ja ystävällisestä palvelusta. Matkailun edistämiskeskus (2014) on laatinut listan maailmalla suosituista ja Suomessa kehittyvistä matkailun trendeistä. Näihin kuuluvat mindfulness, perinteisten hoitomuotojen paluu, lyhytlomien kasvu, hyvä omatunto ja kestävä matkailu. Suomenkielistä käännöstä sanalle mindfulness ei ole, joten usein käytetään englanninkielistä termiä. Kuvaavia ilmaisuja ovat esimerkiksi ”tietoisuustaidot” ja ”hyväksyvä tietoinen läsnäolo”. Kyseessä ovat siis rentoutus- ja stressinhallintamenetelmät, joita hyvinvointimatkailuyritykset tarjoavat perinteisempien hyvinvointipalvelujen ja -tuotteiden rinnalla. Perinteisten hoitomuotojen paluu tarkoittaa suoraa kosketusta luontoon. Tämä otetaan huomioon hyödyntämällä hyvinvointiohjelmissa perinteisiä, suomalaisia hoitomuotoja (esimerkiksi suomalainen sauna, turvesauna ja -hoidot). Lyhytlomien kysyntä on kasvussa ja se näkyy esimerkiksi kaupunkimatkailun lisääntymisessä. Hyvään omatuntoon ja kestäväan matkailuun liittyvää trendiä voidaan kuvailla termeillä ”sosiaalinen vastuu”, ”ympäristön huomioiminen”, ”tunteisiin vetoaminen” ja ”ympäristöystävällisyys”. Nämä matkailun trendit houkuttelevat ja vetävät puoleensa myös venäläisiä turisteja, jotka ovat kiinnostuneita paitsi hyvinvointi- ja kylpylälomista, myös mökki- ja laskettelulomista sekä risteilyistä.

Rajahaastattelututkimuksen mukaan (Tilastokeskus 2013: 3) vuonna 2012 Suomessa vieraili 7,6 miljoonaa ulkomaista matkustajaa. Kaikista matkustajista 47% eli yhteensä noin 3,6 miljoonaa matkailijaa saapui Venäjältä. Matkustajista 81% oli viettämässä vapaa- ja loma-aikaa Suomessa ja 6% oli työmatkalla. Venäläismatkailijat muodostivat siis suurimman matkailijaryhmän. Vuonna 2013 venäläisten kokonaisyöpymismäärä oli 1,6 miljoonaa, joten heidän osuutensa kaikista ulkomaalaisten yöpymisistä oli 28% (MEK 24.09.2014).

Venäjänkielisen Fontanka.fi -nimisen verkkolehden uutisen ja Oktogo.ru -varaussivuston tietojen mukaan Suomi kiinnostaa edelleenkin venäläisiä matkailijoita. Suomi kuuluu sellaisten maiden joukkoon, joihin venäläiset suuntaavat viettämään uuden vuoden lomaa 2014-2015. Suomi on tässä listassa seitsemännellä sijalla. (ФОНТАНКА.fi 2014.)

3 MATKAILUESITE MATKAILUMARKKINOINNIN TYÖKALUNA

3.1 MATKAILUESITE TEKSTILAJINA

Matkailuyrityksen myynti- ja markkinointimateriaalien avulla pyritään saamaan oman yrityksen tuotteet oikeille markkinoille. Asiakkaina voivat olla kotimaiset tai ulkomaiset palvelujen ja tuotteiden käyttäjät, jälleenmyyjät, markkinointi- ja myyntiorganisaatiot tai erilaiset matkailun edistämisorganisaatiot.

Erilaisiin kohderyhmiin vaikuttamiseksi tarvitaan erityyppistä markkinointimateriaalia. Markkinointimateriaalin tyyppejä ovat esimerkiksi seuraavat (MEK 2004: 21; Puustinen & Rouhiainen 2002: 233):

- esitteet
- internet-sivustot
- kuvamateriaalit (dia, sähköinen, liikkuva kuva)
- shell folder –materiaali (esipainetut paperi- tai kirjepohjat yrityksen logoilla)
- agenteille ja jälleenmyyjille tarkoitettu kirjallinen materiaali
- hinnastot
- muu materiaali: julisteet, videot, flyerit, posterit

Middleton (1994: 191-192) on jaotellut matkailumarkkinoinnissa käytettävät painetut tekstit mainosteksteihin sekä auttavaa tietoa tarjoaviin teksteihin. Mainosteksteiksi hän luokittelee matkajärjestäjien, matkapalveluita ja majoitusta tarjoavien yritysten, nähtävyyksien ja matkatoimistojen esitteet, tarjoukset, julisteet, mainoskirjeet ja muun esittelymateriaalin. Auttavaa tietoa tarjoavat tekstit ovat konkreettisempia. Tällaisia tekstejä ovat esimerkiksi kartat, aikataulut, menut ja muut erilaiset listat.

Matkailumarkkinoinnissa käytetään siis useita erilaisia tekstejä ja matkailuesitteet ovat esimerkki niistä. Internetin ja sähköisten kanavien ohella esite on hyvin tärkeä markkinointimateriaali. Matkailun edistämiskeskus (2004: 22) korostaa sen merkitystä sillä, että ”esite on yrityksen käyntikortti ja se antaa potentiaaliselle asiakkaalle ensivaikutelman yrityksestä ja sen tuotteista”. Huonolaatuinen esite voi antaa yrityksestä huonon kuvan.

Esite yhdistää sanaa ja kuvaa, joten sisällöltään se on visuaalisen markkinoinnin työkalu. Esitteeseen on helppo koota yleiskuvaus yrityksestä ja sen tarjoamista tuotteista ja palveluista. Se

voidaan postittaa tai jakaa esimerkiksi messuilla, hotelleissa tai kauppakeskuksissa. Esite on kätevä sopiva ja sitä on mukava säilyttää. Esitteellä samoin kuin jokaisella markkinointimateriaalin tyyppillä on paitsi hyviä, myös huonoja puolia. Painettua esitettä ei voi muuttaa ja siinä esitetty tieto saattaa vanheta nopeasti. Esitteiden tarjoamasta ja jakamasta informaatiosta lukija käyttää vain itseään kiinnostavat asiat eli usein hyvin pienen osan. Esimerkiksi värilliset, korkealaatuiselle kiiltävälle paperille painetut esitteet saattavat maksaa useita euroja kappaleelta, mutta asiakas tarkistaa siitä vain yhden kohteen tarjoamat palvelut tai tiedot. Painetun esitteen kohtalona on usein joutua paperikierrätykseen. Esite kuitenkin pysyy edelleen tärkeänä ja olennaisena osana myynti- ja markkinointimateriaalia. (Puustinen & Rouhiainen 2002: 233.)

Esitteitä voidaan tuottaa myös sähköisessä muodossa. Sähköisiä esitteitä toteutetaan periaatteessa samoin pelisäännöin kuin perinteisiä painettuja esitteitä, mutta niillä on kuitenkin teknisiä etuja verrattuna painettuihin esitteisiin. Sähköisten esitteiden funktio on hieman erilainen, koska niiden käyttö rajoittuu yleensä matkan suunnittelu- ja valmisteluvaiheeseen. Painettuja esitteitä käytetään paikan päällä. Nykyään teknologian nopea ja vahva kehitys on mahdollistanut ja helpottanut sähköisten esitteiden käyttöä myös matkan aikana. (Vuoristo 2002: 176.)

Vuuristo (2002: 176) jakaa matkailuesitteet seuraaviin kategorioihin:

- alue- ja kohde-esitteet
- yrityskohtaiset esitteet
- toimiala- ja palvelutyypikohtaiset esitteet
- muut tyyppikohtaiset esitteet
- maiden ja alueiden matkailukartat ja –kartastot

Alue-esitteet markkinoivat laajoja matkailualueita, kuten kokonaisia maita, valtakunnan hallinnollisia osia ja luontomatkailukohteita. Kohde-esitteet esittelevät pieniä aluekokonaisuuksia ja paikkakuntia. Tämän tyyppisissä esitteissä kohde käsitellään yleensä monipuolisesti ja kokonaisvaltaisesti eli mainitaan nähtävyydet, majoitusmahdollisuudet, ravitsemis- ja muut palvelut sekä kulkuyhteydet. Yritysesitteessä keskitytään kertomaan lukijalle yrityksestä tai esimerkiksi hotellista, ravintolasta, hiihtokeskuksesta tai museosta sekä sen tarjoamista palveluista. Mukana pitää olla yhteystiedot, jotta paikka olisi helposti löydettävissä. Toimiala- ja palvelutyypikohtaiset esitteet ovat yleensä luettelomaisia. Niihin on koottu esimerkiksi listat kansallispuistoista, museoista, musiikkifestivaaleista jne. Matkailutie- ja

reittiesitteet ovat erillinen esitetyyppi ja ne palvelevat esimerkiksi automatkailijoita, veneilijöitä ja retkeilijöitä. Periaatteessa kaikki matkailuesitteet sisältävät karttoja, mutta myös varsinaisia matkailukarttoja ja –kartastoja julkaistaan paljon. Niihin merkitään yleensä suurehkojen alueiden tärkeimmät matkailutiedot erilaisin karttamerkein ja –symbolein. (Vuoristo 2002: 176-177.) Tässä tutkielmassa käsittelen yrityskohtaista esitettä.

3.2 MATKAILUESITTEEN OMINAISUUDET JA TEHTÄVÄT

Huolellisesti ja tarkasti suunniteltu sanoma ei pääse oikeuksiinsa, jos se esitetään taitamattomasti toteutetussa painotuotteessa. Tässä luvussa pyrin selvittämään, mitkä ovat hyvän ja laadukkaan esitteen ominaisuuksia.

Laadukasta esitettä tehtäessä kannattaa kiinnittää huomiota seuraaviin asioihin: kokoon, laajuuteen, kuviin, tekstiin, kieleen, informaatioon ja tietysti kohderyhmään (MEK 2004: 22; Puustinen & Rouhianen 2007: 235; Haapaniemi & Lukander 1991: 16-17).

Matkaesitteen kooksi suositellaan normaalia standardikokoa (A5, A4 tai 1/3 A4). Erikokoinen ja erimuotoinen esite voi toki kiinnittää asiakkaan huomion ja herättää mielenkiinnon, mutta se saattaa olla vaikea laittaa esitehyllylle tai jakaa esimerkiksi messujen ja näyttelyjen aikana. (MEK 2004: 22; Haapaniemi & Rouhiainen 1991: 17.)

Laajuudella tarkoitetaan esitteen selkeyttä, eli sen pitää tuoda esille oleelliset asiat ja olla kevyt. Yrityksen tulee kertoa potentiaaliselle asiakkaalle kaikista olennaisista seikoista, joihin asiakkaalla ei ole mahdollisuutta tutustua etukäteen muuta kautta (Haapaniemi & Lukander 1991: 17).

Haapaniemi ja Lukander (1991: 16) mainitsevat erikseen esitteen kuvien laadun ja selkeyden. Esitteeseen tarkoitettujen kuvien kannattaa olla uusia, selkeitä, laadukkaita, luonnollisia ja mieluiten ammattikuvaajan työtä. Ulkomaisille matkailijoille suunnatun esitteen kuvien kanssa kannattaa olla erityisen tarkka, koska monelle suomalaiselle itsestään selvä asia voi johtaa ulkomaisen matkailijan harhaan. Kuvien pitää siis olla esitteen tekstin tukena ja esittää kohteen palvelut todenmukaisessa valossa. Kannattaa myös liittää esitteeseen karttapiirroksia, joiden avulla kohde on helppo löytää ja joista käyvät ilmi lähimmät liikenneyhteydet.

Esitteen kannen ulkonäöllä ja sisällöllä on myös suuri merkitys, koska lukija valitsee usein itseään kiinnostavat esitteet kannen perusteella. Haapaniemi ja Lukander (1991: 16) suosittelevat kirjoittamaan esitteen kanteen sanan "Suomi" esitteen kielellä, paikkakunnan nimen sekä informaation tuotteesta tai palveluista asiakkaan huomion kiinnittämiseksi.

Haapaniemi ja Lukander (1991: 16) suosittelevat esitteen laatimisessa kiinnittämään huomiota selkeyteen, yksiselitteisyyteen, informatiivisuuteen ja helppoon luettavuuteen. Esitteen tekstin laatuun kannattaa myös kiinnittää huomiota. Kaikki keskeiset asiat on sijoitettava yhteen kohtaan, jotta asiakas voi huomata ne helposti ja löytää itseään kiinnostavia tietoja. Esitteen tavoitteena on esittää informaatiota houkuttelevasti ja edistää myyntiä. Näistä tehtävistä johtuen esitteessä tulee välttää *ei*-sanon käyttämistä, sillä se voisi saattaa esitettävän asian negatiiviseen valoon. Sen sijaan kannattaa korostaa sitä, mitä kohteella *on* tarjolla.

Tärkeä seikka on myös esitteen yksikielisyys. Esitteen sisältöön vaikuttaa se, kenelle esite on tarkoitettu eli sen kohderyhmä. Jos esite on yksikielinen, asiakas saa vaikutelman, että esite on suunniteltu juuri häntä varten ja hänen tarpeidensa mukaisesti. (MEK 2004: 22; Haapaniemi & Lukander 1991: 17.)

Voidaan todeta, että hyvää ja laadukasta esitettä tehtäessä on muistettava seuraavat seikat:

- koko: standardikoko (A5, A4 tai 1/3 A4)
- laajuus: kevyt, selkeä, oleellisimmat asiat esille tuova
- kuvat: selkeät, luonnolliset kuvat, mieluiten ammattikuvaajan työtä
- teksti: todenmukainen, sanoma selkeästi esillä, sisältää idean, välttää *ei*-sanaa
- kieli: yksikielinen, kielellisesti hyvä ja osuvasti kuvaava
- informaatio: tekstin todenmukaisuus, karttapiirroksiset
- kohderyhmä: suunniteltu tietyille kohderyhmälle

Ryhtyessään suunnittelemaan matkailuesitettä matkapalvelun tuottajan kannattaa tehdä itselleen selväksi, kenelle tämä esite on suunnattu eli mikä on sen kohderyhmä ja miksi esite on tarpeellinen. Haapaniemi ja Lukander (1991: 14) erittelevät vielä kaksi tärkeää matkailuesitteen tehtävää: huomion kiinnittäminen ja tarvittavan informaation esittäminen tarpeeksi houkuttelevasti. Matkapalvelun tuottajan ensisijainen tavoite on esitteen avulla tehdä yrityksensä ja sen palvelut tunnetuimmiksi sekä synnyttää peruskysyntää. Toisena esitteen

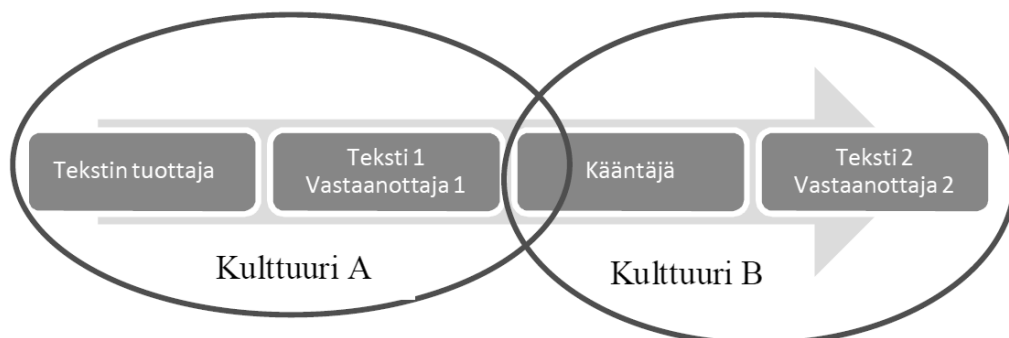
tavoitteena on tiedottaa kuluttajille yrityksen tarjoamista palveluista ja markkinoida niitä heille. Joissakin tapauksissa esitteen tehtävänä voi olla vain tuotteen tai palvelun olemassaolosta muistuttaminen.

4 TEORIATAUSTA

4.1 KÄÄNNÖSVIESTINTÄ

Kääntäminen on jollain kielellä ilmaistun viestin välittämistä toisella kielellä. Kääntämisen lähtökohtana on joko viestin lähettäjän tai vastaanottajan tarve: joko lähettäjä haluaa kertoa jotain vieraskielisille kuulijoille tai lukijoille osaamatta heidän kieltään, tai kuulija tai lukija haluaa ymmärtää, mistä kerrotaan tai kirjoitetaan, muttei osaa kieltä, jolla viesti on välitetty. ”Kääntäminen tapahtuu aina jostain syystä, sillä on tarkoitus ja tilaus”. (Jänis 2010: 11.)

Kaikessa kielellisessä viestinnässä, niin yksikielisessä, kielen sisäisessä kuin kielten välisessäkin on aina mukana viestintäprosessin perustekijät: lähettäjä, vastaanottaja ja heidän välillään kulkeva viesti. Kielten välinen viestintä eli interlingvaalinen eroaa niin sanotusta intralingvaalisesta eli kielen sisäisestä viestinnästä. Toinen on mahdollista kahden erikielisten puhujan välillä ja siinä kieli ja kulttuuri erottavat lähettäjän ja vastaanottajan, kun taas toinen tapahtuu saman kielen sisällä, kuten esimerkiksi kirjakielestä murteelle tapahtuva välittäminen. Kielten välisessä viestinnässä lähettäjän ja vastaanottajan välillä toimii välittäjä, kääntäjä, joka tekee heidän välisensä viestinnän mahdolliseksi. Alkuperäinen viesti on usein tuotettu samankieliselle ja samaan kulttuuriin kuuluvalla yleisöllä: näin ollen kääntäjä joutuu miettimään, miten yhdellä kielellä tuotettu sanoma pitäisi tuottaa toisella kielellä, jotta se voitaisiin siirtää uudelle yleisölle. Uusi vastaanottaja voi olla hyvinkin erilainen kuin alkuperäisen viestin alkuperäinen vastaanottaja. (Tiittula 2011: 3; Jänis 2010: 11-12, 17.)



Kuva 1. Käännösviestintä

Tiittula (2011: 3) kiinnittää erityisesti huomiota käännöksen toimivuuteen. ”Jotta käännös toimisi, kääntäjän on otettava käännösviestinnän eri tekijät huomioon. Ne voidaan tiivistää sarjaksi kysymyksiä: kuka, mitä, missä, miten, miksi, kenelle, millä vaikutuksella?” Useimmiten vastaanottajalta 2 saadut vastaukset ovat toisenlaisia kuin vastaanottajan 1 osalta. Siten käännöskin voi poiketa monin tavoin alkuperäisestä sanomasta.

4.2 SKOPOSTEORIA

On olemassa monia käännöstapoja ja käännöksen suhde lähtötekstiin voi olla monenlainen, mutta se miten käännetään riippuu myös käännöksen tarkoituksesta, *skopoksesta*. Skoposteoria on saanut nimensä kreikankielisestä *skopos* -sanasta, joka tarkoittaa tavoitetta tai päämäärää. Teorian esittivät 1980-luvulla saksalaiset tutkijat Katharina Reiss ja Hans J. Vermeer. Teoria pohjautuu adekvaattisuuteen, jolla tarkoitetaan käännöksen suhdetta kohdekieleen ja vastaanottajiin sekä sitä, miten käännös toimii yhteisössä, jolle se on suunnattu. Käännösteorian pääajatus on, että kääntämisessä on tärkeintä ottaa huomioon käännöksen tarkoitus eli se, mitä varten käännös tehdään. (Vehmas-Lehto 1999: 91-92; Reiss–Vermeer 1986: 51, 55–57.)

Reiss ja Vermeer (1986) kuvaavat kääntämistä tarkoituksellisena toimintana. Käännös ymmärretään informaatiotarjoukseksi, joka on riippuvainen vastaanottajan tilanteesta ja odotuksista ja on informaatiotarkoituksen mukainen. Ensinnäkin kääntämisen skopos määritellään asiakkaan ja kääntäjän yhteistyössä. Toiseksi käännettäessä pyritään noudattamaan sääntöjä, jotka takaavat informaation parhaan mahdollisen välittymisen. Näihin asioihin pohjautuu käännösstrategian valinta. Esimerkiksi asiantuntijoita informoidaan asiallisesti ja selkeästi, mutta lapsille kirjoitetaan yksinkertaisempaa kieltä. On huomattava, että informaationsäännöt ovat kulttuuri-, kieli- ja funktiosidonnaisia (Reiss–Vermeer 1986: 50). Lähde- ja kohdekielen, sekä lähde- ja kohdekulttuurin tuntijana kääntäjä tekee lopulliset ratkaisut, jotka ovat riippuvaisia perussäännöstä: ”Kaiken kääntämisen ratkaiseva tekijä on käännöksen tarkoitus” (Reiss–Vermeer 1986: 55).

Reissin ja Vermeerin mukaan skopos on ”kuvattavissa vastaanottajista riippuvaksi muuttujaksi” (Reiss–Vermeer 1986: 58). Käännöksen skopos voi olla erilainen tai samankaltainen kuin lähtötekstin skopos. Käännöksen tehtävänä voi esimerkiksi olla alkuperäisen tekstin sisällön esittely sekä lähtötekstin lähettäjän ja vastaanottajan välisen viestinnän tarkastelu. Tässä tapauksessa teksti käännetään tarkasti. Näin tehdään esimerkiksi silloin, kun tekstiä tarvitaan virallisena dokumenttina oikeudessa. Lähtötekstin perusteella skopoksen eli tarkoituksen

muuttuessa voidaan tehdä useita erimuotoisia käännöksiä ja mikäli ne täyttävät tarkoituksensa kohdekulttuurissa, ne ovat yhtä hyväksyttäviä. Absoluuttista ja täydellistä tapaa kääntää ei ole olemassa. (Reiss–Vermeer 1986: 58–60.)

Kääntäessä joko omasta aloitteesta tai jonkun muun pyynnöstä kääntäjä toimii toimeksiannosta. Toimeksianto voidaan määritellä joko kääntäjän itsensä tai jonkun muun antamaksi ohjeeksi tai pyynnöksi, jonka seurauksena on käänösprosessi. (Vermeer 1989: 182–183.)

