

формальных подходов к изучению языка на протяжении длительного периода времени. Однако, с развитием функциональной лингвистики в течение последних трех десятилетий, показательной есть тенденция к установлению взаимосвязей между лингвистикой и переводоведением. В данной статье позиционируется мысль о необходимости и важности тесного взаимодействия теории перевода и лингвистики. Значительное внимание уделено также современным тенденциям преодоления разрыва между теорией и практикой перевода благодаря работе, проводимой в смежных областях лингвистики, таких как дискурсология, прагматика, семантика, когнитивистика и сопоставительное языкознание. Подчеркивается, что в ходе своего развития переводоведение в значительной степени переориентировалось от сугубо языковой модели перевода к контекстуально и культурно обусловленной.

Ключевые слова: переводоведение, лингвистика, межъязыковое общение, эквивалентность.

Іваницька Н.Б. Взаємозв'язок перекладознавства та лінгвістики: сучасні підходи.

Одна з головних цілей цієї роботи полягає в тому, щоб показати взаємозв'язок між лінгвістикою та перекладознавством та виявити, яку користь вони приносять один одному. Однією з причин відносного розмежування цих двох галузей мовознавства, мабуть, є домінування формальних підходів до вивчення мови протягом тривалого періоду часу. Однак, із розвитком функціональної лінгвістики протягом останніх трьох десятиліть, показовою є тенденція до встановлення взаємозв'язків між лінгвістикою та перекладознавством. У пропонованій статті провідною є думка про необхідність і важливість тісної взаємодії теорії перекладу та лінгвістики. Значну увагу приділено також сучасним тенденціям подолання розриву між теорією і практикою перекладу завдяки роботі, що проводиться в суміжних галузях лінгвістики, таких як дискурсологія, прагматика, семантика, когнітивістика та зіставне мовознавство. Наголошено, що в процесі свого розвитку перекладознавство значною мірою переорієнтувалося від суто мовної моделі перекладу до контекстуально і культурно зумовленої.

Ключові слова: перекладознавство, лінгвістика, міжмовна комунікація, еквівалентність.

Олена Ковтун
(Київ)

УДК 811.111+ 347.78.034

**СЛОВА-РЕАЛІЇ В ТУРИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ:
ЛІНГВІСТИЧНИЙ І ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧИЙ АНАЛІЗ**

Статтю присвячено комплексному лінгвістичному і перекладознавчому аналізу слів-реалій (на матеріалі текстів туристичної галузі). Переклад туристичних текстів відрізняється за формою, мовними засобами, яскраво вираженою комунікативною спрямованістю. У процесі перекладу туристичних текстів перекладачеві доводиться розв'язувати як лінгвістичні проблеми, зумовлені розходженнями в семантичній структурі й використанні двох мов у процесі комунікації, так і проблеми соціокультурної адаптації тексту. Слова-реалії слугують для номінації понять і явищ, що не мають точних лексичних відповідників у соціокультурних парадигмах інших мов. Труднощі перекладу реалій зумовлені: 1) відсутністю в мові перекладу відповідника (еквівалента, аналога) через брак у носіїв мови об'єкта, який ця реалія позначає; 2) необхідністю передання не лише предметного значення (семантики) реалії, а й колориту (конотації) – її національного та історичного забарвлення. Визначено основні способи відтворення слів-реалій у туристичних текстах: транскрипція, транслітерація, переклад функціональним аналогом, повне і часткове калькування, контекстуальний переклад, дескриптивна перифраза, комбінована реномінація, безперекладне запозичення і вилучення реалії.

Ключові слова: мовна реалія, туристичний текст, труднощі перекладу, прагматична адаптація, перекладацькі трансформації.

Постановка проблеми. Розвиток міжнародного туризму значно підвищив попит на переклад туристичних текстів, оскільки перше враження про країну, регіон, місто чи місцевість туристи здебільшого формують з інформації, яку одержують із перекладених туристичних

