

СКІБЦЬКА ОЛЕНА ВОЛОДИМИРІВНА
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

ПЕРЕКЛАДАЦЬКА КРЕАТИВНІСТЬ ЯК СПОСІБ ПРАГМАТИЧНОЇ АДАПТАЦІЇ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ТУРИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ.

Розвиток будь-якої галузі промисловості нерозривно зв'язаний з розвитком науки, зокрема мовної. Міжнародний туризм є порівняно новим видом діяльності для пострадянського простору взагалі та для України зокрема. Його швидкий розвиток стає причиною росту діяльності різних сфер, особливо мовної, що, в свою чергу, позитивно впливає на співпрацю перекладознавців різних країн та обумовлює створення певних стандартів у перекладі. Значна доля тут припадає на фахову лексику, яка в туризмі межує та тісно переплітається з іншими сферами та терміносистемами, зокрема юридичною лексикою, лексикою маркетингу, медичною лексикою тощо. Крім того, багато слів повсякденного вживання набувають тут статусу термінів, що не може не вплинути на процес перекладу загалом.

Відомо, що методи перекладу науково-технічних текстів відрізняються від методів перекладу літературних текстів. Проте, оскільки туристичні тексти містять характеристики різних типів, перекладач у сфері туризму повинен володіти навиками перекладу всіх вищевказаних одиниць. Проблеми прагматичної адаптації текстів були розглянуті у ряді наукових праць [1, 2, 4, 6, 8, 10], проте переклад саме туристичних текстів не був достатньо висвітлений та не було розглянуто креативність як чинник, що має істотний вплив на адаптацію туристичних текстів під час перекладу. Все це обумовлює **актуальність** даного дослідження, яка полягає у необхідності ретельно розглянути та вивчити способи прагматичної адаптації туристичних текстів при перекладі, звертаючи особливу увагу на креативність та творчий підхід перекладача.

Отже, **метою** даної статті є дослідження креативності перекладача та її впливу на прагматичну адаптацію туристичних текстів при перекладі їх з англійської на українську мову.

Переклад туристичних текстів, як і будь-яких інших, ставить перед перекладачем цікаві та складні професійні завдання, залишаючи при цьому значне поле для творчості. Переклад загалом є репродуктивним актом, але з огляду на естетичну цінність та прагматичні аспекти тексту, туристичного зокрема, на перший план виступає креативність перекладача. Проте вона не повинна переважати інтенції автора тексту оригіналу. Перед перекладачем постає нелегке завдання – зберегти загальне художнє сприйняття, передати інтенцію автора тексту оригіналу та дотриматись якісних мовних характеристик цільової аудиторії. Необхідною умовою при цьому є

врахування системної різниці між мовою оригіналу та мовою перекладу, а також досконале володіння технікою та методикою перекладу. Не менш важливо врахувати прагматичний аспект перекладу, а, отже, пам'ятати про різне мовне та життєве середовище аудиторій мови оригіналу та мови перекладу, різні мовні ситуації та їх вживання, різні рівні двозначності та однозначності, різні рівні когезії, різні звичаї та засоби вираження емоцій і почуттів, різні види асоціативних та візуальних образів, вживання різних сталих виразів та кліше в подібних ситуаціях, різні стилістичні стандарти в однакових жанрах тощо. Фактично, про все те, що Ю. Найда назвала “динамічною еквівалентністю” [11].

Сучасна теорія перекладу особливо акцентує увагу на вивченні прагматичних аспектів перекладу, особливо перекладу різних типів тексту з оглядом на комунікативний намір автора тексту, контекстуальні особливості, прагматичні характеристики оригіналу, чинник адресата тощо [2, с. 354 – 369]. Отже, перекладач повинен враховувати прагматичний фактор для створення адекватного перекладу. Текст оригіналу адаптується до вимог цільової аудиторії, що, в свою чергу, стає причиною зміни інформації вихідного матеріалу. Проте зміст, а, отже, й інтенція автора повинна залишатись незмінною.