Toimeksianto määrittelee käänöksen skopoksen, mutta kääntäjä voi tarvittaessa muokata sitä (Vermeer 1989: 183–184). Käänöksellä ei ole aina vain yhtä päämäärää, vaan joukko tavoitteita, jotka ovat hierarkkisessa suhteessa toisiinsa (Reiss–Vermeer 1986: 58). Toimeksiantoon pitäisi sisällyttää mahdollisimman paljon yksityiskohtaista tietoa käänöksen päämäärästä sekä ehdoista, joilla päämäärä tulisi saavuttaa. Kääntäjän vastuulla on kuitenkin päättää, millä tavoin käänös toteutetaan. Toteutustapaan vaikuttavat kohdekulttuurin, eivät lähtökulttuurin piirteet. Kääntäjän tulisi pohtia käänösstrategiaansa ja valita sellainen, joka mahdollistaisi parhaan mahdollisen lopputuloksen. (Vermeer 1989: 184–186.) ”Kääntäjä ei tarjoa enemmän eikä vähemmän informaatiota kuin lähdetekstin tuottaja; hän tarjoaa toisenlaista informaatiota toisella tavalla” (Reiss–Vermeer 1986: 70).

Teksti on aina kokonaisuus. Erilaisissa teksteissä korostuvat eri tekijät. (Tiittula 2011: 8.) Katharina Reiss (Reiss–Vermeer 1986: 115) on kehittänyt tekstitypologian eli tekstin luokitusjärjestelmän, jonka mukaan tekstit jaetaan kolmeen päätyyppiin niiden ensisijaisen funktion, viestintätarkoituksen perusteella. Nämä tyypit ovat informatiivinen, ekspressiivinen ja operatiivinen.

Kääntäjän on otettava huomioon viestintätarkoitus, jonka perusteella hän tekee tekstityypin valinnan. Informatiivisten tekstien tarkoituksena on antaa lukijalle tietoa maailmasta ja sen ilmiöistä. Näissä teksteissä olennaista on sisältö ja tiedon välittäminen. Kääntäjä keskittyy siihen, mitä tekstissä sanotaan, ja kiinnittää vähemmän huomiota tyyllisiin seikkoihin. (Tiittula 2011: 8.) Tämä funktio on tyypillinen esimerkiksi erilaisille referaateille ja reportaaseille, erikoisalojen asiateksteille, tiedotteille, uutisille ja lehtiartikkeleille. Ekspressiivisen funktion avulla voidaan välittää tiedon lisäksi myös tunteita. Näissä teksteissä korostuu tyyli, taiteellinen muoto (Tiittula 2011: 8.) Tämä funktio on erittäin tärkeä runoudessa ja muissa kaunokirjallisissa teksteissä. Operatiivisten tekstien tarkoituksena on vaikuttaa lukijan toimintaan, välittää toiminta- ja käyttäytymismalleja ja suostutella tai taivutella toimimaan tietyllä tavalla. Näissä teksteissä

keskeistä on vaikutus. Tekstin sisällön välittämisen lisäksi on tärkeää muotoilla teksti kohdekulttuurissa hallitsevien sääntöjen ja mallien mukaisesti niin, että teksti vetoaa vastaanottajaan. (Tiittula 2011: 8.) Tyypillisiä esimerkkejä operatiivisista teksteistä ovat mainokset, propagandatekstit, varoituskilvet, kieltotaulut sekä ruokareseptit ja käyttöohjeet (Ingo 1990: 188-189).

Kääntäjän on tunnistettava ja otettava huomioon käännettävässä tekstissä ilmenevät konventiot eli ns. norminmukaiset piirteet, jotta hän pystyy käyttämään kieltä viestintätilanteeseen sopivalla tavalla (Reiss–Vermeer 1986: 103; Jänis 2010: 52). Reissin ja Vermeerin mukaan (1986: 106) tekstissä ilmenevät konventiot toimivat tunnistamissignaaleina, herättävät odotuksia vastaanottajassa sekä ovat ymmärtämisen ohjaussignaaleja. Lukija puolestaan liittyy aina konkreettiseen tekstiin tiettyjä odotuksia. Vääränlaiset konventiot voivat tehdä viestin ymmärtämisen vaikeaksi ja johtaa lukijan harhaan, minkä seurauksena on viestintäprosessin epäonnistuminen.

Käytännössä teksteillä on yleensä useampi kuin yksi tarkoitus eli funktio. Ennen kääntämistä kääntäjän on tehtävä lähtötekstille funktioanalyysi eli otettava selvää, mitä funktioita tekstillä on ja mikä on niiden tärkeysjärjestys (Vehmas-Lehto 1999: 73).

Tekstit ovat viestintätarkoitukseltaan harvoin puhtaita, vaikka jokin funktio on yleensä hallitseva. Matkailuesitettä voidaan pitää hybriditekstinä, joka sisältää jossain määrin informatiivista, operatiivista ja myös ekspressiivistä viestintää. Matkailuesite tarjoaa tietoa paikkakunnasta tai yrityksestä. Kuvien ja ytimekkäästi kuvailevien ilmaisujen avulla se houkuttelee asiakkaita ja tarjoaa lukijoille informaatiota kohteesta mielenkiintoisessa valossa. Matkailuesite kutsuu asiakkaita viettämään laadukasta ja mukavaa aikaa matkakohteissa ja käyttämään niiden tarjoamia palveluita. Seuraavassa luvussa esittelen matkailuesitteen funktioanalyysin ja kerron funktioiden tärkeysjärjestyksestä.

4.3 MATKAILUESITTEEN FUNKTIOANALYYSI

Toiset tekstit esiintyvät puhtaina ja niillä on selkeästi havaittava hallitseva funktio. Esimerkiksi uutisia kirjoitettaessa kannattaa kiinnittää huomiota ensisijaisesti informaation ja tiedon välittämiseen, ja käyttöohjetta laadittaessa on tärkeää kuvata mahdollisimman tarkasti, miten pitää toimia. Toiset tekstit edustavat puolestaan niin sanottuja hybriditekstejä, jotka yhdistävät useampia funktioita. Matkailuesite, jonka sisältöä olen tutkinut kääntämisen näkökulmasta, on hyvä esimerkki tästä. Kuten aikaisemmin todettiin, matkailuesite yhdistää jossain määrin kolme funktiota: informatiivisen, ekspressiivisen ja operatiivisen. Kääntäjänä olen laittanut nämä funktiot tärkeysjärjestykseen:

1. Matkailuesitteen hallitseva tarkoitus ja pääfunktio on välittää asiakkaille tietoa matkakohteista ja niiden tarjoamista mahdollisuuksista, mikä on informatiivisen tekstin tarkoitus.
2. Informaatiota matkakohteista kannattaa tarjota mielenkiintoisessa valossa käyttäen hyvää virheetöntä kieltä, ytimekkäitä ja kuvailevia ilmaisuja sekä laadukkaita ammattilaisen ottamia kuvia. Tämä vastaa ekspressiivisen tekstin vaatimuksia.
3. Matkailuesite houkuttelee ja kutsuu asiakkaita käyttämään matkakohteiden palveluita ja mahdollisuuksia eli se asettaa lukijoille jonkinlaisia toiminta- ja käyttäytymismalleja, mikä on operatiivisen tekstin tarkoitus.

Funktiohierarkian perusteella määräytyy tekstin eri merkityselementtien hierarkia. Tärkeimmät elementit muodostavat sen osan, joka on välitettävä sellaisenaan, kun taas muut elementit voidaan tarvittaessa välittää vain osittain tai jättää jopa kokonaan välittämättä. (Vehmas-Lehto 1999: 77.)

4.4 VIERAANNUTTAMINEN JA KOTOUTTAMINEN

Kääntämisprosessin alussa kääntäjä saa tekstin, joka on vieraan kontekstin tuote. Teksti on kirjoitettu vieraalla kielellä, sen tyyli noudattaa vieraita konventioita, se vastaa vieraskielisten lukijoiden odotuksia ja saattaa viitata vieraalle kulttuurille tyypillisiin ilmiöihin. Vieraskielinen teksti voi alkuperäisessä kontekstissaan vastata toisenlaisia tarkoituksia. Tämän tekstin pohjalta

kääntäjän on kirjoitettava uusi teksti, joka luetaan toisenlaisessa kontekstissa ja erilaisessa kulttuurissa. Kääntäjän on siis otettava huomioon lähdetekstin piirteet ja vieraus ja päätettävä, miten sen kanssa kannattaa toimia. Periaatteessa kääntäjällä on kaksi vaihtoehtoa: hän voi mukauttaa käännöksen sopimaan kohdekulttuurin normeihin ja odotuksiin, tai hän voi pyrkiä säilyttämään lähdetekstin vierauden ja tuomaan sen esille käännöksessä. Ensimmäinen ratkaisutapa on nimeltään *kotouttaminen* ja toinen *vieraannuttaminen*. (Ruokonen 2004: 63.)

Kotouttamisella tarkoitetaan, että tekstiä muokataan tulokulttuurin odotusten ja normien perusteella. Tekstin ominaisuuksia ja elementtejä, jotka ovat sidoksissa lähtökulttuuriin, pyritään muuttamaan tulokulttuurin konventioiden mukaisiksi. Tekstiä voidaan myös tuoda lähemmäksi tulokulttuuria ja lukijan odotuksia tekemällä poistoja tai korvaamalla tutuimmalla käsitteillä käsitteitä, jotka saattavat tuntua vierailta ja oudoilta tulokulttuurin lukijalle. (Oittinen 2000: 278, Leppihalme 2000: 89–102, Ruokonen 2004: 63.)

Vieraannuttavan käännöstävän avulla pyritään säilyttämään lähtökulttuuriin ja -tekstiin liittyvät ominaisuudet ja elementit ja siirtämään ne tulotekstiin. Tällaiset ominaisuudet ja elementit voivat tuntua tulokulttuurin lukijoista vierailta ja oudoilta, minkä vuoksi käännöksiin lisätään erilaisia lisäselvityksiä helpottamaan tulokulttuurin yleisön lukemista ja ymmärtämistä. (Oittinen 2000: 278, Ruokonen 2004: 63.)

Ruokonen (2004: 63) on tutkinut sitä, miten vieraannuttamiseen ja kotouttamiseen suhtauduttiin eri käännösteorioissa, ja keskittyy pohtimaan enemmän vieraannuttavaa kääntämistä. Kääntämisen historiassa ja kehityksessä molemmat käännöstraditiot ovat saaneet sekä suosiota että kritiikkiä. Länsimaisessa käännöstraditiossa vieraannuttavaa käännöstapaa on yleensä arvostettu vähemmän kuin kotouttavaa, jonka asema on ehtinyt vakiintua jo 1700-luvun lopussa.

Liiallista kotouttavaa käännöstapaa on kuitenkin vastustettu. Saksalaisen romantiikan merkittävä edustaja Friedrich Schleiermacher kritisoi kotouttavaa käännöstapaa useasta syystä. Hänen mielestään kansa ja sen kieli ovat erottamattomia ja toisistaan riippuvaisia, eikä kotouttava käännöstapa kiinnitä tarpeeksi huomiota vieraan kielen ja kulttuurin ominaisuuksiin ja piirteisiin. Romantiikan kirjallisuudessa kirjailijalla oli erityinen asema ja hänen persoonallisuuttaan ja spesifistä ilmaisutapaansa arvostettiin. Tämän takia käännettäessä oli tärkeää paitsi välittää yleisölle mitä sanottiin, myös miten ja millä tavalla asiat ilmaistiin. Kääntäjä ei saanut keskittyä pelkästään lähtötekstin sisältöön, vaan hänen oli otettava huomioon myös vieraan kielen elementit ja kirjoittajan ilmaisutapa. Schleiermacherin mielestä kääntäjän tuli säilyttää

lähdetekstin vieraus, jotta lukija saisi kuvan vieraan kielen erikoisuuksista ja voisi verrata niitä äidinkieleensä. Lawrence Venuti on tarkastellut Ison-Britannian ja Yhdysvaltojen kääntämisen historiaa kotouttamisen ja vieraannuttamisen näkökulmasta ja huomioi, että angloamerikkalaisessa käännöstraditiossa kotouttamisella on ollut hallitseva asema. Hän kritisoi kotouttamista suosivaa käännöstapaa, koska se ei välitä lukijoille lähtökielen ja -kulttuurin vierautta, vaan tarjoaa vieraassakin tekstissä oman kielen ja kulttuurin piirteitä ja arvoja. Käännökset on siis mukautettu kohdekulttuurin normeihin ja tapoihin ja ne vaikuttavat siltä kuin ne olisivat alunperin kirjoitettu kohdekielellä. Kääntäjän olisi pyrittävä muuttamaan tätä tilannetta vieraannuttavan käännöstavan avulla. (Ruokonen 2004: 64-67, 72.)

Riitta Oittisen (2000: 265) mukaan kääntäminen on aina uudelleenkirjoittamista: "kun sanomme asiat uudella kielellä, ne saavat uuden sävyn ja tunnelman, ne pukevat ylleen toisen kielen ja kulttuurin ja muuttuvat osaksi toista kulttuuria, kieltä ja kirjallisuutta". Täten hän kyseenalaistaa vieraannuttamisen kääntämistapaa ja hänen mukaansa käännökset ovat aina osa kohdekielistä kulttuuria. Enää ei vaadita, että käännöksen pitäisi olla kaikilla tasoilla samanlainen kuin lähtöteksti, vaan enemmän puhutaan käännöksen vaikutuksesta ja vastaanotosta. Oittinen ehdottaa, että ehkä on olemassa vain eriasteista kotouttamista. (Oittinen 2000: 267, 279-280.)

Kumpikaan tapa ei ole suositeltava tai paheksuttava, vaan niitä tarvitaan ja käytetään tilanteen mukaan. Toimiva ratkaisu vieraannuttamisen ja kotouttamisen suhteen on etsittävä jokaisessa käännöksessä erikseen. Ratkaisuun vaikuttavat paitsi kääntäjän mielipide myös toimeksiantajan mielipiteet, käännökselle asetetut tavoitteet ja lukijoiden odotukset. (Oittinen 2000: 280.)

Oittisen (2000: 279) mukaan kotouttaminen ja vieraannuttaminen eivät ole välttämättä toisilleen vastakkaisia strategioita, vaan ne voivat esiintyä jopa samassa teoksessa. Tätä ratkaisua Anna Sahlan kuvaa pro gradu -tutkielmassaan (2007: 19) "kiemurtelevaksi poluksi, joka johtaa halki tekstin: välillä se koukkaa kotouttamisen suuntaan ja välillä vieraannuttamisen suuntaan palaten aina takaisin näiden väliselle raja-alueelle".

5 AINEISTON ANALYYSI

Tässä luvussa esittelen käänösprosessini ongelmakohtia. Tarkastelen esimerkkien avulla matkailuesitteen eri funktioiden välittämistä ja toteutumista käänöksessä. Kerron millaiset kohdat tuottivat minulle eniten ongelmia, analysoin tekemieni käänösratkaisujen onnistuneisuutta ja esitän vaihtoehtoisia ratkaisuja.

5.1 INFORMATIIVISEN FUNKTION VÄLITTÄMINEN

Kuten luvuissa 4.3 mainittiin, matkailuesitteen ensisijainen tehtävä on välittää asiakkaille tietoa matkakohteista ja niiden tarjoamista palveluista ja mahdollisuuksista eli tärkeintä on informatiivinen funktio. Informatiivisissa teksteissä olennaista on sisältö ja tiedon välittäminen. Seuraavaksi esittelen *V otpuske* -matkailuesitteen sisältöön liittyvien käänösratkaisujen taustoja. Informatiivisen funktion välittämiseen liittyvät ongelmat olen jakanut yhdyssanojen, termien, erisnimien ja realioiden aiheuttamiin ongelmiin. Olen yrittänyt löytää ongelmien käänöstieteellisiä syitä ja luokitella esimerkkejä niiden mukaisesti.

5.1.1 Yhdyssanat

Käännettäessä suomesta venäjäksi suomenkieliset yhdyssanat ovat yleensä hankalia ja ongelmallisia. ”Niiden merkitys täytyy ”purkaa” ja aloittaa sen pohjalta venäjänkielisen vastineen luominen silloin, jos sitä ei löydy sanakirjasta” (Jänis 2010: 76). Suomalaisten yhdyssanojen venäjänkieliset vastineet voivat olla hyvin monisanaisia ja informatiivisia. Suomenkielinen yhdyssana voi venäjän kielelle välitettyinä muodostaa pitkän sanaliiton, jossa voi esiintyä yksi tai useampia adjektiiveja sekä genetiivi- tai prepositiorakenteita. (Jänis 2010: 76.)

Matkailuesitteen kääntäjänä olen huomannut, että esitteen sivuilla esiintyy kahdenlaisia suomenkielisiä yhdyssanatyyppejä. Nämä tyypit ovat merkitykseltään läpinäkyvät yhdyssanat ja tulkinnanvaraiset yhdyssanat, joiden merkitystä ei voi arvata suoraan sanan koostumuksen perusteella.

Alla on esimerkkejä merkitykseltään läpinäkyvistä yhdyssanoista. Tämän tyyppin yhdyssanat ovat helposti ymmärrettävissä ja löytyvät usein sanakirjasta.

| | | |
|----------------------|---|--|
| höyrysauna | = | <i>паровая сауна / parovaya sauna</i> |
| leikkihuone | = | <i>игровая комната / igrovaya komnata</i> |
| moottorikelkkasafari | = | <i>сафари на снегоходах / safari na snegohodah</i> |
| Tilausravintola | = | <i>ресторан, обслуживающий своих посетителей на заказ / restoran, obsluživayushchij svoih posetitelej na zakaz</i> |
| tilaussauna | = | <i>сауна на заказ / sauna na zakaz</i> |
| Trenditutkimukset | = | <i>современные туристические исследования / sovremennye turističeskie issledovaniya</i> |
| viikko-ohjelma | = | <i>еженедельная программа / eženel'naya programma</i> |

Seuraavaksi esittelen esimerkkejä tulkinnanvaraisista yhdyssanoista, jotka eivät ole aina yksiselitteisesti ymmärrettävissä.

| | | |
|-------------|---|--|
| Pallomeri | = | <i>сухой бассейн с пластмассовыми шариками / suhoj bassejn s plastmassovymi šarikami</i> |
| Peikkometsä | = | <i>волшебный лес троллей / volšebnyj les trollej</i> |

Näiden esimerkkien yhdyssanat ”purettiin” osiin, jotta voitaisiin muodostaa venäjänkieliset vastineet. Lastenleikkeihin tarkoitettulle *pallomerelle* on venäjän kielessä vastine *сухой бассейн / suhoj bassejn*, johon lisättiin *pallo* -osaa vastaava sanaliitto *с пластмассовыми шариками / s plastmassovimi šarikami*. Yhdyssanan *peikkometsä* osia ovat *peikko* ja *metsä*. Satuolentoa tarkoittavan *peikko*-sanana venäjänkielinen vastine on *троль / troll'*. Sana *metsä* on venäjäksi *лес / les*. Yhdistämällä kaksi sanaa sanaliitoksi saatiin venäjänkielinen vastine *лес троллей / les trollej*. Käännökseen lisättiin adjektiivi *satumainen*, venäjäksi *волшебный / volšebnyj*, jotta *peikkometsä* -yhdyssanan liittyminen lasten leikkeihin ja satumaailmaan olisi korostettu.

Esimerkkeinä suomenkielisistä yhdyssanoista ovat termit. Seuraavaksi esittelen matkailuesitteestä löytyneitä termejä ja niiden käännösratkaisuja.

5.1.2 Termit

Kielitoimiston sanakirja (KS s.v. *termi*) määrittelee sanan termi seuraavasti: ”jonkun erikoisalan käsitteen vakiintunut nimitys, ammattisana”. Termin olennaisena ominaisuutena on, että se viittaa erikoisalan käsitteeseen. ”Termit ovat erikoiskielisen tekstin avain, sillä tekstin kielenulkoisen informaatio keskittyy niihin” (Vehmas-Lehto 2010: 362-363).

Erikoisalojen tekstit edustavat tieteellistä, teknillistä tai ammatillista erikoisalaa, esimerkiksi lääketiedettä, oikeustiedettä, sähkötekniikkaa tai fysiikkaa. Näiden tekstien päätarkoitus on informaation välittäminen, joten ne vaativat suurta semanttista tarkkuutta. (Ingo 1982: 16.) Marja Jänis kiinnittää huomiota siihen, että tällainen täsmällisyys ei ole mahdollista kaikilla aloilla, esimerkiksi sosiaali- tai kulttuurialalla (Jänis 2010: 103). Kääntäjälle erikoisalojen tekstit ovat työläitä ja vaativat informaation etsimistaitoja, rinnakkaisteksteihin tutustumista, erilaisten sanakirjojen käyttöä, asiantuntijoiden konsultointia ja alan tuntemusta (Ingo 1982: 16-17).

Erikoisalan tekstiä käännettäessä tavoitteena on välittää tekstin sisältö mahdollisimman tarkasti ja yksityiskohtaisesti. Tästä voi tehdä vaikeaa tulokulttuurissa ja –kielessä esiintyvien vastineiden puute. Kääntäjä ei voi kuitenkaan jättää käännökseen tyhjiä aukkoja, vaan ratkaisu on aina keksittävä. (Vehmas-Lehto 2010: 364.) Inkeri Vehmas-Lehto (2010: 365-369) jakaa termien kääntämisprosessissa ilmenevät vastineet kahteen luokkaan: luontaiset vastineet ja keinotekoiset vastineet eli vastine-ehdotukset. Luontaiset vastineet ovat sellaisia vastinekulttuurin käsitteitä, jotka täysin tai osittain vastaavat lähtötekstin termin käsitettä. Keinotekoisien vastineiden ratkaisua kääntäjä miettii silloin, kun termillä ei ole vastinetta. Tässä tapauksessa kääntäjä tekee lukijoille termiehdotuksen. Keinotekoisien vastineiden tyyppejä ovat laina, käännöslaina eli termin sanasanainen käännös, semanttinen käännöslaina eli vastinekielisen sanan merkityksen laajentuminen lähtökielelän vaikutuksesta, sekä selittävä vastine. Selittävä vastine voi olla pitkä, mutta toisaalta se on hyvin informatiivinen.