текстів – брошур, інформаційних листів, путівників, періодичних видань. Значні труднощі щодо забезпечення прагматичної адаптації туристичного тексту становить переклад безеквівалентної лексики (власні назви, скорочення, елементи розмовної лексики, сленгу, слова-реалії).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Безеквівалентна лексика була предметом аналізу мовознавців і перекладознавців. Науковці досліджували лінгвістичний статус слів-реалій (О. Бурбак), здійснювали компаративний аналіз безеквівалентних одиниць у близькоспоріднених мовах (А. Волошина), визначали шляхи компенсації безеквівалентної лексики і лакун (М. Кочерган). Проблеми відтворення безеквівалентної лексики загалом, та слів-реалій зокрема порушувалися в дослідженнях зарубіжних (С. Влахов, В. Комісаров, К. Райс, В. Россельс, А. Суперанська, С. Флорин, Є. Ширяєв) і вітчизняних учених (Н. Гуренко, Р. Зорівчак, І. Корунець, М. Кочерган, Н. Новікова). Окремі аспекти відтворення туристичних текстів були предметом уваги О. Скібіцької. Натомість відсутні дослідження, що пропонують цілісний лінгвістичний і перекладознавчий аналіз слів-реалій у текстах туристичного спрямування.

Мета статті – дослідження природи слів-реалій у туристичних текстах і розкриття особливостей їх відтворення в англо-українському та українсько-англійському напрямках перекладу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під туристичним розуміють будь-який текст, опублікований державним чи приватним органом, що має за мету надання інформації для туриста (мандрівника, відвідувача визначних місць), рекламу напрямку (країни, міста, готелю, ресторану тощо) та спонукання туристів відвідати його [6]. Туристичний текст виконує дві головні функції: інформативну та спонукальну, кожна з яких певною мірою виявляється в кожному окремому тексті. Таке твердження є справедливим як для тексту оригіналу, так і для тексту перекладу. Різниця в текстах може зумовлюватися особливостями потенційного реципієнта, його досвідом та знаннями. Науковці (А. Нойберт, К. Райс, Х. Фермеєр та ін.) зазначають, що для кожної культури потрібно створювати окремий туристичний текст.

Згідно з класифікацією К. Райс [5, с. 208-228], туристичні тексти зорієнтовані на звернення, а це, у свою чергу, зумовлює прагматичну адаптацію перекладного тексту, врахування здійснюваного ним впливу на цільову аудиторію. Електронний словник “The trans-k Glossary of Translation and Interpreting Terminology” подає таке тлумачення терміна: «адаптація – зміна тексту з метою його відповідності визначеним цілям і розумінню цільовою аудиторією, регіоном чи країною» [10]. Прагматика цільового тексту повинна слугувати для перекладача туристичного тексту основним чинником при прийнятті рішення щодо стилю перекладу. У цьому зв'язку подекуди виникає потреба в зміні чи адаптації інформації, що міститься в тексті оригіналу. Подібна адаптація необхідна не тільки через завдання тексту перекладу виконувати інформативну та спонукальну функції (перенасичені зайвою інформацією чи нечіткими даними туристичні тексти будуть неспроможні про щось поінформувати або когось у чомусь переконати), але й через потребу відповідати сподіванням та очікуванням цільового читача. Такі сподівання формуються здебільшого на попередньому текстовому досвіді читача, на інтертекстуальності, тобто на знанні читачем текстуальних конвенцій власної мови та культури. За спостереженнями О. Скібіцької, тексти оригіналу містять багато інформації з історії, архітектури, культури, мистецтва тощо, натомість тексти перекладу менші за обсягом порівняно з оригіналом і надають більше практичної інформації (часи роботи тих чи тих установ, центрів, закладів, адреси, телефонні номери, розклади руху транспорту тощо) [6]. Окрім цього, при перекладі туристичних текстів необхідно враховувати різницю в культурах із метою уникнення ситуацій, коли текст перекладу може бути грубим чи образливим для цільової аудиторії. Ще одне завдання перекладача полягає у виборі між дотриманням текстуальних конвенцій і стилю мови оригіналу або ж у вирішенні на користь стилю мови перекладу. Оскільки переклад туристичних текстів вимагає врахування впливу тексту перекладу на цільову аудиторію, дослідники наголошують на необхідності дотримання традицій цільової мови, забезпечуючи в такий спосіб ефективність комунікативного процесу та прагматичний вплив на читача. Існує думка, що потенційний турист морально готовий сприймати незвичний стиль туристичного тексту як можливість ближче ознайомитися з іноземною культурою. Водночас не слід переступати межу, за якою текст перекладу стає незрозумілим чи навіть комічним для цільової аудиторії [9, с. 37].

Значну проблему для адаптації туристичних текстів становить переклад так званої безеквівалентної лексики, до якої входять власні назви, скорочення, елементи розмовної лексики,

сленгу та слова-реалії. На труднощах, які постають перед перекладачами при адаптації останніх зупинимося докладніше.