Зв'язок з читачем та споживачем туристичних послуг підтримується за рахунок передачі туристичного тексту засобами мови перекладу. При цьому текст повинен бути зрозумілим цільовій аудиторії для досягнення цілей, поставлених автором та підтримання впливу на читача. Цього можна досягнути з допомогою різних засобів, але домінуючими є лексичні та стилістичні. І саме вони вимагають зміни тексту оригіналу, прагматичної його адаптації з метою досягнення адекватності.

При перекладі туристичних текстів перекладач часто стикається з безеквівалентною лексикою. Прагматику тут створює пряме звертання до читача, пряма мова, яка містить велику кількість лексичних одиниць, що не мають відповідників у цільовій мові: власні назви, реалії, скорочення, ідіоми, цифри, одиниці вимірювання, написи та оголошення тощо. Саме такі одиниці стають основним завданням для прагматичної адаптації. Таким чином, значну роль тут відіграє креативність перекладача.

Необхідно все ж пам'ятати, що креативність теж має свої межі. Творчий підхід не повинен виходити за рамки сучасного перекладознавства, яке вимагає розглядати текст загалом та не забувати про принципи лінгвістики тексту. Таким чином, перекладачу, інтерпретуючи текст, слід докладати всіх зусиль, щоб передавати усі параметри та стандарти тексту незмінними (адекватно адаптуючи його згідно з вимогами цільової мови).

А. Н'юберт виділяє наступні вимоги до тексту [9]:

1. Основною є інтенціональність ідеї, яка «повинна підвести читача до кореляції між інтенцією (автора та перекладача) та текстом» [9, с. 72].

2. Прийнятність тексту з огляду на грецькі принципи (якість, розмір, зв'язок, зміст), яка також повинна узгоджуватись з відповідними жанрами в мові та культурі перекладу.
3. Надзвичайно важливою є ситуативність (локальний та темпоральний фон), адаптація тексту до цільової ситуації та цільового читача, знову ж таки, з оглядом на певні рамки.
4. Обсяг інформації, яку перекладач доносить до читача мови перекладу у вигляді подій, станів, процесів, об'єктів, осіб, місць та установ мови оригіналу, повинен відповідати функціональності та типу тексту.
5. Когерентність тексту в мові перекладу, тобто логічна структура тексту, часто змінюється з метою полегшення розуміння послідовності тексту на мові оригіналу.
6. Тісно зв'язаною з когерентністю є когезія, яка відображає когерентність на поверхневому рівні тексту, роблячи її видимою. Пропорції когерентності, відображені в перекладацьких засобах когезії, залежить від їх вживання у відповідному жанрі, так само як і від індивідуального стилю автора. Перед перекладачем таким чином постає досить складне завдання дотримання вірного рівня когерентності/когезії з метою передачі інтенції автора. Деколи краще залишати логічний зв'язок невидимим.
7. Інтертекстуальність, основана на попередньому досвіді перекладу подібних текстів, є важливим допоміжним засобом для перекладача у виборі інших параметрів тексту.

Вищенаведені параметри тексту відповідають класифікації Ньюберта, не притримуючись, однак, порядку важливості, запропонованого автором. Сюди також не входить «принцип ввічливості» Ліча [8], але всі принципи настільки широкі та всеохоплюючі, що часто їх важко відділити одне від одного.

Відомо, що переклад не є шаблонним процесом, він вимагає від перекладача прийняття рішень. Це відбувається вже на початковому, підготовчому рівні процесу перекладу. Так, перекладач повинен підібрати лінгвістичні засоби для передачі комунікативних факторів, які узгоджуються з різницею типів, структури, денотативного та конотативного значення, традицій та звичаїв. Інакше кажучи, врахування параметрів тексту є значною частиною тієї початкової фази, яка охоплює стратегічні рішення. Тільки після цього перекладач переходить до прийняття детальних рішень [5, с. 119].

Якщо бути точними, перекладацька креативність має місце в обох фазах перекладу, хоча “початкові рішення визначають пізніші” [4, с. 74], тобто детальні рішення контролюються стратегічними рішеннями та не виходять за їх рамки. Щоб бути адекватним, хороший переклад повинен мати вірну стратегію загалом (наприклад, вибір відповідних мовних засобів та мовного рівня) і в деталях, що узгоджуються зі стратегічними рішеннями. І

на адресу перекладача ніколи не прозвучать докори про сухий, неживий переклад, про те, що автор напевно вживав більш яскраву, насичену мову.