V otpuske –matkailuesitteen kylpylähotellin Rantasipi Laajavuoresta kertova teksti on hyvä esimerkki erikoissanaston käytöstä. Teksti sisältää terveyteen, hyvinvointiin ja hyvinvointipalveluihin liittyvää sanastoa.

Esimerkki aineistosta:

Kylpylässä on tarjolla runsaasti erilaisia wellness- ja fitness-palveluita, kuten kuntokartoitus- ja valmennuspalvelut,

Спа-комплекс предлагает разнообразные wellness- и fitness-услуги, такие как определение физического состояния тела,

ennaltaehkäisevät
fysioterapiapalvelut, kasvo- ja
jalkahoidot, rentouttavat kylvyt ja
kuumakivihieronnat sekä
 liikuntapalvelut sisällä ja ulkona.

составление индивидуальных
тренировочных программ,
профилактическая физиотерапия, уход
для лица и ног, расслабляющие ванны и
массаж с горячими камнями, а также
 различные физические занятия на улице
 и в зале.

(V отпуске 2012, 8)

Kuten aiemmin mainittiin, suomenkieliset termit ovat hyviä esimerkkejä yhdyssanoista, joiden merkitys täytyy ”purkaa” kun mietitään niiden venäjänkielisiä vastineita.

Wellness- ja fitness-palvelujen ajatuksena on henkisen ja fyysisen hyvinvoinnin parantaminen hyödyntämällä erilaisia terveyden edistämiskeinoja, kuten ravinto-opin periaatteita, spa-hoitoja, sekä fyysisiä ja henkisiä valmennuksia. Välittämällä *wellness- ja fitness-palvelut* -käsitteet sanasanaisesti venäjän kielelle saatiin termit *wellness- u fitness-услуги / wellness- i fitness-услуги*, jotka välittävät samanlaisen idean venäläiselle lukijalle. Venäjän kielessä *wellness- ja fitness* -sanoille on myös omat sanat *велнес / velnes* ja *фитнес / fitnes*. Kääntäjä olisi voinut hyödyntää käänöksessä myös näitä venäjänkielisiä sanoja.

Samaa periaatetta eli termin sanasanaista välittämistä venäjän kielelle noudattavat myös muut suomenkieliset termit. Esimerkiksi *kasvo- ja jalkahoidot* on venäjäksi käännettynä *уход для лица и ног / uhod dlya lica i nog*, *rentouttavat kylvyt* on *расслабляющие ванны / rasslablyajushchie vannu* ja *kuumakivihieronnat* on *массаж с горячими камнями / massaž goryačimi kamnyami*.

Ensimmäisenä esimerkkinä on *kasvo- ja jalkahoidot*. Kuten mainittu, termi välitetään venäjän kielelle sanasanaisesti. *Kasvot* on venäjäksi *лицо / lico*, *jalka* on *нога / noga* ja sanan monikkomuoto on *ноги / nogi*, *hoito* tarkoittaa *уход / uhod*. Kun poimitaan nämä sanat yhteen sanaliittoon, tulee suomenkieliselle sanaliitolle venäjänkielinen vastine *уход для лица и ног / uhod dlya lica i nog*.

Toisena esimerkkinä esiintyy ilmaisu *rentouttavat kylvyt*. Sanakirjasta (KS s.v. *rentouttava*) löytyy sanalle *rentouttava* samaa merkitystä eli ”rento, jännitystä vapauttava” vastaava venäjänkielinen vastine *расслабляющий / rasslablyajushchij*, jonka monikkomuoto on *расслабляющие / rasslablyajushchie*. Kielitoimiston sanakirjan (KS s.v. *кylpy*) mukaan *kylpy* on 1. ”kylpeminen kylpyammeessa”, 2. ”saunominen, sauna” 3. ”erilaisista vartalon tai ihon hoidoista, käsittelyistä”. Ilmaisujen ”kylpeminen kylpyammeessa” ja ”vartalon hoidot, käsittelyt” merkityksiä vastaavaksi venäjänkieliseksi vastineeksi löytyi sana *ванны / vannu*. Yhdistämällä kaksi sanaa yhteen sanaliittoon syntyi venäjänkielinen vastine *расслабляющие ванны /*

rasslablyajushchie vanny. ”Saunominen, sauna” -merkityksen välittäminen puuttuu venäjänkielisestä vastineesta kokonaan.

Kolmantena esimerkkinä on yhdyssana *kuumakivihieronnat*, joka on venäläistä lukijaa varten käännetty *массаж с горячими камнями / massaż s goryačimi kamnyami*. Adjektiivi *kuuma* on venäjäksi *горячий / goryačij*, *kivi* on *камень / kamen’* ja sanan monikkomuoto on *камни / kamni*. *Hieronta*-sanana vastine on *массаж / massaż*. Kun yhdistetään venäjänkieliset sanat yhteen sanaliittoon, syntyy suomenkieliselle termille venäjänkielinen vastine.

Seuraavaksi käsittelen *ennaltaehkäisevät fysioterapiapalvelut* -sanaliiton välittämisen prosessia. Sanalle *ennaltaehkäisevä* sanakirjasta löytyi täysin vastaava venäjänkielinen vastine *профилактический / profilaktičeskij*, jonka monikkomuoto on *профилактические / profilaktičeskie*. *Fysioterapia* on lääketieteen termi ja tarkoittaa ”fysikaalisen hoidon, harjoittelun ja ohjauksen avulla annettavaa liikkumis- ja toimintakykyä ylläpitävää hoitoa” (KS s.v. *fysioterapia*). Täysin lähtötekstiä vastaava on venäjänkielinen termi *физиотерапия / fizioterapija*. Yhdistämällä sanat sanaliittoon saatiin venäjänkielinen ilmaisu *профилактическая физиотерапия / profilaktičeskaja fizioterapija*. *Palvelut*-käsitteen välittäminen venäjän kielelle puuttuu kokonaan. Tähän ratkaisuun on päädytty, jotta venäjänkielinen teksti olisi sujuvampi luettavaksi.

Esimerkkeinä tekstin haastavimmista käännöksistä ovat termit *kuntokartoituspalvelut* ja *valmennuspalvelut*. Kielitoimiston sanakirjasta kuntokartoitukselle löytyy selitys, mutta se viittaa rakennusalan sanastoon. Sanakirjan (KS s.v. *kuntokartoitus*) mukaan *kuntokartoitus* on rakennusten kuntoarvioista, kuntotarkastuksista ja kuntotutkimuksista käytetty nimitys. Lopulliseen ratkaisuun päädyttiin ”purkamalla” termi osiin: *kunto* ja *kartoitus*. *Palvelut* -käsite on jätetty käännöksestä pois tekstin sujuvuuden vuoksi. *Kunto* -sanalle löytyi samaa merkitystä eli ”ihmisen fyysinen kunto, fyysinen kelpoisuus” vastaava venäjänkielinen sanaliitto *физическое состояние тела / fizičeskoe sostojanie tela*. *Kartoitus*, jonka synonyymina on sana *arviointi*, on venäjäksi *определение, выяснение / opredelenie, vyjasnenie*. Yhdistämällä näiden käsitteiden merkitykset sanaliittoon saatiin venäläiselle lukijalle vastine-ehdotus: *определение физического состояния тела / opredelenie fizičeskogo sostojanija tela*.

Mielestäni seuraavan termin välittämistavassa olisi parannettavaa. *Valmennuspalvelut* eli kuntovalmennus on monipuolinen käsite, johon kuuluvat harjoitusohjelmien teko, Personal Trainer -palvelu, treenaaminen valmentajan ohjauksella sekä ravinto-ohjeet. Matkailuesitteen tekstissä esiintyvä termin vastine on puutteellinen ja riittämätön. Termin vastine on *составление индивидуальных тренировочных программ / sostavlenie individual’nyh trenirivočnyh*

programm, joka on suomennettuna *henkilökohtaisten harjoitusohjelmien laatiminen*. Kuten mainittu, valmennuspalveluihin kuuluu paitsi harjoitusohjelmien tekemistä myös muita palveluja, mutta tähän kääntäjä ei ole kiinnittänyt huomiota. Kääntäjä olisi voinut käsitellä tätä termiä laajemmin ja tarjota lukijakunnalle informatiivisemmän selittävän vastineen.

5.2.1 Erisnimet

Erisnimien tärkeänä erikoisuutena on se, että ne toimivat etiketin tapaan yksilöiden individuaalisina tunnistimina. Näin ollen niiden pitää täyttää tehtävänsä paitsi jossakin tietyssä ympäristössä, myös muissa kielellisissä ja kulttuurisissa ympäristöissä. Periaatteessa erisnimeä ei saa korvata toisella nimellä silloin, kun sen haltijasta puhutaan tai kirjoitetaan toisella kielellä, mutta todellisuudessa asia ei ole niin yksinkertainen. (Jermolovitš 2001: 14.)

Perinteisen semanttisen näkökulman mukaan erisnimillä ei ole varsinaista merkitystä. Kun ei ole merkitystä, ei ole mitään käännettävääkään, joten periaatteena voisi pitää sitä, että nimiä ei käännetä. Erisnimet eivät kuitenkaan aina esiinny merkityksettöminä äänneyhdistelminä, vaan ne ovat usein syntyneet appellatiiveista eli yleisnimistä, joilla on semanttinen sisältö uudesta funktiostaan huolimatta. Tästä voisi päätellä, että kääntäminen on mahdollista. (Ingo 1990: 241.)

Kielten äännerakenteiden eroavuudesta johtuen niminä esiintyvät äänneyhdistelmät eivät toimi samalla tavalla kaikissa kielissä (Ingo 1990: 242). Kun puhutaan venäjän ja suomen kielestä ja kielestä toiseen kääntämisestä, puhutaan myös kirjainjärjestelmästä toiseen siirtämisestä (Jänis 2010: 60).

V otpuske -matkailuesitteen käännettävinä olevissa lähtöteksteissä esiintyy 191 erilaista erisnimeä ja käänöksissä 185 nimeä. Esitteen sivuilta löytyy henkilöiden, paikkojen, yritysten, tuotemerkkien ja matkailuvälineiden sekä yritysten kehittämiä tuotteiden ja palvelujen nimiä.

Esimerkkejä aineistosta:

- | | |
|-----------------|--|
| 1. Henkilönimet | Juha Tiainen, Sergei Peus |
| 2. Paikannimet | Keski-Suomi, Peurunka, Muurame, Jämsä, Riihivuori, Laukaa, Himos, Häkärinteet, Jyväskylä, Laajavuori, Hankasalmi, Revontuli, Keski-Suomi, Moskova, Pietari, Viipuri, Helsinki, Lahti, Eteläinen Suomi, Laajavuori, Tuomiojärvi, Päijänne, Lohilampi, Häkä, Mikkeli, Iso-Virmasjärvi, Lukkarinlampi |

| | |
|-------------------------------|--|
| 3. Yritysten nimet | Himos, HimosLomat, Pikku Spa, HimoSafarit, ravintolat Tupa, Liiteri, Luola ja Kuikankätkö-kota, Mono pub & pizzeria, ravintola Hirvikartano, Kauppakulma, kylpylähotelli Rantasipi Laajavuori, Restel Oy, Laajis, Ski Shopista, Gasthays Laajis, Burger Laajis, Häkärinteet, Skishop, Paviljonki, lomakeskus Revontuli, EräsPete, Keljonkeskus, Viherlandia, ravintola Eeden, Hutunki, Palokankauppakeskus, Torikeskus |
| 4. Junat | Allegro, Tolstoi |
| 5. Tuotemerkkien nimet | Tiger of Sweden, Sand, Gant, Gerry Weber, InWear, Sandwich_, Selected, Adidas, Puma, Fischer, Salomon, Didriksons |
| 6. Yritysten kehittämät nimet | Lastenmaa, Revontulisali, Aurorasali, Virmashuvila, Draivi, Korpisauna, Mökkisauna, Citysauna, Ruususaua, Kristallisauna |

Suomenkielisten paikannimien välittäminen venäläisille lukijoille nousi suureksi ongelmaksi matkailuesitteen kääntämisprosessin aikana. Luvussa 1.2 mainittiin, minkälaiseen ratkaisuun kääntäjät päätyivät.

Seuraavaksi esittelen ratkaisuja, joita käytettiin käännettäessä matkailutekstejä suomesta venäjäksi. Olen analysoinut teksteissä esiintyvien nimien kirjavuutta ja tehnyt niiden kääntämisperiaatteiden luettelon. Sen pohjana on venäläisen tutkijan Dmitrij Jermolovitšin (2001: 35) laatima luokittelu. Pääratkaisut ovat siis seuraavat:

- transkriptio
- tarkentava käännös
- kuvaileva käännös
- nimen käyttö alkuperäisessä muodossaan

Venäjänkielisissä teksteissä vierasperäisiä nimiä välitetään ääntämisasun mukaan eli transkription avulla. Suomenkielisten nimien välittäminen kyrillisin kirjaimin on melko helppoa ja yksinkertaista, koska suomen kielessä nimien kirjoitus- ja ääntämisasut ovat lähellä toisiaan. Hankaluuksia tuottavat sellaiset äänteet kuin ä, ö ja y, koska niitä ei ole venäjän kielen foneettisessa järjestelmässä, sekä kaksoiskonsonantit ja kaksoisvokaalit. (Jänis 2010: 60.)

Aineiston teksteissä transkriptiota käytetään usein, etenkin henkilön- ja paikannimiä käännettäessä:

Kylpylähotellin omien palvelujen lisäksi Restel Oy on solminut yhteistyösopimukset laadukkaiden fysioterapian, hyvinvoinnin, kauneudenhoidon ja liikunnan ammattilaisten kanssa, kertoo aluejohtaja Juha Tiainen.

Помимо услуг, предоставляемых спа-комплексом, концерн Рестел заключил договор с профессионалами в области физиотерапии, косметологии, физической культуры и спорта, рассказывает региональный управляющий Юха Тиайнен. (V отпуске 2012, 12)

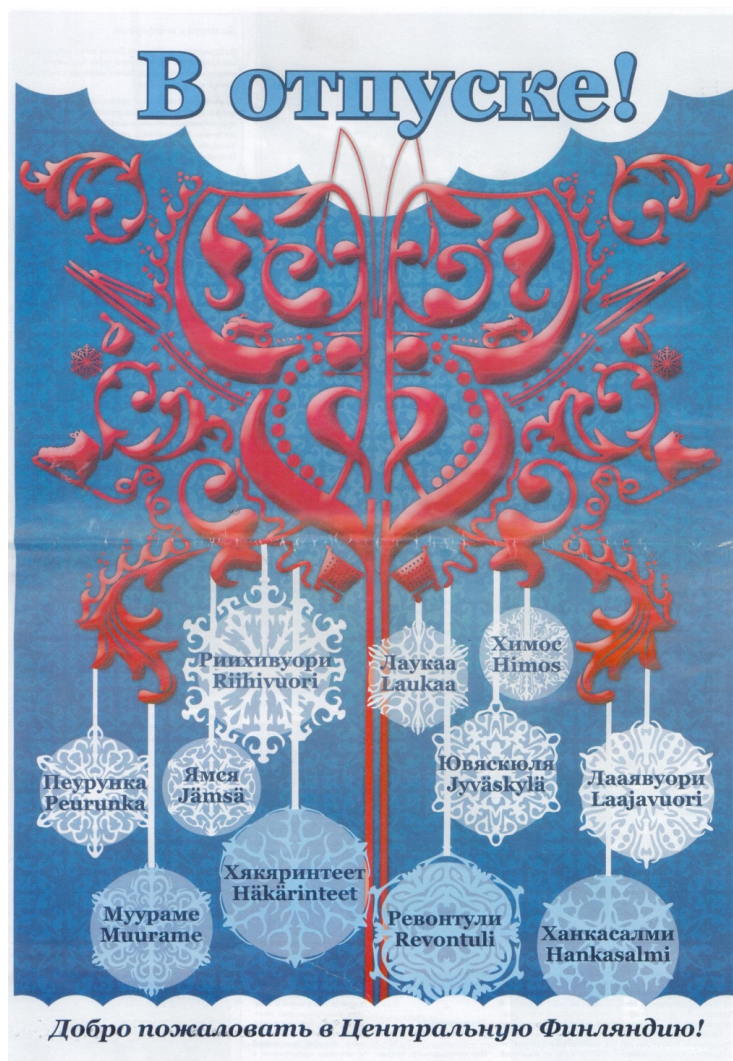
Himokselle pääsee kätevästi niin lentäen kuin junallakin Helsingin kautta, josta on kätevät jatkoyhteydet Jämsän Himokselle paitsi junalla myös tilausbusseilla, vuokra-autoilla jne.

До туристического центра Химос легко добраться как самолетом, так и поездом через Хельсинки, откуда налажено дальнейшее сообщение с городом Ямса и курортом Химос. (V отпуске 2012, 2)

Revontuli on Hankasalmella sijaitseva matkailukeskus, jonka alueella on 20 ympärivuotista lomamökkiä ja 1600-paikkainen ravintola, hotelli ja useita rantarakennuksia kokoustiloilla ja saunoilla, kesäaittoja ja caravanalue sekä täysimittainen golfkenttä.

База отдыха Ревонтули (Revontuli), расположенная в Ханкасалми (Hankasalmi), предлагает своим гостям 20 коттеджей для размещения, ресторан на 1600 мест, отель, различные помещения на берегу для проведения собраний, сауны, летние домики, кемпинг, а также полнометражное поле для гольфа. (V отпуске 2012, 2)

Paikkojen nimeämiseen ovat myös vaikuttaneet historialliset ja poliittiset syyt: esimerkiksi Moskova - Москва, Pietari - Санкт-Петербург, Viipuri - Выборг.



Kuva 2. V отпуске –matkailuesitteen kansi.

Kuten aikaisemmissa luvuissa on mainittu, esitteen kannen ulkonäöllä ja sisällöllä on tärkeä merkitys. Lukija kiinnittää huomionsa ensimmäisenä kanteen ja sen perusteella valitsee itseään kiinnostavat esitteet. Esitteen kanteen suositellaan kirjoittamaan esitteen kielellä ”Suomi” sekä paikkakunnan nimi. *V отпуске* –matkailuesitteen kannesta puuttuu kokonaan nimi ”Suomi”, mutta sen asemesta *Добро пожаловать в Центральную Финляндию!* / *Dobro požalovat’ v Central’nyyu Finlyandiyu!* (*Tervetuloa Keski-Suomeen!*) -lause toivottaa venäläisiä matkailijoita tervetulleiksi Keski-Suomen seudulle. Paikkakuntien nimet löytyvät kannesta sekä suomeksi että transkriboituina venäjäksi. Transkriboidut nimet ovat venäläiselle lukijalle helposti luettavia ja suomenkieliset helpottavat paikan löytämistä kartalta tai tiekyltistä.

Toinen tapa välittää nimiä on myös niin sanottu tarkentava käännös, joka edellyttää selittävien lisäysten käyttöä tekstissä. Matkailuesitteen käännöksessä esiintyvien selitysten tarkoitus on auttaa lukijaa ja antaa enemmän tietoa kohteesta.

Tarkentava käänös on suosittu tapa välittää nimiä myös muissa kielissä. Ines Antti-Poika (2009: 54) on tutkinut Helsingin Matkailijan oppaan käänösprosessia ja on todennut, että selittävien lisäysten käyttö on hyvin suosittu ratkaisutapa välittää vierasperäisiä nimiä lukijalle. Suomenkieliset nimet usein antavat lukijalle tietoa siitä, minkälaisesta kohteesta tai paikasta on kyse. Suomea äidinkielenään puhuvat tai kieltä osaavat ihmiset ymmärtävät sen, mutta vieraskieliselle lukijalle nimen merkitys ei aukea ilman erillistä selitystä. Tässä on esimerkkejä käänösratkaisuista aineistosta:

| | | |
|---|------|--|
| Himos | | <i>туристический комплекс Химос / turistischeskij kompleks Himos / matkailukeskus Himos</i> |
| Laajavuori | | <i>отель Лааявуори / otel' Laajavuori / hotelli Laajavuori</i> |
| Revontuli | vrt. | <i>база отдыха Ревонтули / baza otdyha Revontuli / lomakeskus Revontuli</i> |
| ...puhtaan Iso-Virmasjärven rannalla... | | <i>...на берегу чистейшего озера Исо-Вирмасярви... / ...na beregu čistejšego ozera Iso-Virmasjärvi / ...puhtaan järven Iso-Virmasjärven rannalla ...</i> |
| Skishop | | <i>магазин Skishop / magazin Skishop / kauppa Skishop</i> |
| Häkärinteet | | <i>горнолыжный центр Хякяринтеет / gornolyžnyj tsestr Häkärinteet / hiihtokeskus Häkärinteet</i> |

Selittävät lisäykset ovat usein lyhyitä. Paikkojen nimien eteen lisätään yleisnimiosa, jonka avulla lukija voi ymmärtää, minkälaisesta kohteesta on kyse.

Joissakin tapauksissa matkailuesitteen sisältämä alkuperäinen nimi ei anna lukijalle tarpeellista tietoa, joten kääntäjä voi päätyä jättämään nimen kokonaan pois tai korvaamaan sen yleisnimellä. Tämä välittämiskeino on Jermolovitšin (2001: 36) mukaan kuvaileva käänös, joka on harvinainen V otpuske –matkailuesitteessä.

Lähtötekstissä sanottiin näin:

- Lastenmaassa on kolme rinnettä ja kaksi hissiä, joista erityisesti helppokäyttöinen mattohissi on alueen uusi suosikki. Lastenmaassa on lisäksi kaksi karusellihissiä, joissa pienten lasten on mukava harjoitella suksi- ja lautataitoja.

Matkailuesitteen sivuilta löytyy seuraavanlainen venäjännös:

- Для маленьких покорителей вершин специально предназначены три склона и два подъемника, один из которых - ленточный - пользуется особой популярностью. Кроме этого, работают два бугельных подъемника, которые позволяют начинающим горнолыжникам тренировать свои навыки катания на лыжах и сноуборде.

