

Матеріали четвертої всеукраїнської науково-практичної інтернет конференції „Сучасний соціокультурний простір 2007” (20–22 вересня 2007). – К, 2007. – с.89–90

Філологічні науки. Актуальні проблеми перекладу
Скібіцька Олена Володимирівна
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

АДАПТАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕАЛІЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ.

Швидкий розвиток міжнародного туризму вніс значні корективи у мовну картину світу. Так, пропозиції туристичних послуг доступні в буклетах туристичних компаній, періодичних туристичних виданнях, по телебаченню, а також в Інтернеті. Це спонукає представників туристичної промисловості пропонувати свій продукт не тільки мовою оригіналу, але й мовою чи мовами цільової аудиторії, адаптуючи його до її вимог.

Електронний словник The trans-k Glossary of Translation and Interpreting Terminology надає наступне пояснення терміну “адаптація – зміна тексту з метою його відповідності різним цілям та розуміння цільовою аудиторією, регіоном чи країною. При перекладі адаптація може виконуватись, наприклад, перекладачем, редактором чи коректором. Адаптувати текст оригіналу чи текст перекладу, залежить від ситуації” [5].

Значну проблему для адаптації становить переклад так званої безеквівалентної лексики, до якої входять власні назви, скорочення, елементи розмовної лексики, сленгу та реалії. Саме на труднощах, які постають перед перекладачем при адаптації останніх, ми й зупинимось. Проблема перекладу безеквівалентної лексики досліджували науковці з різних країн світу [1, 2, 4], однак питання перекладу реалій, особливо з огляду на їх широке вживання в текстах туристичного характеру, було недостатньо висвітлене. Отже, **актуальність** даної статті полягає у необхідності дослідити прагматичні аспекти перекладу безеквівалентної лексики, зокрема реалій.

Метою даної статті є дослідження реалій в туристичних текстах та способів їх прагматичної адаптації при перекладі.

Реаліями є слова чи словосполучення, що відображають об'єкти (предмети, явища), характерні для однієї нації та не чужі для інших, навіть генеалогічно споріднених. Реалії відображають аспекти матеріального та духовного життя нації, її культурний та історичний розвиток. Така лексика звичайно не має точних еквівалентів у інших мовах. Приклади туристичних реалій можуть охоплювати різноманітні сфери існування тієї чи іншої нації від культурних чи релігійних традицій, їжі, свят до урядових установ та грошових одиниць (*kayak, kilt, pagoda, chateaux, ginger ale, bull's eye, fjord* тощо).

Цінність реалій полягає у відображенні ними інформації про історичний та культурний розвиток народу, його колориту та світогляду. Отже, при перекладі необхідно враховувати функціональну роль реалії та її інформативне наповнення з метою вірної її адаптації. Спорідненість реалій з власними назвами ускладнює їх розпізнавання та становить додаткові труднощі при адаптації. Деколи відрізнити реалію можна тільки за формальними, наприклад, орфографічними, ознаками, які також не є надійними. Тому, щоб визначити та відрізнити реалію від власної назви необхідно опиратись ще й на денотативне та конотативне значення слова чи словосполучення. Реалія відрізняється не тільки яскравим конотативним значенням, але й передачею культурного чи історичного колориту.

Методи перекладу реалій залежать від ступеня новизни тієї чи іншої реалії в мові оригіналу, а також від рівня її розповсюдження серед мовців цільової країни. Не останнє місце тут посідає також чинник перекладача та мета перекладу. Корунець І.В. [2] надає наступні способи перекладу реалій, котрі допоможуть перекладачу в процесі адаптації туристичних текстів: транскрипція чи транслітерація (*fjord – fiord*); транскрипція (транслітерація з наступним поясненням); описовий переклад; калькування з поясненням; дослівний переклад (калькування); переклад з допомогою семантичних аналогій.

Не завжди перекладач може зберегти реалію або підібрати еквівалент її в іншій культурі. Однак її опущення позбавляє текст перекладу автентичності та знижує його художню цінність порівняно з оригіналом.

Таким чином, ми розуміємо, що перекладач, працюючи з туристичними текстами, повинен приділяти значну увагу адекватній передачі реалій засобами мови перекладу. Прагматична адаптація відіграє тут важливу роль та вимагає від перекладача знань культури та історії не тільки народу мови перекладу, але й нації мови оригіналу. Методи та способи перекладу реалій можуть бути різними та у великій мірі залежать від вибору перекладача, але адекватність перекладу вимагає відповідної прагматичної адаптації текстів та їх лексичних складових.

Дане дослідження розглядає методи перекладу реалій, залишаючи осторонь інші елементи прошарку безеквівалентної лексики. Крім того, варто розглянути також способи та проаналізувати приклади адекватного перекладу та прагматичної адаптації реалій українського життя, відображених у туристичних текстах. Отже, перспективи подальших досліджень полягають у подальшому опрацюванні, вивченні та розвитку методів та способів перекладу не тільки реалій, але й інших видів безеквівалентної лексики, звертаючи увагу не тільки на англо-український, але й на українсько-англійський напрямки перекладу.

Література:

1. Антонюк С.М. Прагматична адаптація при перекладі (на матеріалі кінофільму “Family Man”).//Актуальні проблеми філології та перекладознавства. Збірник наукових праць. – 2007. – Ч.1. – с.13-16.
2. Корунець І.В.. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад). – Вінниця: Нова Книга, 2003 р. – 445 с.
3. Beaver, A. A Dictionary of Travel and Tourism Terminology. – Wallingford: SABI Publishing, 2005. – 409 p.
4. Newmark, P. Approaches to Translation. – New York: Prentice Hall, 1998. – 374 p.

5. The trans-k Glossary of Translation and Interpreting Terminology. – Ел.
pecып: www.trans-k.co.uk.