Для більш чіткого визначення рівня креативності перекладача, можна порівняти кілька варіантів перекладу одного й того ж тексту оригіналу.

Master the secrets of obtaining a visa (1).

It is generally known that many Western countries do not willingly issue visas to Ukrainian citizens (2). Nevertheless, obtaining a visa is still possible for Ukrainians – one need only follow several simple rules, which will help conquer the staff at embassies and consulates who delve into every detail when reviewing visa applications (3).

(I) Опануйте секретами отримання візи (1).

Загально відомо, що багато західних країн не надто охоче видають візи громадянам України (2). Та все ж українці мають можливість їх отримати – слід тільки дотримуватись кількох простих правил, які допоможуть завоювати серця працівників посольств та консульств, котрі прискіпують до кожної дрібнички при розгляді прохання на видачу візи (3).

(II) Віза: таємниці майстерності (1).

Не секрет, що багато західних країн доволі неохоче відкривають туристичні візи для громадян України (2). Однак одержати заповітну візу все-таки реально – для цього потрібно лише дотримуватись кількох простих правил, які допоможуть перемогти допитливих співробітників посольств і консульств (3).

Вищенаведений текст належить до публіцистичного стилю, стилю періодичної преси, а отже, передбачає вживання різних стилістичних засобів, розмовної мови та навіть жаргонних висловів [3]. Як ми бачимо, перекладачі застосовували однакові мовні рівні при інтерпретації тексту та приблизно однакову кількість стилістичних засобів. Загальна комунікативна інтенція автора передана, а ілюктивна сила залишилась незмінною. Що ж стосується креативності, очевидним є те, що перекладачі творчо підійшли до перекладу уривку, внісши в нього навіть елемент гумору та іронії. Так, у перекладі I перекладач застосовує метафору *завоювати серця*, перекладаючи дієслово *conquer*, а прагматичну ідіому *delve into every detail* перекладає *прискіпують до кожної дрібнички*. Заголовок статті калькується. У варіанті перекладу II перекладач адаптує заголовок для підтримання загального характеру тексту (злегка іронічного): *Віза: таємниці майстерності*, а також прагматично змінює структуру речення (3), використовуючи оригінальну метафору *перемогти допитливих співробітників посольств і консульств* для передачі *conquer the staff at embassies and consulates who delve into every detail*, перетворивши таким складне речення з двома підрядними у складне речення з одним підрядним. Як уже було сказано, дані трансформації не змінили ілюктивної сили тексту оригіналу та передали комунікативну інтенцію автора. Перекладацька креативність тут була уміло та помірно використана.

Проте не всі варіанти перекладу є однаково креативними та свіжими.

The Lobby Lounge (1).

Situated in the heart of the hotel, this is a haven of dining tables with luxurious sofas and lounge chairs around the onyx fireplace (2). Throughout the day, "Lobby Lounge" offers a wide selection of snacks and light meals (3). Afternoon tea is served featuring savouries, cakes and pastries, freshly baked by the skilful experts (4).

(I) Бар "Лоббі" (1).

В барі, що знаходиться у вітальні готелю, обідні столи, зручні дивани та м'які крісла розташовані навколо каміну з оніксу (2). Бар відкритий протягом дня та пропонує широкий вибір закусок та легких страв (3). Післяобідній чай подається зі свіжим солоним та солодким печивом і іншими кондитерськими виробами (4).

(II) Зал "Лоббі Лаундж" (1).

Розміщений в самому серці готелю, він є справжньою пристанню для бажаючих насолодитись обідом, сервірованим на столах, що оточують оніксовий камін та зручно розташуватись на розкішних диванах та комфортабельних кріслах (2). Протягом дня ви можете вибрати щось із запропонованого різноманіття легких закусок та страв (3). А по обіді вам запропонують чай з пікантними тістечками, кексами, тортами тощо, майстерно приготовленими найкращими професіоналами (4).