Lähtötekstin ensimmäisessä lauseessa esiintyvä nimi *lastenmaa* on venäjännöksessä korvattu sanonnalla *маленькие покорители вершин / malen'kie pokoriteli veršyn*, mikä sananasaisesti tarkoittaa *pienet tunturin huippujen valloittajat*. Lähtötekstin toisessa lauseessa oleva nimi *lastenmaa* on käännöksessä jätetty kokonaan pois. Vaikka käännöksessä nimi *lastenmaa* on korvattu eri ilmaisulla ja jätetty kokonaan pois, se kuitenkin viittaa siihen, että paikka on tarkoitettu lapsille ja myös siihen, että hiihtolomakohteesta löytyy paikka, jossa lapset voivat harjoitella suksi- ja lautataitojaan.

Venäläisissä tiedotusvälineissä samassa tekstissä saattaa esiintyä sekä venäläisittäin transkriboitu että alkuperäinen latinalaisin kirjaimin kirjoitettu nimi. Tämä helpottaa huomattavasti kääntäjän työtä. Kansainvälisesti tunnetut tuotemerkit välitetään venäjänkielisissä teksteissä usein alkuperäisessä muodossaan. (Jänis 2010: 66.) Tämä on havaittavissa myös *V otpuske* – matkailuesitteessä.

Mielenkiintoisena esimerkkinä, joka poikkeaa kaikista esittelemistäni nimien välittämisen tavoista on seuraava lause:

- Erityisen monipuolisella saunaosastolla miehiä hemmotellaan Korpisaunalla, Mökkisaunalla sekä Citysaunalla. Naisille on tarjolla Ruususauna ja Kristallisauna.

Lauseen venäjänkielinen käännös on:

- Для мужчин - сауны Korpisauna, Mökkisauna и Citysauna, для женщин - Ruususauna и Kristallisauna.

Tässä esimerkissä esiintyvät Rantasipi Laajavuori -kylpylähotellin kehittämät saunojen nimet: Korpisauna, Mökkisauna, Citysauna, Ruususauna ja Kristallisauna. Venäläinen asiakas voisi tätä lausetta lukiessaan joidenkin nimien perusteella itse päätellä, millaisista saunoista on kyse, koska ne muistuttavat hänen oman äidinkieltensä sanoja: esimerkiksi sana *ruusu* on venäjäksi *роза / roza*, *kristalli* – *квисталл / kvistall*, *sauna* – *сауна / sauna* ja *city* on lainasana englannin kielestä ja tarkoittaa *kaupunkia* eli venäjäksi *город / gorod*. Korpisauna ja Mökkisauna jäävät silti venäläiselle asiakkaalle tuntemattomiksi. Mielestäni tässä nimien välittämistavassa olisi

parannettavaa. Kääntäjä olisi voinut kirjoittaa selittävät lisäykset ja kiinnittää huomiota siihen, että saunat on suunniteltu arkkitehtuuriltaan ja tunnelmaltaan erilaisiksi ja jokaisessa on omaa tyyliä.

5.2.2 Realiat

Realiat ovat asioita ja ilmiöitä, jotka ovat tyypillisiä ja ominaisia lähtökulttuurille, mutta eivät esiinny tulokulttuurissa. Realioiden kääntämisestä puhutaan silloin, kun mietitään lähtökulttuurille tyypillisiä ilmiöitä nimeävien sanojen välittämistä tulokulttuuriin. (Jänis 2010: 77.) Useimmiten realioita esiintyy kaunokirjallisissa teksteissä, kun taas asiateksteissä tai tieteellisissä teksteissä niitä tapaa harvemmin.

Realia on suhteellinen ja monipuolinen käsite ja se voi olla myös aiheeseen perehtyneelle vaikea asia määriteltäväksi. Monet aikaisemmin realioina pidetyt ilmiöt ovat ajan kuluessa muuttuneet tavallisiksi sanoiksi, esimerkiksi siten, että jokin ruokatuote on kaupankäynnin ja viennin ansiosta päässyt muiden maiden markkinoille ja sen nimitys on vakiintunut niiden maiden sanastoon. On olemassa myös sellaisia realioita, joista lukijalla todennäköisesti on jonkinlainen käsitys. Esimerkiksi *sombrero*, *gondola* ja *corrida* ovat lukijalle hyvinkin tuttuja asioita kirjoista, lehtiartikkeleista ja lomamatkoilta, mutta ne pysyvät silti realioina. (Vlahov & Florin 1980: 5–17.) ”Tuttuus ei tarkoita, että kyseessä ei ole realia” (Sahlan 2007: 25). Tyypillisesti realioita ovat yhteiskuntarakenteeseen, ruoka- ja juomakulttuuriin liittyvät sanat.

Seuraavaksi esittelen realioiden ja niiden käännösratkaisujen esimerkkejä, jotka esiintyvät matkailuesitteen sivuilla.

Ensimmäisenä esimerkkinä on:

| Ravintola | Ресторан |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| *kahvila | *кафе |
| *kaksi terassia <u>A-oikeuksin</u> | *две террасы <u>с правом продажи</u> |
| *lounasbuffet | <u>алкогольных напитков</u> |
| *à la carte | *обеденный шведский стол |
| | *à la carte |
| | (V otpuske 2012, 2) |

Suomessa ravintoloiden, baarien ja muiden aikuisten illan- ja juhlanviettopaikkojen markkinointimateriaaleissa ja internet-sivulla kerrotaan alkoholin valikoiman laajuudesta eli

onko paikalla A-, B- tai C-oikeudet. Tämä tarkoittaa sitä, että alkoholitarjoilu on juhlapaikan vastuulla ja omia alkoholijuomia ei saa tuoda itse, eikä toisen pitopalvelun toimesta. Venäjällä asiaa ei edes mainita mainoksissa tai muissa ilmoituksissa. Tähän on vaikuttanut alkoholimainontalain kiristäminen, jonka mukaan alkoholimainoksia ei saa olla painetuissa materiaaleissa eikä internet-sivuilla. Ainoastaan oluiden mainonta on sallittu. Lähtiessään viettämään iltaa ravintolaan, baariin tai yökerhoon venäläinen asiakas tietää, että paikalta löytyy väkevämpiäkin juomia nautittavaksi. Se on itsestään selvä asia, josta ei erikseen mainita.

Ennen lopullisen käännöspäätöksen tekemistä piti tutkia, mitä tarkoittavat A-oikeudet. Alkoholilaki jakaa alkoholitarjoilun kolmeen tyyppiin:

- enintään 4,7% etyylialkoholia sisältävät juomat (C -oikeudet)
- enintään 22% etyylialkoholia sisältävät juomat (B -oikeudet)
- enintään 80% etyylialkoholia sisältävät juomat (A -oikeudet)

Puhekielessä näille löytyy myös toiset nimet: keskiolut-lupa (C), väkevät viinit (B) ja täydet oikeudet (A). Käännöksessä pyrittiin välittämään venäläiselle lukijalle vain se, että ravintolalla on oikeus myydä alkoholijuomia, täsmentämättä minkä tyyppinen oikeus on: *с правом продажи алкогольных напитков / s pravom prodazi alkogol'nyh napitkov*.

Toinen matkailuesitteestä löytynyt esimerkki realiaista ei liity ruoka- tai juomakulttuuriin vaan se on kulkuväline, josta kerrotaan lomakeskus Revontulen ilmoitustekstissä.

Potkukelkkailua

Hauskaa tekemistä isoille ja pienille!

Катание на финских санках

Веселое времяпрепровождение
для взрослых и детей!

(V otpuske 2012, 13)

Potkukelkka on työnnettävä kelkka, jossa on istumapaikka yhdelle ihmiselle, yleensä pienelle lapselle. Potkukelkalla liikutaan talvella jalaksilla seisten tai potkien toisella jalalla vauhtia jää- tai lumipinnasta. Tällainen kelkka on venäläisille matkailijoille mahdollisesti tuntematon, mutta toisaalta myös mielenkiintoinen keino kulkea. Potkukelkan ja potkukelkkailun venäjänkieliset vastineet löytyivät helposti sanakirjasta ja Internetistä. Ne ovat *финские санки / finskie sanki* ja *катание на финских санках / katanie na finskih sankah*. On syytä huomata, että venäjänkielinen adjektiivi *финский / finskij* tarkoittaa suomalaista. Käännös siis viittaa potkukelkkailu-sanan vierasperäisyyteen ja suomalaisuuteen.

5.2 EKSPRESSIIVISEN FUNKTION VÄLITTÄMINEN

Matkailuesitteen ekspressiivisen funktion tavoitteena on kertoa matkakohteesta mielenkiintoa herättävästi ja käyttää hyvää virheetöntä kieltä, ytimekkäitä ja kuvailevia ilmaisuja sekä laadukkaita ammattilaisen ottamia kuvia. Ekspressiivisen funktion avulla voidaan välittää tiedon lisäksi myös tunteita.

V otpuske –matkailuesitteen sivuilla on paljon laadukkaita kuvia. Kuvat tukevat matkailuesitteen tekstejä visuaalisesti ja esittelevät yritysten palveluita todenmukaisessa valossa. Kuten luvussa 3.2 mainittiin, ulkomaisille matkailijoille suunnatun esitteen kuvien kanssa kannattaa olla erityisen tarkka, koska monelle suomalaiselle itsestään selvä asia voi johtaa ulkomaisen matkailijan harhaan. Matkailuesitteen sivulta 11 löytyy kuva, joka voisi olla venäläisen lukijan mielestä olla kummallinen. Toisaalta se tukee tekstiä, joka kertoo tyypillisistä suomalaisista tavoista ja auttaa ulkomaalaista lukijaa ymmärtämään paremmin suomalaista yhteiskuntaa. Lyhyet tekstipätkät kertovat suomalaisesta täsmällisyydestä, saunakulttuurista, sinuttelusta, juhlien vietosta ja muista suomalaiseen kulttuuriin liittyvistä asioista. Tämä teksti ei ollut meidän kääntäjäryhmämme kääntämä, vaan tuli esitteeseen jo valmiiksi käännettynä. Matkailuesitteessä on myös muita visuaalisia materiaaleja, esimerkiksi kartoja ja infolaatikoita, mutta ne välittävät kuitenkin informatiivista sisältöä.

Ekspressiivisen funktion välittäminen on keskittynyt adjektiiveihin. Käännettäessä pyrittiin säilyttämään alkuperäisten suomenkielisten tekstien monipuolisuus ja laadukas kieli.

Venäjännöksissä haluttiin korostaa esimerkiksi suomalaisen luonnon kauneutta:

| | |
|--|---|
| Restel Oy:n Rantasipi-ketjun hotelleissa <i>luonto</i> on aina olennaisesti läsnä... | Отели гостиничной сети Рантасипи (Rantasipi), принадлежащей концерну Рестел (Restel), расположены в окружении <i>красивой природы...</i> / <i>krasivoi prirody</i> / <i>kauniin luonnon</i> |
|--|---|

Seuraavaksi esittelen esimerkkejä adjektiiveista käännöksineen:

| | |
|-------------------------|---|
| huippuluokan bileet | = <i>первоклассные вечеринки</i> / <i>pervoklassnye vecherinki</i> |
| suurin vapaa-ajankeskus | = <i>самый крупный развлекательный комплекс</i> / <i>samuj krupnyj razvlekatel'nyj kompleks</i> |

| | |
|---------------------------------|---|
| monipuoliset ohjelmopalvelut | = <i>богатая культурно-развлекательная программа / bogataj kul'turno-razvlekatel'naja programma</i> |
| eksoottinen jääuinti | = <i>экзотическое купание в проруби / ekzoticheskoe kupanie v prorubi</i> |
| elämykset | = <i>незабываемые впечатления / nezabyvaemye vpechatlenija</i> |
| herkulliset annokset | = <i>изысканные блюда / izyskannye bljuda</i> |
| suloiset porot | = <i>забавные северные олени / zabavnye severnyye oleni</i> |

Kuten olen jo maininnut, venäjännöksissä haluttiin säilyttää suomenkielisten tekstien monipuolisuus ja laadukas kieli. Välitettäessä adjektiivien merkityksiä käytettiin myös synonyymejä sekä tarkistettiin sanojen merkityksiä ja oikeinkirjoitusta sanakirjoista.

5.3 OPERATIIVISEN FUNKTION VÄLITTÄMINEN

Matkailuesitteen operatiivisen funktion tavoitteena on vaikuttaa lukijan toimintaan, välittää toiminta- ja käyttäytymismalleja ja suostutella toimimaan tietyllä tavalla. Operatiivisissa teksteissä keskeistä on vastaanottajaan vaikuttaminen ja vetoaminen. Tässä luvussa esittelen *V otpuske* –matkailuesitteen keinoja, joiden avulla tehdään vaikutus lukijaan. Näitä ovat otsikot, viittaukset lukijaan ja kohderyhmään sekä te –puhuttelumuoto.

5.3.1 Otsikot

Esitteen sivuilla käytetyt otsikot ja kuvitus ovat asioita, joihin lukija ensimmäisenä kiinnittää huomiota selaillessaan esitettä. Lukijan huomion ja mielenkiinnon herättäminen eli vetoomusfunktio on esitteen otsikoinnin ensisijainen tehtävä. Sen lisäksi otsikko johdattaa aiheeseen ja informoi lukijaa tekstin sisällöstä. Lisäksi mielenkiintoa voisi herättää kielen visuaalisilla ja kielellisillä keinoilla. (Leinonen 2013: 42.)

Reetta Leinonen on tutkinut pro gradu –tutkielmassaan (2013) matkailuesitteen kääntämistä suomesta venäjään, sekä suomen- ja venäjänkielisissä matkailuesitteissä ilmeneviä tekstilajikonventioita. Hän kiinnittää huomiota myös matkailuesitteiden tekstien otsikointiin ja tekee seuraavat päätelmät: ”Kaikissa suomalaisissa ja venäläisissä esitteissä otsikot erotetaan muusta tekstistä huomattavasti isommalla fontilla. Lisäksi otsikoissa on saatettu käyttää myös

muita tyylikeinoja, kuten värillisiä taustoja tai tekstejä, muusta tekstistä poikkeavaa fonttia tai otsikon kirjoittamista isoin kirjaimin. Koska pääotsikot aloittavat aina uuden aihealueen, on otsikon lisäksi suomalaisissa esitteissä usein jokin näyttävä kuva tai kuvia aiheesta”. (Leinonen 2013: 43.) Venäläisissä matkailuesitteissä otsikointiin liittyvää kuvitusta käytetään harvemmin ja se liittyy useammin varsinaiseen tekstiin (Leinonen 2013: 43).

V otpuske –matkailuesitteen otsikot on erotettu muusta tekstistä isommalla fontilla. Otsikoissa on käytetty myös muita tyylikeinoja, esimerkiksi voimakasta ja kirkasta punaista väriä. Nämä ovat kuitenkin visuaalisia keinoja. Seuraavaksi tarkastelen otsikoissa käytettyjä kielellisiä keinoja.

Tässä on esimerkkejä matkailuesitteen suomenkielisistä otsikoista ja niiden venäjänkielisistä vastineista:

| | |
|----------------------------|--|
| Talven huumaa Himoksella | За яркими зимними впечатлениями в туристический комплекс Химос / Za jarkimi vpečatleniyami v turističeskij kompleks Himos |
| Kylpyläkeidas Jyväskylässä | Курортный оазис в Ювяскюля / Kurortnyj oazis v Jyväskylä |
| Hiihtokeskus Laajis | Горнолыжный центр Лаайис / Gornolyznyj tsentr Laajis |
| Häkärinteet | Хякяринтеет / Häkärinteet |
| Lomakeskus Revontuli | База отдыха Ревонтули / Baza otdyha Revontuli |

V otpuske –matkailuesitteen otsikointi on melko suoraviivaista. Esimerkiksi otsikot *Hiihtokeskus Laajis / Горнолыжный центр Лаайис*, *Häkärinteet / Хякяринтеет* ja *Lomakeskus Revontuli / База отдыха Ревонтули* kertovat suoraan, mikä matkakohde on esiteltävänä. Mielestäni *Häkärinteet* –otsikon käänöksessä olisi ollut parannettavaa: otsikkoon olisi voinut lisätä selittävän lisäyksen, joka olisi kuvannut paremmin, mikä kohde on kyseessä. Mahdollisena vaihtoehtona voisi olla: *Горнолыжный центр Хякяринтеет / Hiihtokeskus Häkärinteet*.

Rantasipi Laajavuoren kylpylähotellista kertovan tekstin *Kylpyläkeidas Jyväskylässä* -suomenkielisessä otsikossa ja sen venäjänkielisessä vastineessa *Курортный оазис в Ювяскюля* on käytetty sanaleikkiä, mikä on matkailun kielen tehokeino (Leinonen 2013: 44).

Himoksesta kertovan tekstin suomenkielinen otsikko ja sen venäjänkielinen vastine poikkeavat toisistaan. Venäjänkielinen otsikko *За яркими зимними впечатлениями в туристический*

комплекс Химос kutsuu lukijaa kokemaan *kirkkaita talvisia elämyksiä matkailukeskus Himokselle*. Kannattaa myös huomata, että *Himos*-erisnimen edessä on selittävä lisäys, joka kertoo lukijalle, minkä tyyppisestä yrityksestä on kyse.

Reetta Leinonen (2013: 44) mainitsee, että suomalaisissa esitteissä on lisäksi alaotsikot. ”Alaotsikoissa nimetään yleensä suoremmin, mitä kyseisen otsikon alta löytyy”. Seuraavaksi esittelen esimerkin aineistossa olevasta alaotsikosta:

Häkärinteet

Paras paikka perheelle.

Хякяринтеет

Лучшее место для семейного отдыха

Alaotsikossa kerrotaan tarkemmin, millaisesta paikasta teksti kertoo sekä viitataan kohderyhmään (perheet).

5.3.2 Viittaus vastaanottajaan ja kohderyhmään

Kuten luvussa 3.2 todettiin, matkailuesitettä suunniteltaessa tulee ottaa huomioon sen kohderyhmä. Matkailuesitteen vastaanottaja on lukija ja tekstien tavoite on houkutella lukemaan esitettä pidemmälle ja vakuuttaa lukija kyseessä olevan matkakohteen paremmuudesta ja kiinnostavuudesta verrattuna muihin mahdollisiin kohteisiin. Tässä luvussa tarkastelen, millaisia viittauksia lukijaan ja kohderyhmään löytyy *V otpuske* –matkailuesitteen sivuilta.

Leinonen (2013: 46-47) on tehnyt suomalaisten ja venäläisten matkailuesitteiden ominaisuuksia tutkiessaan seuraavan huomion. Tarkkaa kohderyhmää määritteleviä ilmaisuja suomalaisista tervetuloivotuksista ei löydy ollenkaan, vaan niistä löytyy yksittäisiä yleisempiä ilmaisuja. Venäläisistä tervetuloivotuksista löytyy viittauksia kohderyhmään, jotka ovat sekä yleisiä että viittauksia tarkasti määriteltyyn kohderyhmään.

V otpuske –matkailuesitteen tekstejä tutkiessani olen huomannut, että suomenkieliset tekstit sisältävät viittauksia sekä lukijaan että kohderyhmään. Käännöksessä pyrittiin säilyttämään viittaukset. Seuraavaksi esittelen esimerkkejä aineistosta käännöksineen:

Keski-Suomen suurin vapaa-
ajankeskus Himos kiinnostaa yhä
laajemmin myös *kansainvälisiä*
vieraita.

Самый крупный развлекательный комплекс
Центральной Финляндии - Химос - все
больше и больше привлекает
международных гостей / meždunarodnyh

gostej.

Luonnonläheisyys, pienimuotoisuus, puhtaus ja turvallisuus vetoavat *nykymatkailijoihin.*

Близость к природе, компактность, чистота и безопасность также привлекают *современных туристов / современных туристов*, которые планируют отпуск согласно своим предпочтениям.

Yllämainitut esimerkit ovat esimerkkejä yleisistä viittauksista, jotka esiintyvät lähtötekstissä ja jotka on säilytetty käännöksissä.

Seuraavaksi esittelen esimerkkejä viittauksista, joiden avulla viitataan tarkasti määriteltyyn kohderyhmään:

HimoSafarien talven ohjelmapalvelut tuottaa elämyksiä seikkailunhaluisille, *vauhdin hurmasta kiinnostuneille tai vaikkapa rauhallisesta pilkkiretkestä pitävälle.*

Различные зимние мероприятия, организуемые ХимосСафарит (HimosSafarit) производят незабываемое впечатление *на тех, кто любит приключения и скорость / на тех, кто любит приключения и скорость*, или наоборот, *предпочитает спокойную подледную рыбалку / предпочитает спокойную подледную рыбалку.*

Himoksen 21 laskettelurinnettä ja lähes sadan kilometrin latuverkosto palvelevat *laskettelijoita ja hiihtäjiä.*

На территории комплекса Химос расположен 21 горнолыжный спуск, а также почти 100-километровая сеть маршрутов *для любителей лыжного спорта / для любителей лыжного спорта.*

Peikkometsä, jossa seikkaillaan ihka oikeiden peikkojen seurassa sekä muu *lapsille suunnattu ohjelmatarjonta saa pienemmät vierailijat hihkumaan innosta.*

Волшебный лес троллей с его секретами и другие развлечения, предназначенные *для детей / для детей*, несомненно, приведут в восторг *маленьких гостей комплекса / маленьких гостей комплекса.*

Lomakeskus Revontuli tarjoaa *venäläisille vieraille.*

База отдыха Ревонтули (Revontuli) предлагает *российским туристам / российским туристам.*

Tarkasti määriteltyjen kohderyhmien esimerkkeinä ovat *vauhdin hurmasta kiinnostuneet, pilkkirekkestä pitävät, laskettelijat ja hiihtäjät*, jotka on venäjännöksessä korvattu yleisemmillä käsitteillä *talviurheilusta pitävät, pienet vierailijat eli lapset ja venäläiset vierailijat*.

Kuten luvussa 4.1 mainittiin, kääntäjä toimii välittäjänä ja tekee lähettäjän ja vastaanottajan välisen viestinnän mahdolliseksi. Alkuperäinen viesti on usein suunniteltu samankieliselle ja samassa kulttuurissa elävälle yleisölle. Kääntäjä joutuu usein miettimään, miten siirtää yhdellä kielellä tuotettu sanoma uudelle yleisölle koska uusi vastaanottaja voi olla hyvinkin erilainen kuin alkuperäisen viestin alkuperäinen vastaanottaja. Yllämainittujen esimerkkien perusteella voidaan päätellä, että alkuperäiset suomenkieliset tekstit on alun perin suunniteltu venäjänkieliselle lukijalle, sillä niissä tulevat hyvin esiin viittaukset venäläiseen kohderyhmään.

5.3.3 Sinuttelu vs. teitittely

On olemassa tilanteita, joissa kielitaito ei yksin riitä, vaan kieltä on myös ”osattava käyttää sosiaalisesti hyväksyttävällä tavalla” (Vehmas-Lehto, Titova 2003: 84).

Suomalaisen on joskus vaikea oppia venäläisiä puhuttelukäytäntöjä, samoin kuin venäläisellä on hankaluuksia suomalaisiin puhuttelukäytäntöihin totumisessa. Nuoren ja vanhemmankin polven suomalaiselle teitittely saattaa tuottaa ongelmia. (Vehmas-Lehto, Titova 2003: 84.)

Suomalaisessa yhteisössä hallitsee sinuttelu. Venäjällä sinuttelu rajoittuu lapsiin, perheenjäseniin, sukulaisiin ja ystäväpiiriin. (Vehmas-Lehto, Titova 2003: 85-86.) Teitittely on kohteliaisuuden, sivistyneisyyden sekä vallankäytön ja korkean aseman ilmaisemisen väline. Näin työpaikalla päällikölle puhutaan te-muodossa, oppilaat teitittelevät opettajaa ja yliopistossakin professoria teititellään.

Miten puhutella venäläisiä lukijoita matkailuesitteen sivuilla? Miten houkutella ja kutsua heitä kokeilemaan matkakohteiden palveluja ja mahdollisuuksia? Vastaus on teitittelemällä. Näin tekstin kirjoittaja näyttää, että kunnioittaa lukijaa. Teitittely on ominaista venäläiselle yhteisölle ja kulttuurille.

Seuraavaksi esittelen esimerkkejä aineisosta käännöksineen:

Tule ja vietä hauska viikko
uudistuneilla Häkärinteillä.

Проведите незабываемую неделю
в обновленном горнолыжном
центре Хякяринтеет (Häkärinteet).

| | |
|---|--|
| | (V otpuske 2012, 12) |
| Hauskanpidon ohessa <u>voit myös herkutella</u> rinneravintolassamme! | Кроме этого <u>вы всегда сможете насладиться</u> вкусными угощениями в нашем ресторане. (V otpuske 2012, 12) |
| Ostospäivän aikana <u>voit nauttia</u> herkullisen lounaan Kahvila-Ravintola Eedenissä. Tervetuloa viihtymään! | Во время шоппинга <u>вы можете</u> вкусно пообедать в кафе-ресторане "Eeden". (V otpuske 2012, 13) |
| Viherlandian tiloissa sijaitsee myös suosittu Iittala Outlet, josta <u>voit hankkia</u> suomalaista designia kotiin tai lahjaksi. | В садовом центре находится фирменный магазин "Ииттала Аутлет", где <u>вы можете приобрести</u> изделия финского дизайна для дома или в подарок. (V otpuske 2012, 13) |
| Mikä laji kutsuu <u>sinua</u> ? | Какой вид спорта <u>вас</u> заинтересует? (V otpuske 2012, 15) |

Yllämainituissa esimerkeissä suomenkieliset sinuttelumuodot ja sinä -pronomini on korvattu teitittelymuodoilla ja te-pronomeineilla.

6 PÄÄTELMÄ

Käännösprosessin tutkiminen on mielenkiintoista, hyödyllistä ja ajatuksia herättävää. Kääntäminen on haasteellista ja monimutkaista ihmisten toimintaa. Vaikka usein puhutaan ”toisesta kielestä toiseen” kääntämisestä, todellisuudessa kääntämisprosessin aikana tapahtuu muutakin kuin kielten vaihtuminen. Kääntämisessä törmäävät eri kulttuurit, persoonat, ajattelutavat, ajanjaksot, kehitystasot ja perinteet.

Analysoin kääntäjryhmän tekemiä käännösratkaisuja matkailuesitteen funktioiden näkökulmasta. Matkailuesite on hybriditeksti, joka sisältää jossain määrin informatiivista, ekspressiivistä ja operatiivista viestintää. Tein funktioanalyysin, jonka mukaan informatiivisuus on esitteen pääfunktio, sillä matkailuesite kertoo lukijalle matkakohteesta sekä sen palveluista ja mahdollisuuksista. Esitteen on tarjottava tietoa mielenkiintoisessa ja houkuttelevassa valossa, jotta lukija saadaan kiinnostumaan kohteesta ja kokeilemaan mahdollisimman monia kohteen tarjoamia palveluita. Tämä on ekspressiivisen funktion idea. Matkailuesitteen avulla pyritään myös vaikuttamaan lukijan toimintaan, välittämään toiminta- ja käyttäytymismalleja ja suostuttelemaan toimimaan tietyllä tavalla, mikä on operatiivisen funktion tarkoitus.

Informatiivisen funktion välittämiseen liittyvät ongelmat olen jakanut yhdyssanojen, termien, erisnimien ja realioiden aiheuttamiin ongelmiin. Suomenkieliset yhdyssanat tuottavat kääntäjälle usein haasteita. Matkailuesitteen kääntäjänä olen huomannut, että esitteen sivuilla esiintyy kahdenlaisia suomenkielisiä yhdyssanatyyppejä: merkitykseltään läpinäkyviä yhdyssanoja ja tulkinnanvaraisia yhdyssanoja, joiden merkitystä ei voi arvata suoraan sanan koostumuksen perusteella. Tulkinnanvaraiset yhdyssanat eivät ole aina selkeitä edes suomalaisille lukijoille. Jos yhdyssanan venäjänkielistä vastinetta ei löydetty sanakirjasta, yhdyssana ”purattiin” osiin, joiden pohjalta luotiin venäjänkielinen vastine-ehdotus. Yleensä venäjänkieliset vastineet ovat informatiivisempia ja pidempiä, mikä tuottaa hankaluuksia mainostekstien kääntämisessä, koska käytettävissä oleva tila on ennalta määritelty. Osa termeistä, jotka esiintyvät *V otpuske* – matkailuesitteen sivuilla, ovat esimerkkejä yhdyssanoista. Termit pyrittiin kääntämään mahdollisimman täsmällisesti, mutta analyysia tehdessäni huomasin, että olisi ollut muitakin vaihtoehtoja välittää muutaman termin merkitys. Erisnimien välittäminen venäläiselle lukijalle osoittautui ongelmalliseksi. Kuten olen jo aikaisemmissa luvuissa maininnut, käännösohjeistuksesta ei keskusteltu, paitsi kerran kääntäjät ottivat puheeksi paikannimien välittämiseen liittyvät ongelmat. Projektivastaavan kanssa oli päätetty, että paikannimet välitetään siten, että alkuperäinen suomenkielinen sana laitetaan sulkeisiin venäjänkielisen

vastineen jälkeen. Tämän keinon oli tarkoitus helpottaa paikan löytämistä kartalta tai vaikkapa teiden varsilla olevista kylteistä. Hyvin tehokkaana keinona oli selittävien lisäysten käyttö. Niissä tilanteissa, joissa alkuperäinen nimi ei antanut lukijalle tarpeellista tietoa, päädyttiin jättämään nimi kokonaan pois ja korvaamaan se yleisnimellä. Tämä ongelma opetti minut pohtimaan tulevaisuudessa erisnimien kääntämiseen liittyvissä tilanteissa vaihtoehtoisia kääntämistapoja. *V otpuske* –matkailuesitteessä ei esiintynyt paljon realioita. Mielestäni tämä voisi viitata siihen, että matkailuesitteen alkuperäiset suomenkieliset tekstit oli suunniteltu suoraan venäläiselle lukijakunnalle.

Ekspressiivisen funktion välittäminen on keskittynyt adjektiiveihin. Käännettäessä pyrittiin säilyttämään alkuperäisten suomenkielisten tekstien monipuolisuus ja laadukas kielenkäyttö. Laadukkaat ja ammattilaisten ottamat kuvat tukevat matkailuesitteen sisältöä visuaalisesti ja esittävät yritysten palvelut todenmukaisessa valossa.

Operatiivisen funktion keskeisenä tarkoituksena on vastaanottajaan vaikuttaminen ja vetoaminen. Olen jakanut lukijaan vaikuttavat teksijät seuraaviin ryhmiin: otsikot, viittaukset lukijaan ja kohderyhmään ja te-puhuttelumuoto. *V otpuske* –matkailuesitteen otsikointi on melko suoraviivaista. Monet tekstin otsikot kertovat suoraan, mikä matkakohde on esiteltävänä. Matkailuesitteen sekä suomenkielisistä teksteistä, että venäjännöksistä löytyy sekä yleisiä viittauksia kohderyhmään ja viittauksia tarkasti määriteltyyn kohderyhmään eli venäläiseen matkailijaan. Luvussa 5.3.2 olevien esimerkkien perusteella tein päätelmän, että alkuperäiset suomenkieliset tekstit on alun perin suunniteltu venäjänkieliselle lukijalle. Niissä tulevat hyvin esiin viittaukset venäläiseen kohderyhmään. Matkailuesitteen suomenkielisissä teksteissä venäläistä lukijaa sinuteltiin, mutta venäjännöksissä teititeltiin. Teitittely on ominaista venäläiselle yhteisölle ja kulttuurille, joten näin näytetään kunnioitusta lukijaa kohtaan.

Matkailuesitteessä yhdistyvät kotouttamisen ja vieraannuttamisen strategiat. Kotouttamisella tarkoitetaan, että tekstiä muokataan tulokulttuurin odotusten ja normien mukaisesti. Vieraannuttavan käännöstävän avulla pyritään säilyttämään lähtökulttuuriin ja –tekstiin liittyvät ominaisuudet ja siirtämään ne tulokulttuuriin. Oittisen (2000: 279) mukaan kotouttaminen ja vieraannuttaminen eivät ole välttämättä toisilleen vastakkaisia strategioita, vaan ne voivat esiintyä jopa samassa teoksessa. Esimerkkejä kotouttamisesta ovat teitittely esitteen sivuilla ja erisnimien välittäminen transkription avulla. Esimerkkejä vieraannuttamisen ovat erisnimien välittäminen alkuperäisessä muodossa ja selittävien lisäysten käyttö.

Pro gradu -tutkielmani aihe osoittautui minulle erittäin hyödylliseksi ja mielenkiintoiseksi, ja tästä työstä sain tarpeellista ja täydentävää tietoa aiheesta. Opittujen tietojen ansiosta osaan

analysoida ja pohtia lähtötekstin tarjoamaa monipuolista sanastollista sisältöä eri näkökulmista ja tehdä käännösprosessin vaatimia ratkaisuja, joita osaan myös perustella käytännön lisäksi myös teorian näkökannasta.

Tämän työn ansiosta voin hyödyntää saamiani tietoja tulevissa käännösprojekteissa. Keväällä ja syksyllä 2014 osallistuin kielenkääntäjänä toiseen suureen projektiin, jonka puitteissa tehtiin venäläisille matkailijoille suunnattu matkailulehti. Lehden nimi on *Nash Joensuu (Meidän Joensuu)*. Lehti ilmestyy kaksi kertaa vuodessa, kesällä ja talvella ja se on sanomalehti Karjalainen Oy:n ja markkinointiviestintäyhtiön Idealmainos Oy:n yhteinen projekti. Lehti käsittelee Pohjois-Karjalan alueen ja Joensuun tarjoamia aktiviteetteja, ostosmahdollisuuksia, sekä antaa vinkkejä perheloman viettoon.

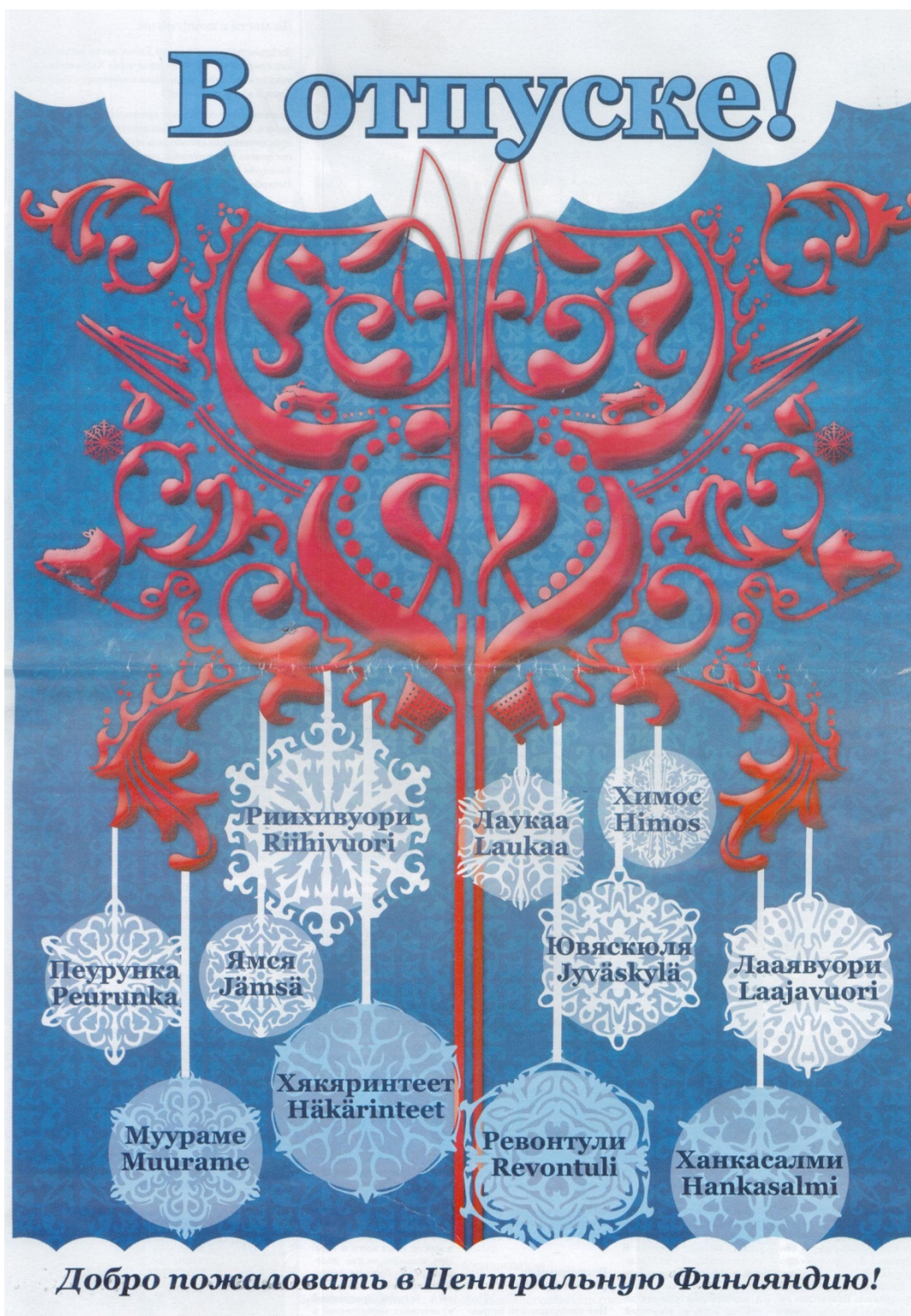
7 LÄHTEET

- Antti-Poika, Ines 2009: Helsingin matkailijan oppaan käännösprosessi. Pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopiston kieli- ja käännöstieteiden laitos käännöstiede.
- Fontanka.fi 2014 = Фонтанка.fi 2014: Больше всего россияне на новогодних праздниках потратят в Суоми. – <http://fontanka.fi/articles/16683/> 24.09.2014.
- Haapaniemi, Kati & Lukander, Tiina 1991: *Matkaesitteen kääntäminen saksankieliselle kuluttajalle. Lait, säännöt ja ohjeet*. Helsinki: Matkailun edistämiskeskus.
- Ingo, Rune 1990: *Lähtökielestä kohdekieleen*. Helsinki: WSOY
- Jermolovič, D.I. 2001 = Ермолович Д. И. 2001: *Имена собственные на стыке культур*. Москва: «Р.Валент». – <http://www.pseudology.org/Literature/ErmolovichImenaSobstvennyye.pdf> 05.09.2014.
- Jänis, Marja 2010: *Venäjältä suomeksi ja suomesta venäjäksi*. Helsinki: Kikumora Publications.
- KS = Kielitoimiston sanakirja. Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 166. Helsinki: Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone 2012. – <http://mot.kielikone.fi/mot/jyu/netmot.exe?motportal=80>
- Leinonen, Reetta Maria 2013: *Matkailuesitteen kääntäminen suomesta venäjään – venäläiset tekstilajikonventiot käännöksessä*. Itä-Suomen yliopiston filosofinen tiedekunta.
- Leppihalme, Ritva 2000: Kulttuurisidonnaisuus kaunokirjallisuuden kääntämisessä. – Outi Paloposki & Henna Makkonen-Craig (toim.), *Käännöskirjallisuus ja sen kritiikki* s. 89–105. Helsinki: Helsingin yliopiston käännöstieteellisiä julkaisuja I. Yliopistopaino.
- Middleton, Victor T. C 1997: *Marketing in travel and tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- MEK Matkailun edistämiskeskus 2004. Matkailuyritysten kansainvälistymisopas. 3. painos. Matkailun edistämiskeskus, Helsinki. www.mek.fi 06.03.2013.
- 2012: Matkailun trendejä maailmalta. – <http://www.visitfinland.fi/tutkimukset-ja-tilastot/trendit/> 23.09.2014.
- 2014: Katsaus majoitusliikkeiden yöpymisten kehitykseen. – <http://www.visitfinland.fi/tutkimukset-ja-tilastot/yopymistenn-kehityskatsaus/> 24.09.2014.
- Oittinen, Riitta 2000: Kääntäminen uudelleenlukemisena ja uudelleenkirjoittamisena. – Outi Paloposki & Henna Makkonen-Craig (toim.), *Käännöskirjallisuus ja sen kritiikki* s. 265–285. Helsinki: Helsingin yliopiston käännöstieteellisiä julkaisuja I. Yliopistopaino.
- Puustinen, Arja & Rouhiainen Ulla-Maija 2007. *Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja*. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Rajahaastattelututkimus 2013: Ulkomaiset matkailijat Suomessa vuonna 2012. – http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/05/2013-A173-Raja_2012.pdf?dl 24.09.2014.

- Reiss, Katharina & Vermeer, Hans 1986. *Mitä kääntäminen on: teoriaa ja käytäntöä*. Lyhentäen suomentanut Pauli Roinila. Helsinki: Gaudeamus.
- Ruokonen, Minna 2004: Schleiermacher, Berman ja Venuti: kolme teoreettista näkökulmaa vieraannuttamiseen. – Jorma Tommola (toim.), *Kieli, teksti ja kääntäminen. Language, text and translation* s. 63-80. Turku: Turun yliopisto.
- Sahlan, Anna 2007: *Harpyija, harppu vai haaskalintu. Sanastolliset käännösongelmat Dar'ja Doncovan dekkarin suomennostyössä*. Pro gradu -tutkielma Helsingin yliopiston käännöstieteen laitos venäjän kääntäminen ja tulkkaus.
- Tarasenko, Roman 2014 = Тарасенко, Роман 2014: Актуальный портрет российского потребителя. – <http://www.slideshare.net/rutarasenko/ss-33867866> 23.09.2014.
- Tiittula, Liisa 2011: Johdatusta kääntämiseen ja käännöstieteeseen. - <http://www.helsinki.fi/saksa/johdatustakaantamiseen/saksa-johdatustakaantamiseen.pdf> 14.06.2014
- Vehmas-Lehto, Inkeri 1999: *Kopiointia vai kommunikointia? Johdatus käännösteoriaan*. 2., korjattu painos. Helsinki: Finn Lectura.
- 2010: Termit kääntäjän näkökulmasta. – *Käännösteoria, ammattikielet ja monikielisyys. VAKKI:n julkaisut 37*. – http://www.vakki.net/publications/2010/VAKKI2010_Vehmas-Lehto.pdf 05.10.2014.
- Vehmas-Lehto, Inkeri & Titova, Elena 2003: Diskurssimaailmasta toiseen. – *Idäntutkimus 4*. – https://tuhat.halvi.helsinki.fi/portal/files/26250188/Diskurssimaailmasta_toiseen.pdf 17.09.2014.
- Vermeer, Hans J 1989: Skopos and comission in translational action. Andrew Chesterman (ed.), *Readings in Translation Theory* s. 173–187. Helsinki: Finn Lectura.
- Vlahov, Sergei & Florin, Sider 1980 = Влахов, Сергей & Флорин, Сидер 1980: Непереводимое в переводе. Москва: Международные отношения.
- Vuoristo, Kai-Veikko 2002: *Matkailun muodot*. Helsinki: WSOY.

LIITTEET

Liite 1. *V otpuske (Lomalla)* –matkailuesite



2 В отпуске!



За яркими зимними впечатлениями в туристический комплекс Химос

Различные зимние виды спорта, всевозможные варианты проведения досуга и первоклассные вечеринки в окружении великолепных природных пейзажей.

Самый крупный развлекательный комплекс Центральной Финляндии – Химос (Himos) – все больше и больше привлекает международных гостей. Химос – это семейное предприятие с более чем десятилетним опытом работы в сфере туризма.

Согласно современным туристическим исследованиям отдыхающие ценят отпуск, насыщенный впечатлениями. Близость к природе, компактность, чистота и безопасность также привлекают современных туристов, которые планируют отпуск согласно своим предпочтениям. Туристический комплекс Химос может похвастаться удобным расположением и богатой культурно-развлекательной программой.