Даний текст, написаний в публіцистичному стилі, має на меті донести до читача певний зміст та спонукати його скористатись запропонованими послугами. Звичайно, для досягнення цієї мети переклад II є більш придатним. Він повністю зберігає комунікативну інтенцію автора та посилює ілюстративну силу тексту. Перекладач уривку I застосовує більш нейтральні мовні засоби та просто перераховує запропоновані послуги (I.2, I.3, I.4), донісши до читача комунікативну інтенцію автора, послабивши однак ілюстративну силу тексту. Таким чином, у перекладі I перекладач практично не застосовує творчий підхід, хоч і притримується всіх необхідних параметрів тексту. У перекладі II креативність перекладача є очевидною. Він не тільки додає більш стилістично забарвлену лексику (II.2, II.3, II.4), притримуючись все ж необхідних параметрів тексту, але й використовує інші засоби прагматичної адаптації тексту (передача непрямих мовленнєвих актів прямими, заміна констатива директивом тощо). Таким чином, очевидним є те, що творчий підхід, креативність перекладача в даному випадку є більш прийнятною для передачі комунікативної інтенції автора, а, отже, для кращої прагматичної адаптації вихідного тексту.

Розглянемо наступний туристичний текст та варіанти його перекладу.

Booking your cruise (1).

How do I make booking (2)?

To book your chosen holiday, contact your travel agent (3). The first named person on the booking (who must be at least 25) must complete and sign our

booking form (4). This must then be handed to the travel agent (5). You must pay a deposit of \$150.00 per person (6).

How will my cruise be confirmed (7)?

Providing your chosen holiday is available, we will confirm it over the telephone to your travel agent (8). Flight details may be confirmed at a later date (9). We will then send your travel agent Confirmation Invoice (10). A binding contract between us only comes into existence when we send out our Confirmation Invoice to your travel agent (11). A contract will exist at this point even if we are unable to confirm your flight details at that time (12).

(I) Бронювання круїзу (1).

Як зробити замовлення (2)?

Щоб замовити обраний тур, зверніться до туристичної агенції (3). Перша особа у списку бронювання, котра досягла 25 років, повинна заповнити та підписати форму (4). Після цього форма потрапляє до менеджера туристичної агенції (5). Також потрібно залишити передоплату в розмірі €150 з людини (6).

Як отримати підтвердження бронювання (7)?

При наявності місць на обраний тур, представник компанії робить усне підтвердження за телефоном туристичної агенції (8). Авіа переліт може бути підтверджений пізніше (9). Після цього компанія відсилає рахунок-підтвердження туристичній агенції (10). Контракт між компанією та замовником вступає в дію тільки після одержання туристичною агенцією рахунку-підтвердження (11). Контракт діє навіть якщо компанія ще не підтвердила авіа переліт (12).

(II) Бронювання круїзу (1).

Як забронювати круїз (2)?

Щоб забронювати обраний вами круїз, зверніться в своє турагентство (3). Особа, вказана першою в бронюванні (не молодше 25 років), повинна заповнити та підписати лист бронювання (4). При цьому вам необхідно також оплатити депозит за кожного вказаного у бронюванні пасажира (від \$250.00) (5).

Як я отримаю підтвердження бронювання (6)?

При наявності місць на обраний вами круїз ваше турагентство зробить для вас бронювання круїзу, отримає та видасть вам рахунок-підтвердження (7). Після отримання рахунку-підтвердження ви зобов'язані оплатити круїз у вказаний в рахунку термін, інакше він буде анульований і ви втратите депозит (8). Дана умова діє навіть при тимчасовій відсутності деталей авіа перельоту (9).