Самый крупный горнолыжный курорт Южной Финляндии – Химос – на протяжении 27 лет предлагает свои услуги для любителей лыжного спорта.

Расположенная в непосредственной близости от горнолыжных спусков ХимосЛомат (HimosLomat) является самой крупной компанией в Центральной Финляндии, предлагающей широкий спектр возможностей для размещения и проведения отдыха. ХимосЛомат обеспечивает великолепный сервис уже 25 лет. Компания предлагает более 450 различных вариантов размещения: от вместительных апартаментов и вилл класса люкс. В самом центре комплекса откроется панорамное поле для гольфа. В добавок ко всему – насыщенная концертная и фестивальная программа.

Ежегодно курорт посещает огромное количество отдыхающих: в зимний период компания Химос Ломат раз-

мещает 150 000 человек, а в летний – 100 000. Эта цифра значительно возрастет, если включить в нее количество ежедневных посетителей горнолыжного центра.

Программа на любой вкус

На территории комплекса Химос расположен 21 горнолыжный спуск, а также поч-



ти 100-километровая сеть маршрутов для любителей лыжного спорта.

Помимо традиционных зимних видов спорта, гостей комплекса ждут другие разнообразные виды активного отдыха на лоне природы. В развлекательной еженедельной программе представлено небыстрое изобилие занятий и мероприятий как для детей, так и для их родителей. Среди самых популярных

такие развлечения, как сафари на снегоходах, езда на собачьих упряжках и экзотическое купание в проруби. После прогулок на свежем воздухе можно согреться в традиционной финской сауне «по-черному», а также побаловать себя в спа-салоне Пикку Спа (Pikku Spa).

Различные зимние мероприятия, организуемые ХимосСафарит (HimosSafarit) производят незабываемое впечатление на тех, кто любит приключения и скорость, или наоборот, предпочитает спокойную подледную рыбалку. Волшебный лес троллей с его секретами и другие развлечения, предназначенные для

ним на голодный желудок. В главном ресторане Тура (Тура) компании ХимосЛомат завтрак и обед накрыт в виде изобильного шведского стола, а меню à la carte ресторана представляет собой подлинное собрание лучших произведений кулинарного искусства, воплощенных в изысканных блюдах. Рестораны Литтери (Litteri), Луола (Luola) и Куйканкяккё-кота (Kuikankätkö-kota), обслуживающие своих посетителей на заказ, предлагают им отведать вкуснейшие яства в приятной обстановке. В пizzerии-баре Моно (Mono pub & pizzeria) можно заказать вкусную еду на месте или с собой, если захочется перекусить или пообедать в своем коттедже в кругу друзей или с семьей.

Несомненно, достойной посещению является Лосиная усадьба с рестораном Равинтола Хирвикартано (Ravintola Hirkvikartano), расположенная неподалеку, в окружении суровых северных пейзажей. Ресторан, предлагающий оригинальную традиционную кухню, способен удовлетворить блюдами из местных даров природы самых требовательных ценителей. Кроме этого посетители получат незабываемые уникальные впечатления, наблюдая за лосями, бродящими по специально огороженной территории в своей родной среде обитания.

За покупками и новыми впечатлениями

Вдобавок ко всему вы можете провести свое свободное время в двух аквапарках спа-отелей или в бассейне. Они расположены в 45 минутах езды от Химос или же в городе Ямса всего в 7 км. При желании можно посетить разнообразные торговые комплексы, ознакомиться с богатой программой культурных мероприятий в регионе.

До места с комфортом

До туристического центра Химос легко добраться как самолетом, так и поездом через Хельсинки, откуда налажено дальнейшее сообщение с городом Ямса и курортом Химос.

Транспортное сообщение происходит по железной дороге, а также обеспечено автобусами на заказ, арендованными автомобилями и т.п. Среди постоянно курсирующих популярных поездов – «Лев Толстой» (Москва-Хельсинки) и «Аллегро» (Санкт-Петербург – Выборг – Лахта – Хельсинки).



Зимняя программа ХимосСафарит на 2012–2013

- Рождественская программа
- Новогодняя программа
- Зимняя недельная программа 2.–13.1.2013
- Зимняя недельная программа 14.1.–14.4.2013
- Дополнительная программа
- Альпийский керлинг
- Гонки на санях
- Командные соревнования
- Купание в проруби
- Игра в городки
- Поход на снегоступах
- Поездки на снегоходах для взрослых и детей
- Сафари на снегоходах
- Аренда снегохода
- Кольцевая трасса IceWay
- Мир сауны
- Полоса препятствий
- Аренда: снегоступы, комплект для подледной рыбалки

Дополнительная информация:
www.himoslomati.fi/ohjelmapalvelut/aktiviteetit.html

Склоны

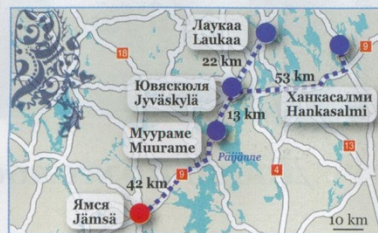
- 21 спуск + переходы (освещены и заснежены)
- склоны: Маунтин Дью Сноупарк
- Новинка! Расширены трассы "сноуборд-стрип" и "SnowRide"
- Максимальный перепад высот - 151 м
- Максимальная протяженность спуска - 950 м, Западная трасса - 1200 м

Подъемники

- 15 подъемников (2 с сиденьями)
- Пропускная способность - 18 920 чел/час
- 4 бесплатных подъемника для начинающих
- Лыжные трассы
- 20 км лыжных трасс (освещены 5,9 км)
- Сеть лыжни региона Ямса (100 км)

Горнолыжный центр Himosvuori Oy

Дополнительная информация:
www.himos.fi
www.himosholiday.ru
pub. +358 (0)20 711 9230



ХИМОС

Незабываемые впечатления для всей семьи!



Отдыхайте и наслаждайтесь зимой до мая месяца!
Свыше 20 склонов разной сложности: как для малышей и только начинающих, так и для заядлых лыжников.

Размещение в уютных номерах гостиницы и 450 различных коттеджей и виллах!
В незабываемых сафари на снегоходах: заячья охота и знакомство с Лосиной фермой.

Развлечения для всей семьи:
детская школа вождения снегоходов, приключения в лесу с Троллями и купание в проруби.

В многочисленных ресторанах предложены завтраки, плотные обеды и деликатесы à la Carte.
Химос Арена - превосходный ночной клуб открыт по выходным.

Отдых в День мужчин

Сафари на снегоходах и рыбалка
22.-25.2.2013 (пт-пн)

Женский праздник в Химосе

Игристое вино в холодильнике и букет роз...
7.-10.3.2013 (чт-вс)

Весенний отпуск на солнечных горных склонах!

2.-30.4.2013

См. спецпредложения:
www.himosholiday.ru

Всего лишь в 2,5 часах езды от Хельсинки и в 1,5 часах от Лахти



www.himosholiday.ru

 HIMOS
HOLIDAY

Химос Центр бронирования
тел. +358 (0)20 711 9204, +358 (0)20 711 9230
info@himosholiday.ru, himosholiday@himosholiday.com

B

vk.com/himosholiday



Новый гольф-комплекс Химос дает шанс для превосходных инвестиций в отдых и свободное время

Разнообразные зимние виды спорта, летние развлечения, выступления звездных исполнителей и знаменитых артистов, первоклассные гостевые дома и коттеджи, а также и незабываемые гольф-турниры в окружении роскошных природных пейзажей.

Расположенный в Ямса туристический комплекс **Химос (Himos)** и прилегающие к нему ближайшие окрестности предлагают взрослым и юным гостям региона отличные возможности для отдыха. Устройте самые лучшие каникулы для своей семьи!

Величественный пейзаж позволяет насладиться всеми красками лета, кристальной чистотой озерных вод, а также снежным круговоротом всевозможных зимних развлечений в безопасном и спокойном окружении. Приезжайте, и вы будете восхищены возможностями самого крупного горнолыжного курорта Центральной и Южной Финляндии, который радужно приглашает гостей со всех концов света.

Туристический комплекс Химос находится в самом сердце Финляндии, и благодаря своей развитой разнообразной туристической инфраструктуре является привлекательным объектом инвестирования.

В самом центре развлекательного центра Химос, предлагающего всевозможные варианты проведения досуга, создано полноценное гольф-поле, кото-

рое готово встретить своих первых игроков уже в июне 2013 года. Рядом с полем для гольфа находится современный гостиничный центр, состоящий из отдельных гостевых домов. На данный момент эти полностью готовые для комфортного размещения первоклассные виллы и апартаменты уже полным ходом принимают своих гостей. Кроме этих вариантов превосходного размещения, будут открыты еще двадцать новых апартаментов. Сейчас они находятся на стадии строительства.

Круглогодичный центр досуга привлекает сюда все больше и больше отдыхающих. Туристы могут развлечься в гостевых домах и апартамент-отеле, имеющих комфортабельные условия. Все это обеспечивает туристам незабываемый отдых.

Кроме этого, не только гости туристического комплекса, но и другие желающие смогут всегда подобрать для себя идеальный вариант гостиничного размещения в Химосе по подходящим це-

нам, будь то вилла или апартаменты. Великолепный сервис, который так по душе туристам, обеспечиваются компанией ХимосЛомат уже на протяжении более чем 20 лет.

«Этот проект по созданию гольф-комплекса изначально был значительным шагом в процессе развития круглогодичного международного туризма в регионе. Обеспечение высокого качества гольф-поля было предопределено еще на этапе проектирования и строительства. Оно опиралось на существующую в регионе инфраструктуру, поэтому мы ожидаем значительного увеличения ежегодного потока туристов и поклонников гольфа. Помимо этого, активная курортная застройка в окрестностях гольф-комплекса и значительные инвестиции в строительные проекты существенно увеличат объем размещения на территории вокруг гольф-поля в самый разгар курортного сезона», рассказывает исполнительный директор компании HimosResort Oy Ханну Мянтюхярью.

По краям нового великоколепного гольф-поля в течение ближайших лет будут возведены и открыты для гостей курорта примерно 300 коттеджей.

В рамках первого этапа строительных работ на территории комплекса Himos

Resort были построены первоклассные бревенчатые коттеджи производства компании Коитто из знаменитой лапландской сосны, площадью в 99 м², а также были построены непосредственно на месте парные апартаменты. В качестве решения для системы отопления в строениях выбран наиболее современный и экономичный, а также самый экологичный вариант – отопление за счет геотермальной энергии. Помимо этого, в каждом гостевом доме есть отдельный, накопительный теплоузел.

В Химосе проводятся и летние фестивали. Каждую неделю здесь можно увидеть на сцене знаменитых музыкантов. Сюда приезжают настоящие живые легенды мира музыки.

На сегодняшний день более 45 процентов от общего оборота компании HimosLomat Oy (ХимосЛомат) составляют доходы от мероприятий, организованных в летний сезон. В разнообразную программу культурных мероприятий летнего сезона входит настоящий горячий хит – самый знаменитый во всей Финляндии фестиваль, открывающий своим гостям уникальные традиции проведения знаменитого национального праздника Ивана Купалы. По-фински это праздник называется Юханнус-фестивали. Он ориентирован на взрослую

аудиорию. Также здесь проводится праздник шлягера «Искелья Фестивали», а также имеющий своих многочисленных поклонников в среде заядлых танцоров – фестиваль хип-хопа «Pirrefest».

Богатейшая культурная программа и аудиторию, превышающая по численности 300 000 человек. Кроме этого, Химос уже давно признан одним из лучших курортов Финляндии. По степени популярности и посещаемости он занимает

пятое место на территории страны. «Гости со всего света, проводящие свое свободное время на территории туристического комплекса Химос – это, в основном, люди со сложившимися требованиями к высокому уровню качества обслуживания. Они ценят хороший сервис и богатую культурно-развлекательную программу», говорит партнер компании Himos Resort Сергей Пейус.

По словам Сергея Пейуса, это рентабельный объект инвестиций. Еще надо отметить другие важные аспекты этого инвестиционного проекта: это географическое расположение и высокое качество объекта. Российские инвесторы, вкладывшие свои средства в проект, особенно оценили не только первоклассную готовую инфраструктуру нового гольф-комплекса на

Практически круглогодично каждый вечер в пятницу и в субботу можно собственными глазами увидеть выступления артистов, составляющих авангард современного искусства страны Suomi. В течение года на сцене комплекса Химос Арена проводится более 100 значительных культурных и развлекательных мероприятий. За этот год на культурных и развлекательных мероприятиях, организованных в летний сезон в туристическом



территории курорта Himos Resort. В нее входят бесперебойно функционирующие коммуникации и полностью готовые, качественно заасфальтированные дороги. Приятным дополнением является роскошный пейзаж, открывающийся взору у подножия горы Химосвуори.

«Трещина» спроектированные и оформленные апартаменты и виллы, высококачественные строительные материалы, а также роскошные интерьерные решения в комплексе с сервисом высокого уровня, без всякого сомнения, надолго останутся в памяти клиентов», продолжает свою мысль Сергей Пеус.

Развлекательная программа на любой вкус

Помимо традиционных зимних видов спорта на горнолыжном курорте, а также начинающего свою деятельность уже будущим летом гольф-комплекса, гостей туристического центра ждут другие разнообразные виды активного отдыха на лоне природы. Судите сами: прекрасно ухоженная лыжная трасса; почти 100-километровая сеть маршрутов, предназначенных для поклонников лыжного кросса, проходящая по самым живописным местам комплекса Химос; самые новые лыжи проложены по технологическим дорогам для обслуживающей гольф-поле тек-

ники, а также по окрестным как сафари на мотосажах, сафари и катание на собачьих упряжках, а также подлинная северная экзотика – купание в ледяной воде в проруби. Также гостей ждет и волшебный лес троллей. Тот, кто верит в сказки, неважно – взрослый это или ребенок – будет в восторге от этого леса.

После бодрящих прогулок на свежем воздухе можно обогреться в настоящей финской сауне «по-черному».

Кроме всего этого вы можете посвятить свое свободное время отдыху в аквапарках спа-отелей. Они расположены в городе Ювяскюля, в 45 мин. езды, или поплавать в бассейне г. Ямса всего в 7 км от Химоса.

В Ювяскюля есть разнообразные торговые комплексы, ожидающие поклонников увлекательного и выгодного шоппинга. Здесь же вас ждет богатая программа культурных мероприятий. Это настоящее удовольствие всегда доступно тем, кто ищет пиши для души и ума. Да и сам город Ювяскюля приятно

вас удивит: музеи, объекты искусства, отдых, шоппинг, чистый воздух и красивый ландшафт.

Деликатесы – венец удачного отпуска

В путешествиях так приятно делать кулинарные открытия! Узнать, каковы на вкус местные деликатесы, – это огромное удовольствие. К тому же, путешествие на голубой желудок – это вовсе не путешествие.

В главном ресторане Тура (Тула) компании HimosLomat Oy (ХимосЛомат) завтрак и обед накрыт в виде изобильного шведского стола, а меню à la carte ресторана представляет собой подлинное собрание лучших произведений кулинарного искусства, воплощенных в изысканных блюдах.

Рестораны Liiteri (Литтери), Luola (Луола) и Kuikankätkö-kota (Куйканкяккё-коча), обслуживающие своих посетителей на заказ, предлагают им отведать вкуснейшие яства в окружении уникального антуража. Эти кулинарные произведения способны удивить даже искушенных ценителей.

В пиццерии-баре Mono (Mono pub & pizzeria) можно заказать вкусную недорогую еду на месте или с собой, если вам вдруг захочется просто перекусить или плотно пообедать в тесном кругу друзей или с семьей, в своем коттедже.

Несомненно, достойным посещения объектом является Лосиная усадьба с рестораном Ravintola Hirvikartano (Равинтола Хирвикартано), расположенный неподалеку, в окружении суровых северных пейзажей. Ресторан предлагает оригинальную кухню: это меню, изобилующее блюдами из местных даров природы и дичи их окрестных лесов. Это деликатесы, ориентированные на ценителей традиционной северной кухни.

Кроме вкуснейшей еды посетители имеют уникальный шанс понаблюдать за парами местных лесов – лесами, спокойно бродящими по специально огороженной территории в своей родной среде обитания.

бокс фактов До места с комфортом

До туристического центра Химос легко добраться как самолетом, так и поездом через Хельсинки, откуда налажено дальнейшее сообщение с городом Ямса и курортом Химос.

Транспортное сообщение происходит по железной дороге, а также обеспечено автобусами на заказ, арендованными автомобилем

ми и т.п. Среди постоянно курсирующих популярных поездов «Лев Толстой» (Москва-Хельсинки) и «Аллегр» (Санкт-Петербург - Выборг - Лахта - Хельсинки).

Химос растет и развивается

Регион вокруг туристического центра Химос постоянно растет и

течение ближайших лет в окрестностях туристического комплекса на окрестных гольф-полях будет возведено почти 300 гостевых домов. Самые первые высококлассные бревенчатые коттеджи и парные апартаменты уже готовы к встрече своих гостей, а двадцать остальных домов находится в стадии активного строительства.



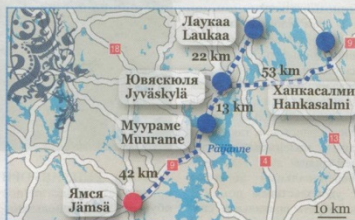
раз-

вивается.

Полноформатный гольф-комплекс Himos Resort будет открыт для поклонников этого популярного спорта уже в конце июня 2013 года. В

Himos Holiday

www.himosholiday.ru
тел. + 358 (0)20 711 9230
Himos Resort
www.himosresort.fi



Комфортный отдых в любое время года

Совсем рядом с горнолыжными спусками Химоса в июне 2013 года появится новая площадка для игры в гольф на 18 лунок. Рядом с ней строится элитный коттеджный посёлок, где вы сможете круглый год кататься на равнинных и горных лыжах, играть в гольф и наслаждаться прочими активными видами отдыха.

Участок или готовая вилла в Химосе?

Вы можете выбрать либо просто участок, либо готовую виллу. В любом случае комфортный отдых будет прямо за углом!

Для получения подробной информации, свяжитесь с нами:

Ханну Мянтыхарью
hannu.mantyharju@himosresort.fi
тел. +358 400 666 902

Сергей Пеус
sergei@peus.fi
тел. +358 40831794
Продажа участков/коттеджей

HimosResort
golf&ski

www.himosresort.fi

6 **В отпуске!**

На вершину, в Риихивуори!

Горнолыжный курорт Риихивуори (Riihivuori) предлагает активный отдых на прекрасных рельефных склонах, с которых открывается захватывающий вид на озеро Пайяанне. У нас 9 освещенных склонов длиной от 500 до 800 метров с перепадом высоты 120 метров. Восточные склоны курорта более пологие и достаточно широкие для безопасных тренировок, но их разнообразный профиль позволяет прекрасно развивать спортивное мастерство. Крутые северные склоны бросают вызов даже очень опытным горнолыжникам! Спуск 2 целиком предназначен для стрита и парка. На другой стороне склона - Юнупарк для начинающих, но тут найдется место и для опытных горнолыжников!

В этом сезоне пункт проката предлагает Вам более широкий выбор снаряжения, например, обновленное снаряжение Atomic и Burton как для начинающих, так и для опытных горнолыжников и сноубордистов, а также для самых маленьких любителей горных лыж. Наш профессиональный персонал с удовольствием поможет подобрать правильное снаряжение.



Школа РИИХИВУОРИ предлагает качественное обучение для горнолыжников и сноубордистов всех

уровней и возрастов под руководством опытных тренеров. Мы обновили курсы и расширили предоставлен-

ное обучение. В этом сезоне мы также предоставляем курсы для детей на русском языке.



Насладитесь потрясающим пейзажем в РИИХИВУОРИ. Вы можете любоваться красивым видом, отдохнуть, насладиться теплом горячего шоколада и жареных сосисок. Рестораны, коттеджи, раздевалки и многое другое находится наверху, на вершине горы. В

ресторане Риихикело можно вкусно пообедать всей компанией. На вершине склонов расположен коттеджный поселок, а также вы можете остановиться в новом современном мини-отеле Вуорикело.

Добро пожаловать на вершину, в Риихивуори!



Риихивуори - Вершина веселья!



Мини-отель Вуорикело и коттеджи предлагают почувствовать необычную атмосферу отдыха на самой вершине склонов.

В обновленном горнолыжном центре Риихивуори все склоны в изумительном состоянии!

- 9 склонов с которых открывается потрясающий пейзаж на Пайяанне
- Протяженность склонов 100-900 м
- Горнолыжным спортом наслаждаются как начинающие, так и опытные горнолыжники!
- Маленьким горнолыжникам предоставляется бесплатный детский склон, а также горка для катания на санках
- Рейлы и трамплины для горнолыжников любого уровня
- Рельефные склоны, бросают вызов тренированным горнолыжникам

Пункт проката предлагает широкий выбор снаряжения, например, Atomic и Burton как для начинающих, так и для опытных горнолыжников и сноубордистов

Лыжная школа Риихивуори предлагает качественное и интересное обучение

Лыжная школа обслуживает ежедневно в течении Рождественского сезона

Курсы лыжной школы стоит бронировать заранее:

hihtokoulu@riihivuori.fi или по тел. +358 (0) 50 433 5743



В Ресторане Риихикело есть возможность насладиться блюдами à la carte или деликатесами приготовленными на гриле. У нас также ежедневно, в течение сезона предоставлен шведский стол.

В кафе можно порадовать себя горячими напитками и сладостями.

26.12.12 – 8.1.13 Горнолыжный центр и ресторан открыты 10.00 – 20.00
(Кухня закрывается за полчаса до закрытия ресторана)

27.12. – 8.1. Ресторан Риихикело предоставляет шведский стол 11.00–15.00

Новый Год в Риихикело

- Новогодний шведский стол 18.00–21.00
- Фейерверк 00.00 • Ресторан открыт 00.00

Русское Рождество в Риихикело в В.с. г.

- Праздничный шведский стол 18.00–21.00
- Стол можно забронировать заранее

Мы обслуживаем в пункте проката и на склонах на русском языке.
тел. +358 (0) 10 4231251 (по будням 9.00–15.00) • info@riihivuori.fi • www.riihivuori.fi/rus

Добро пожаловать!

Дары властелина вод Ахти и яства хозяина лесов Тапио

Озёрная рыба, лесная дичь и лесные ягоды — основа финской национальной кухни, из которых создаются настоящие лакомства. Приятного аппетита!



Суп из копчёной ряпушки (4 порции)

8 картофеля
2 моркови
2 небольшие луковицы
2 ст. л. сливочного масла
2 лавровых листа
1 ч. л. соли
100 мл белого вина
1 л рыбного бульона
2 банки (каждая 210 г) копчёной ряпушки
200 мл сливок
1 ст. л. лимонной цедры
50 мл крошеного укропа

Очистите и нарежьте картофель и морковь кубиками. Очистите и измельчите репчатый лук.

Разогрейте масло в кастрюле и подрумяньте лук. Добавьте лавровый лист, соль, овощи и вино. Доведите жидкость до кипения.

Добавьте рыбный бульон. Доведите все до кипения и оставьте вариться на медленном огне до готовности овощей.

Добавьте в суп ряпушку, сливки и лимонную цедру. Доведите до кипения, но не варите. Проверьте солёность. Перед подачей добавьте в суп укроп.

Подавайте с поджаренным ржаным хлебом и маслом.

К копчёному и сливочному супу лучше всего подходит столовая вода, минеральная вода и легкое пиво типа лагер.



Жаркое из дикого кабана в чугунке (4-6 порций)

1 кг мяса дикого кабана
3 ст. л. сливочного масла
150 мл воды
1 кубик мясного бульона
2-3 моркови
2 луковицы
1 брюква
2 чесночных ноготка
10 ягод можжевельника
2 ч. л. соли
1 ст. л. порошка паприки
1 тертый имбирь
1 л воды
2 банки томатного пюре
2 ст. л. крахмала
2 ст. л. уксуса
1 ст. л. соевого соуса
сметана при подаче к столу

Нарежьте мясо кубиками. Подрумяньте треть мяса на сковороде в сливочном масле. Выложите подрумяненное мясо в чугунок и ополосните сковороду 50 мл воды. Вылейте воду в чугунок с мясом.

Разделите оставшееся мясо на две части, и выполните с ними описанные выше операции.

Очистите и нарежьте кубиками овощи. Поместите нарезанные овощи в чугунок с мясом. Добавьте приправу и воду.

Протушите содержимое чугунка на плите под крышкой в течение, по крайней мере, 45 минут. Тушите на медленном огне, чтобы не происходило лишнего испарения жидкости. При необходимости добавьте воду. Добавьте в чугунок то-

матное пюре, размешанный в небольшом количестве воды крахмал, уксус и соевый соус. Дайте содержимому чугунка потушиться еще примерно полчаса. В ходе тушения проверьте, чтобы не происходило лишнего испарения воды. При необходимости добавьте воду.

Подавайте с вареным картофелем и зеленым салатом. Ложечка сметаны придаст жаркому последний штрих.

К блюду подходит пиво, красное вино средней насыщенности и рюмочка водки.



Лапландский сыр (4-6 порций)

1 упаковка (350г) лапландского сыра
200 мл моршки (свежая или замороженная)
200 мл сливок

Нарежьте сыр на куски, соответствующие размеру порции. Выложите куски в форму для духовки.

Положите на сыр моршкку. Полейте сверху сливками.

Установите сыр в духовку и выпекайте при температуре 200 градусов в течение примерно 15 минут.

Посыпанный моршккой лапландский сыр подойдет в качестве десерта также и к торжественному столу.

Изысканность десерту из лапландского сыра придаст бокал шампанского или качественного игристого вина.

Где можно приобрести продукты для приготовления блюд по данным рецептам?

Озёрную рыбу можно приобрести в рыбных отделах хорошо оснащённых продуктовых магазинов круглый год. Рыба продается целной выпотрошенной, в виде филе или полуфабриката. Наличие некоторых видов рыб зависит от сезона. Консервы из озёрной рыбы продаются во всех крупных продуктовых магазинах.

Дичь, мясо дикого кабана и северного оленя продаются круглый год в крупных продуктовых магазинах обычно в замороженном виде. Лучший сезон для покупки мяса дичи — осень, тогда свежее мясо, например, северного оленя продается в мясных отделах. Если Вы заинтересованы в покупке особого вида мяса, то лучше всего обращаться в специализированные мясные магазины.

Финские свежие лесные ягоды можно купить с июня по сентябрь. Вне сезона ягоды продаются в замороженном виде.

Лучшие бренды

Выгодные цены




NORTH BEND **stuf** **adidas** **PUMA** **NIKE**

SAIL & SKI **LUHTA** **DIDRIKSONS 1913** **HALTI**
your way of life Grundsund SWEDEN

ICEPEAK **ICEBUG** **HELLY HANSEN** **RAISKI**

FISCHER **ONEWAY** **GIRO**

PELTONEN **SALOMON**



Sportia-Jyväskylä
Торговый центр Kauppakulma, Kauppakatu 2
40100 Jyväskylä
Тел. 010 281 0820
Часы работы: пн-пт 10-19, сб 10-16, вс 12-16



www.sportia.fi
JYVASKYLÄ

Мы открыты также 6.1.12-18

Курортный оазис в Ювяскюля



Отель Рантасипи Лааявуори (Rantasipi Laajavuori) города Ювяскюля со всей уверенностью можно назвать идеальным местом как для досуга, так и для проведения бизнес-мероприятий. Спа-отель находится в 4 км от центра города рядом с горнолыжными спусками Лааявуори, посреди чистой природы.

Строительство спа-комплекса на территории отеля было завершено в 2009 году. В бассейном отделении площадью 800 кв.м. расположе-

ны плавательный бассейн, холодный бассейн, различные джакузи, теплая лагуна, детский бассейн, несколько

массажных точек и бар. Для мужчин - сауны Korpisauha, Mökisauha и Citysauha, для женщин - Riususauha и Kristallisauha. Помимо этого здесь есть одна общая паровая сауна, а также 2 сауны на заказ.

Спа-комплекс предлагает разнообразные wellness- и fitness- услуги, такие как определение физического состояния тела, составление индивидуальных тренировочных программ, профилактическая физиотерапия, уход для лица и ног, расслабляющие ванны и массаж с

горячими камнями, а также различные физические занятия на улице и в зале. Кроме всего этого, всегда к вашим услугам тренажерный зал и уличная терраса. Из курорта открывается вид на великолепные пейзажи озера Туомиярви, на природу Лааявуори и на виднеющийся всего в нескольких километрах центр города.

Вход в спа-комплекс находится в непосредственной близости от стойки администратора. На этом же этаже можно посетить боулинг-зал с 6 дорожками, включающий в себя также и ресторан, и поиграть в очень популярный сейчас «сверкающий боулинг». Для удобства гостей все 196 номеров отеля были обновлены в 2008 году. В отеле представлен широкий выбор ресторанов, предлагающих насладиться вкусными блюдами и напитками, а также атмосферой ночной жизни. Для бизнес-клиентов отель предлагает 20 конференц-залов и 12 помещений для групповой работы: от комнат на 8 человек до аудиторий на 400 человек. Конференц-залы также прекрасно подходят для проведения выставок. Помимо всего этого, к услугам гостей - различные спортивные программы и оздоровительные процедуры.

Для детей в отеле оборудованы игровые комнаты и площадка на улице. Центр города Ювяскюля, находящийся недалеко от отеля, предлагает отличные возможности для шопинга и богатую культурную программу. Летом можно отправиться в увлекательный круиз по озеру Пайянне.

Отель гостиничной сети Рантасипи (Rantasipi), принадлежащей концерну Рестел (Restel), расположены в окружении красной природы и известны своим профессионализмом в области услуг по проведению конференций и собраний. Отель Лааявуори (Laajavuori) предлагает замечательные возможности для ведения бизнеса. Гости отеля могут сочетать работу и проведение деловых встреч с оздоровительным отдыхом. Помимо услуг, предоставляемых спа-комплексом, концерн Рестел заключил договор с профессионалами в области физиотерапии, косметологии, физической культуры и спорта, рассказывает региональный управляющий Юха Тийнен.

КОНТАКТЫ:

Гостиничный комплекс Рантасипи Лааявуори (Rantasipi Laajavuori)
Laajavuorentie 30,
FI-40740 Jyväskylä
тел. 014 628 211
+358 14 628 211
Отдел продаж:
тел. 014 628 300,
+358 14 628 300
E-mail:
laajavuori.rantasipi@restel.fi



НАСЛАДИТЕСЬ ОТДЫХОМ В СПА-КУРОРТЕ

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ в спа-отель Rantasipi Laajavuori! Разностороннее спа-отделение с особой атмосферой и расслабляющими тематическими саунами, в котором предлагаются также массаж и косметологические услуги. Свободное пользование спа и тренажерным залом во время проживания. Боулинг, разнообразные рестораны и просторные семейные номера, а также игровые комнаты для детей. Совсем рядом расположены великолепные места для прогулок, лыжни и горнолыжные склоны Лааявуори. В Новый год и Богоявление в нашем ресторане Salitintti будут проводиться вечера с праздничной программой.

Бронирование столиков по тел. (014) 628 200

Бронирование и дополнительная информация +358 (0)14 628 211 или www.rantasipi.fi

Laajavuorentie 30, 40740 Jyväskylä
laajavuori.rantasipi@restel.fi, www.rantasipi.fi

Rantasipi
KYLPLÄHOTELLI LAAJAVUORI



Горнолыжный центр Лаайис

Горнолыжный центр Лаайис (Laajis) – чудо посреди городских джунглей. Он находится всего в 4 км от городских развлечений – магазинов, ресторанов, кафе – в окружении красивых природных пейзажей. По соседству расположен спа-отель Рантасипи Лааявуори (Rantasipi Laajavuori). Благодаря близости к центру города Лаайис (Laajis) удачно сочетает в себе возможности для активного отдыха и развлечений.

На территории центра имеется 12 горнолыжных спусков и 6 подъемников. Сложность спусков варьируется от простых, предназначенных для новичков, до суперсложных или, так называемых, “черных”, которых здесь два. Из 12 склонов 9 освещены, поэтому катание возможно и в темное время суток. Лаайис (Laajis) предлагает прокат первоклассного горнолыжного снаряжения: горные лыжи, сноуборды, снегоступы, а также санки и ледянки.

Горнолыжный центр Лаайис (Laajis) уделяет большое внимание организации детского отдыха. Для маленьких покорителей вершин специально предназначены три склона и два подъемника, один из которых – летний – пользуется особой популярностью. Кроме это-

го, работают два бугельных подъемника, которые позволяют начинающим горнолыжникам тренировать свои навыки катания на лыжах и сноуборде. Дети могут также с удовольствием покататься на санках с горки.

Лыжная школа центра Лаайис (Laajis) предлагает индивидуальные и групповые занятия. Наши опытные и квалифицированные инструкторы помогут вам отшлифовать свои навыки! В магазине Ski Shop вы можете приобрести лыжи и все необходимые лыжные принадлежности нового поколения.

Gasthaus Laajis – замечательное место для отдыха и короткого перерыва. Здесь можно расслабиться за чашкой ароматного кофе или какао, а также насладиться бокалом пива или вкусным обедом перед тем, как вернуться на склоны. Обнов-

ленный Burger Laajis всегда был особенно популярен у маленьких посетителей. Детям всегда есть чем заняться в нашем кафе-ресторане.

Аренда лыж для прогулок по пересеченной местности даст вам прекрасную возможность познакомиться с красотами природы Лааявуори. Горнолыжный центр включает в себя 160-километровую сеть маршрутов, из которых 15 километров – с полным освещением. Состояние трасс проверяется ежедневно. Здесь присутствуют все необходимые указатели, самые важные из которых – на русском языке.

Лаайис (Laajis) особенно знаменит зимними видами спорта, но и летом здесь хватает занятий. Маршруты для езды на велосипеде по склонам или ровной местности являются одними из лучших в стране. Бесчисленные до-

рожки для прогулок по лесу и новое популярное поле для фрисби-гольфа обязательно привлекут вас летом в Лаайис (Laajis)!

К тому же всегда к вашим услугам всевозможные летние мероприятия города Ювяскюля, такие как круизы по озеру или рыболовные туры. Познакомьтесь с нами поближе летом!

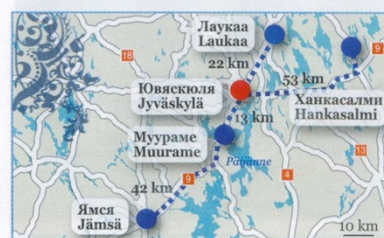
Дополнительная информация:

www.laajis.fi/ru
gasthaus@laajis.fi

Горнолыжный центр
Laajis Oy,
Laajavuorentie 15
40740 Jyväskylä

+358 207 436 436
(gasthaus)

+358 207 436 437
(пункт проката)





В этот Новый Год новая, интересная программа для детей, а также для взрослых.

Детская Елка в СПА-отеле Пеурунка

Приглашаем всех гостей отеля и региона Ювяскюля на Детский Новогодний праздник с Дедом Морозом, рыжеволосой Снегурочкой, обаятельной Бабой Ягой и... (все секреты не выдаем!). Вас ждут новогодние игры, шутки, танцы, песни и сладкие подарки! Праздник на русском языке.

Цена билета

- детям (2-14 лет) 45 €
- малышам (до 2-х лет) 10 €
- взрослым бесплатно.

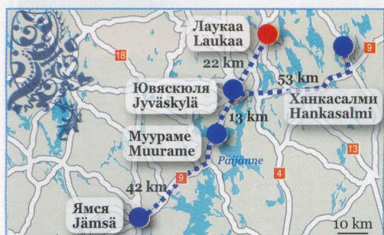
В цену билета входит сладкий подарок.

Расписание Елок в Пеурунка

- Вт 1.1.2013 в 15.00
- Пн 7.1.2013 в 11.00

Заказ билетов

Билеты нужно заказать и оплатить заранее, в службе продаж отеля Пеурунка: тел. +358 (0)20 7516300 peurunka@peurunka.fi



СПА-ОТЕЛЬ ПЕУРУНКА

Отличное место для отдыха

Курорт Пеурунка (Peurunka) приглашает Вас забыть о городской суете в уютном спа-отеле в самом сердце Финляндии 25 километров от Ювяскюля! У нас Вы сможете насладиться загородной природой и комфортом современных номеров отеля высокого класса, отведать изысканные блюда ресторана, ощутить омолаживающее воздействие СПА-процедур.

Пеурунка – это не только великолепный спа-отель, но также и спортивный центр, оборудованный по последнему слову техники. Благодаря уникальному месторасположению комплекса на берегу одноименного озера, вы также сможете в полной мере ощутить мощь природы и пьянящее чувство свободы. Окунитесь в мир наслаждения и отдыха спа-отеля Пеурунка в Финляндии! Спа-процедуры, аквацентр, финская сауна, экстремальные развлечения, гольф, катание на коньках и кёрлинг не оставят никого равнодушным, а отдых с детьми в спа-отеле Пеурунка непременно подарит Вам и Вашим близким самые теплые воспоминания. Для тех, кто едет к нам отпраздновать Новый Год или Рождество, мы заранее подготовили увлекательную программу торжества на все дни вашего пребывания в Пеурунка.

Чем заняться

Самая длинная в Северной Европе водная горка – 130 метров – а вы решитесь попробовать?

Комплекс оформлен в стиле "Космос" с созданием иллюзии невесомости. В тематическом аквапарке есть также детский бассейн, разнообразные души и множество джакузи. У нас можно: плавать как в настоящей природной реке, заниматься

водной физкультурой. Часть бассейна имитирует русло реки, и вы по желанию можете плавать как по течению, так и против течения. В самом бассейне находят надводные и подводные массажные точки. Сильные, нежные, легкие, изумительные пузырьки водного массажа сделают вас бодрым и вы будете чувствовать себя обновленным, полным жизненных сил человеком. Три точки массажа под водой, четыре надводных массажных точки, массирующих плечевой отдел, включая водопад. А для детей и совсем

Также в регионе Ювяскюля уже более 10 лет работает туристическое агентство «Tuulantei» для русских туристов. В Новогоднее время «Tuulantei» предлагает разнообразные экскурсии и мероприятия. Например: Экскурсия к финскому Деду Морозу, Йоулупукки, экскурсия в гости к Гномам, поездка в зоопарк Ähtäri, вечерняя поездка в планетарий Каллио и множество других активитетов в Варьола: езда на снегоходах, езда на оленях, рыбалка и многое другое.

Для более информации про-



даться вкусной и здоровой пищей, а также освежающими напитками. В меню вы найдёте вкусные салаты, свежие булочки, пиццу и популярные Немо-гамбургеры. На десерт мы рекомендуем мороженое. Бистро Немо работает также как бар при бассейне.

Рестораны

Хорошая еда – это путь к сердцу и сознанию, это решает все: хорошим ли будет Ваш отпуск, счастливой ли будет встреча с нужным человеком, получится ли деловая конференция или бизнес-собрание. По такому случаю Пеурунка предлагает разные рестораны, бары и кафе на любой вкус.

Где расположиться

Номерной фонд

Пеурунка представляет собой главное здание отеля, комплекс из одноэтажных таунхаусов Peurunka-riihi и Peurunkamäki, коттеджи класса люкс и новые апартаменты. Пеурунтахти расположенные на благоустроенной территории с прекрасным пейзажем, ландшафтным дизайном и живописным озером.

Не пропустите отличную возможность отдохнуть в Пеурунка! Присоединяйтесь и наслаждайтесь!

Контакты и бронирование

тел. +358 20 751 6300
Peurungantie 85,
FIN-41340 Laukaa,
Финляндия
тел. +358 20 751 601
Факс +358 20 751 602
www.peurunka.fi
peurunka@peurunka.fi

Чем питаться

Новый ресторан Бистро Немо

После визита СПА-бассейна, вы можете насла-

Ниже описываются 10 разных обычаев, манер, понятий и тем общения, которые помогают лучше понять финское общество.

1 Финны пунктуальны и ценят время. Они придерживаются назначенных встреч, предпочтительно с точностью до минуты, а опоздание более чем на 15 минут уже считается невежливостью, требующей извинения. Назначенного времени принято придерживаться и в частных встречах с друзьями и знакомыми. На транспорте опоздания поездов и автобусов – исключение.

2 Обращение на «ты» в Финляндии общепринято, не только среди друзей и знакомых, но и с незнакомцами, а также на работе. К обслуживающим людям обычно обращаются на «ты», вплоть до высшего руководства. В сфере обслуживания работники довольно часто обращаются к клиентам на «ты». Финны редко называют свои титулы, звания и названия профессий. Также обращение к собеседнику «господин» или «госпожа» является исключительно редким явлением. Русская практика употребления отчества в Финляндии вообще неизвестна. Самой распространенной формой приветствия в Финляндии является рукопожатие. Рукопожатием приветствуют как мужчину, так и женщину. Рукопожатие финна краткое и крепкое. Во время приветствия целоваться, в общем, не принято. Друзья и знакомые могут при встрече обняться, да и поцелуй в щеку тоже не редкость. Финские мужчины, здороваясь друг с другом, не целуются, особенно в губы.

3 В Финляндии два государственных языка – финский и шведский. Многие финны говорят на английском. Он является общепринятым в деловой жизни, а в некоторых международных финских фирмах даже рабочим языком. На русском говорят мало. Отношение финнов к словам и речи особенное: к словам относятся серьезно, и высказывания людей принимаются всерьез. Поэтому финны обычно ожидают того же и от других. «Светский разговор ни о чем» является для финской культуры относительно новым явлением. Устное обещание является в Финляндии обещанием. Финны умеют слушать и считают невежливым прерывать других. Их не перебивают паузы в разговоре.

4 По закону в Финляндии курение во всех общественных помещениях запрещено – на работе, в барах и в ресторанах. В частных квартирах курящих могут направить во двор, если курение на балконах в многоквартирном доме запрещено. Действие закона также распространяется на все виды общественного транспорта. Курение в помещении разрешено лишь в некоторых ресторанах или клубах, оборудованных специальной комнатой для курения, куда нельзя приносить напитки и еду. В остальных же случаях курить выходят на улицу. Несмотря на тенденцию к полной ликвидации гостиничных номеров для курящих, в некоторых

гостиницах Финляндии таковые имеются. Если номер для некурящих, то за нарушение правил курения грозит наказание в виде штрафа.

6 Собираясь в Финляндию на автомобиле, не следует нарушать правила дорожного движения – это может обойтись вам недешево, так как штрафы за превышение скорости в Финляндии довольно крупные. К тому же в Финляндии на дорогах множество камер видеонаблюдения. А неоплаченный штраф может стать причиной отказа в следующей финской визе. На центральных улицах городов Финляндии установлены камеры и ведется видеонаблюдение. Видеонаблюдение ведется также на станциях

метро, в торговых центрах и магазинах. Это позволяет следить за общественным порядком. Как правило, в метро и магазинах за видеонаблюдением следит охранник в специальной комнате. Видео записывается на жесткий диск и хранится там определенное время. Если охранник заметит какое-либо правонарушение, он непременно один или с напарником подойдет к нарушителю.

7 В Финляндии есть платные и бесплатные парковки. В центре города большинство парковок – платные. Стоянка оплачивается в парковоч-

ном автомате. Купленный билет стоит положить на видное место под лобовое стекло. В подземных парковках оплата производится, как правило, пластиковой картой при выезде. Бесплатные стоянки бывают либо без временных ограничений, либо с определенными на определенное время. В последнем случае необходимо пользоваться парковочными часами, на которых выставляется время пребывания, округленное до следующего часа или получаса. За неправильную парковку штрафует полиция или парковочные инспекторы, которых можно часто встретить в центре города. Поэтому, стоит иметь при себе мелочь для парковоч-

ных автоматов и парковочные часы, которые можно купить на заправочных станциях, в магазинах или киосках. Если вас все же оштрафовали, штраф необходимо оплатить в течение двух недель в любом банке Финляндии.