Текст належить до офіційного, ділового стилю мовлення. Тут очевидно є чітка когерентність тексту, яка дублюється також і у варіантах перекладу. Принцип відповідного відтворення термінів, наявних у тексті оригіналу, дотримується перекладачами обох уривків українською мовою. Так звана «сухість» офіційного стилю залишає мало місця для креативності

перекладача, вимагаючи все ж прагматичної адаптації. Так, у перекладі I прямі мовленнєві акти трансформуються у непрямі мовленнєві акти (I.6, I.8), а промісивні мовленнєві акти стають констативними у цільовому тексті (I.8, I.10, I.12). Також тут відбувається прагматична адаптація цифр: американський долар з тексту оригіналу стає євро (I.6) у варіанті перекладу I. Ілюктивна сила тут залишається незмінною, а комунікативна інтенція автора передана в повному обсязі. Переклад II також не відрізняється значною креативністю, але прагматична адаптація тут є більш явною. Перш за все, текст зазнав скорочень з метою полегшення сприйняття його читачем цільової аудиторії. Так, тут вилучена складна та непотрібна для рядового споживача туристичних послуг інформація про взаємовідносини між компанією-провайдером та агенцією-посередником (II.7), а також викладені основні умови договору замість звичайного посилання на нього (II.8, II.9). З точки зору прагматичної адаптації тексту задля спрощення передачі комунікативної інтенції автора даний підхід є більш вдалим, порівняно з перекладом I. Також перекладач адаптував цифру згідно з політикою туристичної агенції-посередника (II.5) (очевидно, включивши в суму депозиту вартість туристичних послуг агенції). Загалом, обидва варіанти перекладу мають право на існування, хоча варіант II здається нам більш вдалим з точки зору прагматичної адаптації тексту відповідно до потреб цільової аудиторії. Крім того, перекладач II застосував творчий підхід у процесі опрацювання тексту оригінал, що позитивно відобразилося на тексті перекладу.

Розглянемо наступний уривок туристичного тексту та варіанти його перекладу.

Key West, Florida (1).

Key West is a unique and tiny island, dotted with history, festivals and beaches (2). Be sure to catch the beautiful sunsets that shimmer over the Gulf of Mexico (3).

- *Set sail for the backcountry of uninhabited islands in the Florida Keys and kayak through unspoiled waters (4).*
- *Enjoy a walking tour through the heart of the Old Town of Key West while learning about historical highlights, all within two blocks of the waterfront (5).*

(I). Кі Уест, Флорида (1).

Кі Уест – крихітний та унікальний острів з багатою історією, фестивалями та пляжами (2). Обов'язково помилуйтеся заходом сонця над Мексиканською затокою (3).

- *Відвідайте один з безлюдних островів Флорида Кіс та не оминіть можливість поплавати на човні в чистих водах затоки (4).*
- *Прогулюючись центром старого Кі Уеста, що знаходиться на відстані двох кварталів від моря, пориньте в його історію (5).*

(II). Кі Уест, Флорида (1).

Кі Уест, хоч і крихітний, проте унікальний своєю історією, фестивалями та пляжами острів (2). Мерехтливі промені сонця, що заходить над Мексиканською затокою, залишать у ваших серцях незабутні враження (3).

- *Коли ви пропливатимете яхтою попри незаселені острови Флорида Кіс, побайдаркуйте в їх прозорих водах (4).*
- *Залишивши позаду море, приєднайтесь до пішої екскурсії стародавніми вулицями центральної частини Кі Уеста та дізнайтесь найцікавіші історичні факти острова (5).*

Даний туристичний текст є довідковим, публіцистичним і залишає достатньо місця для креативності перекладача. Оскільки комунікативною інтенцією автора є переконати читача відвідати запропоновану місцевість, у перекладача є широкий вибір стилістичних та мовних засобів для прагматичної адаптації тексту. Так, у перекладі I ми бачимо, що перекладач дотримався всіх необхідних параметрів тексту та зумів передати інтенційний зміст вихідного тексту. Проте ілюкативна сила перекладу послаблена порівняно з оригіналом, оскільки стилістичні засоби мови оригіналу не знайшли достатньо висвітлення у тексті перекладу. Так, перекладач уривку I вживає в основному стилістично нейтральну лексику (*catch the beautiful sunsets that shimmer over – помилуйтесь заходом сонця; set sail for – відвідайте* тощо) та проводить лише ту прагматичну адаптацію тексту, яка необхідна для адекватної передачі основних фактів. Також не зовсім адекватно передана реалія яка втратила при перекладі автентичне забарвлення та стала нейтральним, та навіть тривіальним виразом (*kayak through unspoiled waters – поплавати на човні в чистих водах затоки*).

Розглянувши переклад II, ми бачимо, що перекладач був більш вправним у використанні стилістичних та лексичних засобів та творчо підійшов до прагматичної адаптації даного тексту. Так, стилістично забарвлені вирази (*catch the beautiful sunsets that shimmer over – мерехтливі промені сонця... залишать у ваших серцях незабутні враження; set sail for – коли ви пропливатимете яхтою*) роблять переклад II більш відповідним до комунікативної інтенції автора. Переклад реалії є креативним та оригінальним (*kayak through unspoiled waters – побайдаркуйте в їх прозорих водах*). Таким чином, ми знову переконались, що креативність, творчий підхід перекладача відіграє неабияку роль при прагматичній адаптації тексту.

Наступний уривок туристичного тексту з прикладами його перекладу буде ще однією ілюстрацією рівня креативності підходу перекладачів.

Your Accommodation (1).

In Assisi our small family run hotel is in a quiet back street just off the town's main square (2). The view from its pretty terraced garden is wonderful (3). In Spello we spend 2 nights (4). The second day here can be taken as a rest day, or alternatively a circular walk is available (5). Albergo de Teatro is an elegantly restored 18th century building near the Augustus Gate (6). Its eleven well appointed rooms merit 3 stars (7).

(I). Проживання (1).

Наш невеликий сімейний готель в місті Асісі знаходиться в тихенькому провулку недалеко від головної міської площі (2). Вид з його тераси чудовий (3). В місті Спелло зупинка на 2 ночі (4). Другий день є вільним, або ж за бажанням можна замовити пішу екскурсію (5). Готель «Альберго де Театро» – оновлена споруда 18 століття, розташована біля воріт Августа (6). Одинадцять комфортабельних кімнат готелю відповідають рівню 3 (7).*

(II). Умови проживання (1).

В місті Асісі ми зупинимось в маленькому приватному готелі, що знаходить в одному з провулків недалеко від центральної площі (2). Вид з саду на терасі зачаровує (3). Дві ночі ми проведемо в місті Спелло (4). Другий день передбачений для відпочинку (5). За бажанням можна додатково замовити оглядову екскурсію (6). «Альберго де Театро» – елегантний готель, побудований у 18 столітті, нещодавно реставрований (7). Знаходиться неподалік Августових воріт (8). Кількість номерів – 11, зі зручностями, категорія – 3 (9).*

Даний туристичний текст також носить довідковий характер та є публіцистичним. Як ми бачимо, переклади практично однакові у використанні стилістичних засобів та способів прагматичної адаптації тексту. Креативний підхід перекладачів теж рівномірний. Переклад I все ж є більш художнім, перекладач не використовує туристичну термінологію (кімнат готелю, рівню 3* тощо) для адаптації даної статті. Непрямі мовленнєві акти мови оригіналу передаються непрямыми мовленнєвими актами тексту перекладу. Дотримуючись всіх вище згадуваних параметрів тексту, перекладач доносить комунікативну інтенцію автора тексту оригіналу до читача цільової аудиторії. Ілокутивна сила залишається незмінною. Перекладач уривку II використовує необхідну туристичну лексику при інтерпретації тексту оригіналу (замовити оглядову екскурсію, кількість номерів, категорія – 3*), передаючи комунікативну інтенцію автора та залишаючи ілокутивну силу теж незмінною. Непрямі мовленнєві акти тут теж передаються непрямыми мовленнєвими актами, однак кілька складних речень поділяються на прості (II.5 та II.6, II.7 та II.8) з метою полегшення їх сприйняття.

Таким чином, ми бачимо, що креативність перекладачів обох уривків є однаково достатньою для необхідної прагматичної адаптації тексту до вимог цільової мови.