9 Сауны есть везде – в частных домах, на дачах, в гостиницах. Сауна посещается как с членами семьи, так и с друзьями или партнерами во бизнесе. Мужчины и женщины ходят в сауну вместе, но только внутри семья. Общие сауны, где мужчины и женщины парятся вместе, финской банной культуре не знакомы. В Финляндии нет отдельного банного этикета, но, например, в саунах гостиницы и в спа принимают душ до сауны. В купальниках в сауну нельзя ходить. Шапочки в сауне не практикуются.

10 Праздники в Финляндии свои – большинство из религиозного происхождения. Рождество в России считается религиозным праздником, который отмечают только верующие, а вся страна, с привычным размахом, празднует Новый Год, который и считается главным праздником года. В Финляндии же наоборот, Рождество считается самым главным, а Новый Год – второстепенным. После Нового Года, 2-го января, дисциплинированные финны сами уже спешат на рабочие места. Финны отмечают свои праздники спокойно. Поэтому, в Иванов день города стабильно пустеют и все магазины закрыты. Со Дня Ивана Купалы или Юханнус в Финляндии начинается сезон летних отпусков. До конца июля практически вся страна, если можно так сказать, уходит в отпуск. Туристам следует взять на заметку основные праздники Финляндии, когда в обычный рабочий день (в России) оказывается всеобщим выходным днем и все магазины закрыты в Финляндии.



Финские праздники

1.1. Новый Год

6.1. "Юшвайнен" "конец рождества"

Пасха (праздник с непостоянной датой, в апреле). Страстная пятница и второй пасхальный день понедельник – длинные выходные

1.5. Первая мая, традиционный праздник студентов и рабочих

День матери (второе воскресенье мая) Международный женский день (8 марта) не является в Финляндии выходным и обычно в семьях не отмечается

17.5. Праздник Вознесения

24.6. Иванов день или Юханнус

День всех святых – непостоянной датой в начале ноября

День отца (второе воскресенье ноября)

6.12. День независимости

24.–26.12. Рождество

8 Спиртные и вина продаются в Финляндии только специальным государством «АЛКО». Пиво для продажи в магазинах продуктов питания. Кроме ограничений на ввоз алкоголя, табачных изделий и крупных наличных сумм, таможня Финляндии установила некоторые правила, касаю-



Хякяринтеет

Лучшее место для семейного отдыха

Хякяринтеет (Häkärinteet), признанный лучшим горнолыжным центром 2008 года, всегда уделял особое внимание семейному отдыху.

Современные и просторные кафе-рестораны предлагают замечательную возможность насладиться вкусными блюдами и напитками.

На верхнем этаже для детей есть игровая площадка, которая включает в себя сухой бассейн с пластмассовыми шариками, двигающуюся космическую ракету, доску для рисования мелками.

Для детей постарше предусмотрены: большой телевизор с dvd-проигрывателем,

пинбол, а также компьютеры с беспроводным интернет-подключением.

Кроме того, у нас есть пункт проката, где вы можете найти качественное снаряжение, необходимое для активного отдыха. Магазины Skishop также к вашим услугам.

К многочисленному списку развлечений добавились недавно введенные в эксплуатацию тренажерный зал и хоккейная коробка.

Высококлассные коттеджи обеспечат комфортное проживание, а катание на санях на санках в Ластенмаа и забавные северные олени подарят вам незабываемые зимние каникулы в Хякяринтеет (Häkärinteet).

• Количество склонов – 13

• Максимальная длина склона – 800 м

• Черные трассы – 3

• Красные трассы – 2

• Синие трассы – 6

• Зеленые трассы – 2

• Snowpark – 2

• Ластенмаа (детская площадка) – 1

• Лыжные трассы (50 км + 3,8 км освещены)

• Хоккейная коробка

• Конькобежная трасса

• Походные маршруты

• Тренажерный зал

• Тапсевальский ресторан 6 км

• Сафари на снегоходах

• Пруд для подледной рыбалки

• Озеро Лохламми (Lohlammi) для ловли форели 15 км

• Рыбалка с гидом

• Спа-процедуры 50 км

• Торговые центры 30–50 км



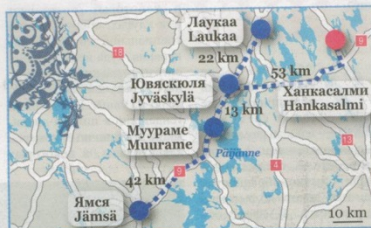
Хякяринтеет (Häkärinteet)

Pieksämäentie 262,
41520 Hankasalmi
(в парковке)
41580 Sauvamäki

тел. 040 300 2320

info@hakarinteet.fi

www.hakarinteet.fi



13 склонов
Длина склонов 100–800 м
5 подъемников

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ!

Проведите незабываемую неделю в обновленном горнолыжном центре Хякяринтеет (Häkärinteet). Занятий хватит как на склонах, так и за их пределами: катание на лыжах, скоростной спуск, прогулки на снегоступах, катание на коньках и поездки на снегоходах! Кроме этого вы всегда сможете насладиться вкусными угощениями в нашем ресторане.

Хякяринтеет
40 км
Миккели
95 км

Нäкä RINTEET

лучшее место для семейного отдыха уже 25 лет!

Дополнительная информация:
тел. +38 40 300 2320, www.hakarinteet.fi

Крытый картодром в Павильонки (Paviljonki)
Впечатляющие трассы. Впечатляющие гонки.

ВЫГОДНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ!
Почасовой заказ всего зала.
Включает в себя 4 заезда.
Никаких очередей.
Стоимость 500 евро (4-14 чел.)

JYVÄSKYLÄ Karting Center RACING

Uno Savolan katu 8
40100 Jyväskylä
тел. +358 10 666 8220
info@jklkarting.fi

www.jklkarting.fi

База отдыха Ревонтули

База отдыха Ревонтули (Revontuli), расположенная в Ханкасалми (Hankasalmi), предлагает своим гостям 20 коттеджей для размещения, ресторан на 1600 мест, отель, различные помещения на берегу для проведения собраний, сауны, летние домики, кемпинг, а также полнометражное поле для гольфа.

Ревонтули (Revontuli) находится на берегу чистейшего озера Исо-Вирмасярви, в окружении живописных природных пейзажей. Озеро Исо-Вирмасярви предлагает отличные возможности для рыбалки, в том числе и подледной.

В зимнее время по озеру проложена лыжня, которая начинается прямо от коттеджей. Кроме того, к вашим услугам горнолыжный центр Хяяринтеет (Häkärinteet), расположенный всего в 6 км.

Сауны с джакузи, находящиеся на берегу озера, можно забронировать для частного использования. Зимой после сауны все желающие могут окунуться в ледяную прорубь.



База отдыха Ревонтули (Revontuli) предлагает российским туристам:

Сауна на берегу озера и купание в проруби в уютной избе с камином можно приготовить угощения и провести замечательный вечер в кругу семьи и друзей.

Сауна «по-черному» и джакузи под открытым небом мягкий пар в сауне «по-черному», теплая джакузи и купание в проруби.

Катание на финских санках - Веселое времяпрепровождение для взрослых и детей!

Подледная рыбалка на озере Исо-Вирмас, самостоятельно или вместе с гидом. Все снаряжение предоставляется комплексом.

Зимняя рыбалка Подледная ловля радужной форели на Луккаринлампи. Рыбалка на порогах. Рыболовный гид - Петри Корхонен «ЭрасПете» (ErasPete) www.eraspete.com

Вечерняя программа: по субботам выступление местных оркестров с 21-02. Шведский стол накрывают каждый день.

В 6 километрах находится Хяяринтеет (Häkärinteet), где к вашим услугам горнолыжные спуски, катание на санках, прогулки на мотосажах, сафари на мотосажах. www.revontuli.fi



Revontuli

База отдыха Гольф

Гольф

- 18-луночное поле
- клубные тренировки
- спортивной площадки, на которой имеются тренажеры и бунгары

Коттеджи

- доступны круглый год
- расположены на первой линии в 4-6 километрах
- в каждом коттедже своя сауна
- возможность размещения для 100 человек

Отель

- 37 уютных номеров, часть из которых оборудована в стиле ретро
- в номерах имеются все удобства
- столовая, душная и раздаточная для организации торжественных банкетов
- конференц-зал на 30 человек

Ресторан

- бар
- для перекуса с барной стойкой
- предлагаются различные напитки
- разнообразный выбор блюд
- 24 часа

Pro Shop

- Зал «Ревонтули»
- размещение 20 человек
- Зал «Аврора»
- местность 100 человек
- соборная
- проектирование праздников
- музыкальные мероприятия
- кампинг
- скалодром

«Вирмасвилла»

- изба с камином для проведения собраний и праздников на 40 человек
- на втором этаже 6 постоянных номеров

Сауна «по-черному»

- парная на 30 человек
- для расслабления и для повышения стрессоустойчивости
- зимняя купальня в проруби
- «ва джару» - джакузи

Сауна на берегу

- изба с камином для проведения собраний
- размещение на 25 человек
- две отдельные сауны
- зимняя купальня в проруби
- гробовые носки на прокат

Кемпинг

- на территории размещены 200 мест
- разнообразные варианты размещения
- на два человека
- разнообразные строения
- «шале» для «чужих» животных
- домик для детей

«Драйинг»

- 13 номеров
- возможность размещения для 25 человек
- зал для собраний
- сауна

Lomakeskus Revontuli
Revontulentie 1
41500 Hankasalmi
tel. +358-14-9448 200
www.revontuli.fi

СКИДКИ

на одежду и обувь

до -50%

Обслуживаем на русском языке!

TOP-SPORT

одежда для любителей активного отдыха

ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР
KELJONKESKUS, KEUJO
Часы работы:
пн-пт 10-20, сб 10-18, вс 12-18
Скидки на товары по специальным ценам
WWW.TOPSPORT.FI

Добро пожаловать в Вихерляндию!

Крупнейший садовый центр Финляндии

Мы предлагаем широкий ассортимент качественных искусственных растений, выполненных из пластика, предметов интерьера, цветочных горшков и всего необходимого для сада-огорода. Во время шопинга вы можете вкусно пообедать в кафе-ресторане "Eeden". Добро пожаловать к нам!

В садовом центре находится фирменный магазин "Ииттала Аутлет", где вы можете приобрести изделия финского дизайнера для дома или в подарок.

Viherlandia

Вихерляндия
У счастья есть корни

Kammintie 6, 40520 Juväskylä
Тел. 010 617 1932 www.viherlandia.fi

Часы работы:
пн-пт 10-19
сб 9-16
вс 11-18

14 **В отпуске!**

Скидка 20% на бриллиантовые украшения и часы.

Kulta-Galleria Ailio
Kauppakatu 27, Ten. (014) 615 051. www.kulta-galleria-ailio.fi

Hirvitarha Raintola Himoksella

Ресторан **HIRVIKARTANO**
«Независимое впечатление!»

Авоинна:
28.12.2012-6.1.2013 klo 12-21
7.1.2013 -> ke-la 12-21

Heinäseläntie 381 +358 (0)400 488 779
42100 Jämsä info@hirvikartano.fi
www.hirvikartano.fi

Скидки от **20 до 50 %** на высококачественную детскую зимнюю одежду! Добро пожаловать за покупками!

♥ Marc O'Polo ♥ Claire
♥ Timberland ♥ Mayoral
♥ Lego ♥ Sucre d'Orge
♥ Ticket ♥ Kinderl...

Nelly-nalle

50-176 cm

Lukkolantie 29, 42100 Jämsä (Jämsä) Kauppakatu 35, 40100 Ювяскюля (Jyväskylä)
ср-пт 10-18, сб 10-14 пн-пт магазин не работает пн-пт 10.30-18, сб 10-16

МАГАЗИН МОБИЛЬНОЙ ТЕХНИКИ

Sonera
NOKIA
GARMIN.

brother.
at your side
acer

ОБСЛУЖИВАНИЕ КОМПЬЮТЕРОВ
ОБЩИЕ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ

Jämsän **PUHELINVARUSTE** KY тел. +258 20 720 9750, www.puhelinvaruste.fi
Jämsän **TOIMISTOVARUSTE** OY тел. +258 20 720 9760, www.toimistovaruste.fi

Koskentie 11, Jämsä бд 9-17.30

Фирменная одежда для женщин!

REPEAT ROSNER
ALANRED
MARELLA **MARC AUREL**

Часы работы: пн-пт 10-18, сб 10-15

UPTOWN
Kauppakatu 28 puh. 218 932
www.uptown.fi

Sanomalehti Keski-suomalaisen ilmoitusliite 1/2012

Кустантала: Sanomalehti Keski-suomalainen Oy
Paino: Lehtisepät Pieksämäki, 2012
Taitto: Outi Tuomainen, Mediasepät Oy
Tuottaja: Jaana Larsson, 0400 134 154

Kannen kuva ja grafiikat: Nina Huisman, Mustavaalke Oy
Käännöstyöt: Ksenia Zakharova, Maria Vert-Miller
Myynti: Hannu Rajala, 040 419 1342
Jakelupisteet: Kyryhotelli Laajavuori, Laajis, Kyryhotelli ja kuntoutus Peurunka, Häkärinteet, Lomakeskus Revontuli, Riihivuori, Himos.

У истоков красоты

Финские ягоды способствуют улучшению состояния кожи

Положительное действие финских лесных ягод на здоровье человека доказано исследованиями. Белое северное лето и холодная зима являются хорошими предпосылками для получения богатых питательными веществами ягод, содержащих огромное количество полезных для кожи соединений. Передовые технологии позволяют эффективно использовать ягоды в косметической промышленности, и собранные вручную финские лесные ягоды являются источником высококачественного сырья для косметической продукции.

Произрастающие в Финляндии ягоды содержат огромное количество ценных соединений таких, как, например, необходимые для нормального функционирования кожи жирные кислоты и антиоксиданты. Биоактивные соединения ягод поддерживают обмен веществ в организме, защищают кожу от неблагоприятного воздействия окружающей среды, способствуют восстановлению кожи, предотвращают преждевременное старение кожи и содействуют производству коллагена в коже.

Возможности использования ягод – поистине огромные, а их путь в разные продукты по уходу за кожей – многотысячный. Расположенные в Торнио северной Финляндии компания «Aromtech Oy» производит высококачественные масла из семян ягод, которые являются сырьем для косметической промышленности. Благодаря высокотехнологичному методу сверхкритической флюидной экстракции компания «Aromtech Oy» обеспечивает превосходное качество производимого из семян масла. В методе экстракции не используются химические растворители и термическая обработка, что обеспечивает высокое содержание в масле важных для ухода за кожей жирных кислот и витамина E.

На заводе в Торнио масло производится, в частности, из земляники, малины, черники, брусники, морошки и облепихи. Высококачественные финские масла

пользуются высоким спросом, и произведенными компанией «Aromtech Oy» маслами пользуются, в частности, такие международные производители косметики, как Estee Lauder и The Body Shop. Крупнейшим потребителем масел «Aromtech Oy» является финский производитель косметики «Lumene Oy». Компания «Lumene» уже на протяжении многих лет использует в производстве своих товаров природное сырье.

Выращенная из финской морошки клеточная культура используется в серии продукции «Lumene Excellent Future» Фотография Lumene.

Наряду с косметикой богатое питательными веществами масло используется также в пищевых добавках. Первым продуктом компании «Aromtech Oy» были капсулы Omega 7, содержащие масло семян и ягод облепихи. В этом году Omega 7 исполняется 15 лет, и продукт имеет большой успех во всем мире. За продвижение пищевых добавок на рынок отвечает компания «Valioarvinto Oy».

Новейшие технологии

Количество ухаживающих за кожей соединений в отдельных ягодах – незначительное. В решении этого вопроса на помощь косметической промышленности пришли новейшие технологии. Весной 2012 года производителем косметической продукции «Lumene Oy» в сотрудничестве с



Летнее дуновение ветра. Масло из семян финской земляники используется, в частности, в продукции «The Body Shop».

Научно-исследовательским центром Финляндии (VTT) была разработана новая технология ствольных клеток с применением финской морошки. С помощью новой технологии содержащиеся в морошке соединения можно производить в больших количествах экономически эффективным способом.

Технология ствольных клеток морошки была разработана исключительно только для компании «Lumene Oy», и выращенная из финской морошки клеточная культура используется в серии продукции «Lumene Excellent Future». Экстракт ствольных клеток морошки содержит мощные природные антиоксиданты, которые защищают ствольные клетки кожи от внешних факторов, вызы-



Ягодные масла компании «Aromtech» проходят лабораторный контроль качества. Содержащие каротиноиды масла имеют красную окраску (облепиха и морошка), другие масла – светлую окраску. Фотография Aromtech Oy.

вающих преждевременное старение.

Натуральные продукты – это актуально

Использование натуральных ягод и трав имеет продолжительные традиции, но основанная на дарах природы косметология пережила в последнее время настоящее возрождение. Натуральные продукты приобрели особую актуальность в косметологии. Наряду с «Lumene Oy» собранные в Лапландии финские натуральные травы и ягоды также для расположенной в Рованиemi компании «Detria Oy» – крупного финского производителя косметики. Компания активно занимается развитием продукции и исследовательской деятельностью, результаты которых вместе с использованием известных в народной медицине лечебных трав и ягод ложатся в основу продукции для ухода за кожей, в частности, серии «Natural Arbutin».

В продукции финских производителей косметики соединяются северная природа и современная технология. Ценные натуральные ягоды и лечебные травы перерабатываются с помощью передовой технологии в современную косметическую продукцию, отвечающую потребностям самых требовательных потребителей. Так создается природный эликсир для поддержания благосостояния Вашей кожи.

ВСЕ САМОЕ ИНТЕРЕСНОЕ НАЧИНАЕТСЯ В ХУТУНКИ

У нас вы можете найти для себя новое увлечение или заняться уже знакомыми видами спорта. Наш широкий выбор подходит для посетителей любого возраста. При желании всегда можно найти приложения для детей и развлечения для взрослых, как регулярные занятия, так и просто.

Какой вид спорта вас заинтересует?

Флорбол Бадминтон Сквош Скалолазание Теннис Боулинг

«СВЕРКАЮЩИЙ» БОУЛИНГ В КОМПАНИИ ДРУЗЕЙ!
Светящиеся дорожки и шары, а также отличная музыка к вашим услугам ср. 19-21, пт. 16-22 и сб. 17-22.

Спортивно-развлекательный центр Хутунки (Hutunki), Реполте 7, Уваккови, Ювяскюля
Бронирование: тел. 010 428 2200
hutunki@hutunki.fi, www.hutunki.fi

ЗАБРОНИРУЙТЕ ВРЕМЯ ЗАРАНЕЕ
WWW.HUTUNKI.FI

Hutunki

Добро пожаловать в наш магазин детской одежды!

Здесь вы найдете обширный ассортимент товаров для детей от известных брендов!
У нас вы также можете оформить такс фри. Распродажа начнется 27 декабря.

tutta
RUSKOVILLA s.Oliver KIVAT reima
LEGO wear ESPRIT racoor TICKET OUTDOOR

Saarijärventie 52, 40270 Palokka,
торговый центр Palokankauppakeskus
+35814244101
www.jesperjunior.fi

Часы работы:
пн-пт 9-20, сб 9-17, вс 12-17

Jesper JUNIOR

БАЛ-МАСКАРАД
Джузеппе Верди

РЕЖИССЕР-ПОСТАНОВЩИК – Юсси Тапола
МУЗЫКАЛЬНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – Ральф Киршер
ХУДОЖНИК-ПОСТАНОВЩИК – Анна Контек
ХОРЕОГРАФ – Айга Вуоланто

ИСПОЛНИТЕЛИ:
Олави Суоминен
Иенни Литтिला
Туркка Маннинен
Туула Паавола / Хелена Лехмускеро
Сусанна Туркала

ДНИ ПОКАЗА
Премьера 31.12.2012 19.00
Городской театр Ювяскюля

СТОИМОСТЬ БИЛЕТОВ:
48 € (пт) | 50 € (пт-сб)
85 € (Премьерный показ)

Продажа билетов:
• Касса Городского театра Ювяскюля, Ураudenkatu 36
• Билетная касса в Николайкулма (Nikolainkulma), Asemakatu 6
• www.lippu.fi

Симфония Ювяскюля | ОПЕРНЫЙ ХОР ЮВЯСКЮЛЯ
KESKI-SUOMEN ALUEOOPERA
www.jyvaskylanooopera.net

Lahtiset
Huopaliike Lahtinen Ay

www.lahtiset.fi

указатель с шоссе № 9.
Открыто пн-пт 9-16.
Адрес: Partalantie 267, 42100 Jämsä. тел. +358 (0) 14 768 017.

TIGER OF SWEDEN SAND GANT GERRY WEBER InWear sandwich Vackpot Stenströms. SELECTED Matinique Marc O'Polo COTTONFIELD PEAK


Pukumies

www.pukumies.fi
Торговый центр Torikeskus, 2 этаж, Ювяскюля TORIKESKUS

RADO SWITZERLAND

RADO SINTRA JUBILÉ
ENGINEERED IN HIGH-TECH CERAMIC

TIMANTTISET
Vehmas

16  В отпуске!


Грандиозная
распродажа
спорттоваров
Распродажа

Одежда, обувь,
лыжи,
спортивный инвентарь,
мячи для игровых
видов спорта,
ледовая
экипировка и
многое другое...



Распродажа

-40%

-30%

Скидки
уже до

-60%

-20%

-50%



Пуховики Etirel для
взрослых. Dahlia для
женщин, Damian для
мужчин.

99,50
(199,-)

Лыжные брюки
Etirel для взрослых.
Blanca для женщин,
Irus для мужчин.

64,50
(129,-)

Пуховики Etirel
для детей. Clarissa для
девочек, Clement для
мальчиков.

44,95
(89,90)

Лыжные брюки
Etirel для детей.
Jojo Jr для мальчиков,
Anja Jr для девочек.

29,95
(59,90)

(Скидки на товары по обычным ценам)

etirel®

**SPORT
TO THE
PEOPLE**

Intersport Tourula

Vapaaherrantie 2, 40100 Jyväskylä.
Тел. (014) 337 2050.

Часы работы: пн-пт 10-19, сб 10-16, вс 12-16.

INTERSPORT®