Відомо, що раніше переклад вважався процесом стилістичної нейтралізації, але зараз поряд з певною модернізацією та кращими перекладацькими методами ми спостерігаємо збільшення рівня креативності, збагачення стилю перекладів [7, с. 11]. Це ж підтверджує вище проведений аналіз уривків туристичних текстів. З проаналізованих 5 уривків туристичних текстів на мові оригіналу та 10 варіантів їх перекладу креативний підхід перекладачів допоміг передати комунікативну інтенцію авторів текстів мови

оригіналу та в 9 випадках з 10 розглянутих залишив незмінною або збільшив ілюктивну силу при перекладі. Тексти перекладу читаються легко, однак перекладач все ж повинен пам'ятати, що елегантна креативність не повинна покращувати звучання тексту, навіть якщо перекладач обдарована, винахідлива та талановита людина. Все таки переклад – репродуктивна праця і це слід враховувати. «Надто креативні» переклади звичайно легко читаються, справляють необхідне враження, однак не відповідають вимозі адекватності.

Як ми бачимо, підняте питання є складним та важким. За словами І. Генцлера [4, с. 89], «Вимоги до перекладача є величезними; вони охоплюють компетенцію літературного критика, вченого-історика, лінгвіста та креативного художника. Не дивно, що оцінити їх нікому.»

Основними труднощами при перекладі туристичних текстів є широка різноманітність стилів їх написання. Отже, перекладач повинен бути знавцем та володіти досвідом перекладу текстів від науково-технічних до літературних. Проблема тут в різноманітності стилів, динамічності характеру мови, застосуванні різноманітних мовних рівнів. Дана ситуація тільки частково узгоджується з точними описами, основаними на загальних правилах. Щоб оцінити адекватність тексту оригіналу та тексту перекладу, необхідно враховувати як параметри тесту, так і описовий метод з креативним підходом.

Отже, перспективи подальших досліджень полягають у необхідності проводити загальний та систематичний аналіз перекладу туристичних текстів з урахуванням лінгвістичних принципів, що приведе до появи об'єктивних кількісних даних, які, в свою чергу прийдуть на зміну суб'єктивним враженням при оцінці якості перекладу та встановлять межі надмірної та неадекватної креативності.

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. Карабан В.І., Мейс Дж. Переклад з української мови на англійську мову. – Вінниця: Нова книга, 2003р. – 608 с.
3. Коптілов В. Теорія і практика перекладу. Навчальний посібник. – Київ:Юніверс, 2003р. – 280 с.
4. Genzler, E. Contemporary Translation Theories. – London-New York: Routledge, 1993. – 287 p.
5. Hervey S., Higgins I. Thinking Translation. – London: Routledge, 1992. – 328 p.
6. Hickey Leo. The Pragmatics of Translation. – Clevedon etc.: Multilingual Matters LTD., 1998. – 346 p
7. Knittlova D. On the Degree of Translator's Creativity.// Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Philosophica 73. – 2000. – p.9-12.
8. Leech G.N. Principles of Pragmatics. – London-New York: Routledge, 1983. – 236 p.

9. Neubert A., Shreve G.M. Translation as Text. – Kent:Ohio, 1981. – 260 p.
10. Newmark, P. Approaches to Translation. – New York: Prentice Hall, 1998. – 200 p.
11. Nida, E.A., Taber, Ch.R. The Theory and Practice of Translation. – Leiden, 1969. – 215 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ:

1. Круїз-2000. Літній відпочинок. Європа. – Чернівці, 2006
2. Круїзи по всьому світу. – London: Royal Caribbean International, 2004
3. Круїзний калейдоскоп. – Диліжанс-Тур: Одеса, 2005
4. Celebrity Cruises. – London: Celebrity, 2005
5. Pan Ukraine. Лето 2004. – К., 2004
6. Sherpa expeditions. Walking Worldwide. – Hounslow: Sherpa Expeditions, 2004

Summary

The paper sets out to investigate the influence of the translator's creativity on quality of tourism texts translation. Creativity is considered here as one of the means of tourism texts pragmatic adaptation in translation. Some abstracts from tourism texts and their translations are examined to investigate and compare the degree of translators' creativity.