Безеквівалентна лексика відображає національно-культурну своєрідність мови на лексичному рівні, називає поняття та явища у сфері певної культури, що не властиві іншим культурам. Як складова образності тексту безеквівалентна лексика створює емоційно-експресивний підтекст, пов'язаний з ідіотнічним компонентом значення, виступає своєрідною функціонально-сисловою домінантою тексту. Безеквівалентна лексика є в кожній мові, проте складає в ній не більше 6-7% від загальної кількості активно вживаних слів [4, с. 171]. Її поява зумовлена життєдіяльністю певного лінгвокультурного колективу та відбиває розбіжності між лінгвістично-понятійними кодами. Виникнення безеквівалентної лексики пояснюється також екстралінгвальними чинниками. А. Волошина зауважує з цього приводу, що «кожен етнос у процесі своєї життєдіяльності «олюднює» довколишнє середовище і вносить у нього специфічні риси. З плином часу виникають етнічно значущі предмети-реалії. У лексиці вони фіксуються словами-реаліями» [2, с. 57].

Реалією є слово чи словосполучення, що відображає об'єкти (предмети, явища), характерні для однієї нації та чужі для інших, навіть генеалогічно споріднених. Цінність реалій полягає у відображенні ними інформації про історичний і культурний розвиток народу, його колорит і світогляд. Така лексика звичайно не має точних еквівалентів в інших мовах. Туристичні реалії можуть охоплювати різноманітні сфери існування певної нації від культурних чи релігійних традицій, їжі, свят до урядових установ і грошових одиниць (*kayak, kilt, pagoda, chateaux, ginger ale, bull's eye, fjord* тощо).

У перекладознавчих працях лексема «реалія» як термін з'явився у 40-х роках ХХ століття. Його вперше вжив А. Федоров у праці «Про художній переклад» [7, с. 125], але для того, щоб позначити не лексему, а національно-специфічний об'єкт. У подальшому науковець уточнює дефініцію «мовна реалія» і трактує її як «слово, що позначає національно-специфічні реалії суспільного життя і матеріального побуту» [8, с. 220]. С. Влахов та С. Флорін трактують реалії як «слова і словосполучення народної мови, що відображають найменування предметів, понять, явищ, характерних для географічного середовища, культури, матеріального побуту чи суспільно-історичних особливостей народу, нації, країни, які, таким чином, постають носіями національного, місцевого або історичного колориту; точних відповідників в інших мовах такі слова не мають, а отже, не можуть бути перекладені «на загальних засадах», оскільки вимагають особливого підходу» [1].

Основні труднощі відтворення реалій пов'язують із: 1) відсутністю в мові-перекладі відповідника (еквівалента, аналога) через брак у носіїв мови об'єкта (явища), який ця реалія позначає; 2) необхідністю передати не тільки предметне значення (семантику) реалії, а й колориту (конотації), національного та історичного забарвлення [1, с. 89]. Окрім цього, при перекладі необхідно враховувати функціональну роль реалії та її інформативне наповнення.

Основною умовою адекватного відтворення реалій є їх глибоке знання перекладачем. Відтворюючи з іноземної мови текст, який відображає національно-культурні стереотипи людських відносин, звичаїв і подій, перекладачеві необхідно використовувати знання з рідної мови, уявляти, як були б названі ті чи ті явища, якби вони існували в житті його народу. Коли в перекладача правильне уявлення про реалію та її контекстуальне використання, йому легше знайти адекватний відповідник цієї реалії в перекладі [3, с. 84]. Переклад реалій залежить від ступеня її новизни в мові оригіналу, від рівня поширення серед мовців цільової країни, особистісного чинника перекладача та мети перекладу.

З метою пошуку оптимальних способів відтворення слів-реалій у туристичних текстах було проаналізовано періодичні видання «Меридіан» та «Панорама», що є супутніми товарами найбільших українських авіакомпаній. Статті, що пропонуються в зазначених виданнях, містять тексти туристичного призначення про англomовні країни, неанглomовні країни і Україну. У кожному такому матеріалі є слова-реалії. Було виокремлено три типи зазначених лексичних одиниць: 1) англomовні реалії, що відтворюються в україномовному тексті; 2) україномовні реалії, що відтворюються в англomовному тексті; 3) «іншomовні» реалії, що відтворюються в англomовному та україномовному текстах. Туристичні тексти були пов'язані здебільшого з історією, культурою, традиціями, кліматичними умовами, флорою і фауною тощо.

Аналіз вибірки засвідчив, що часто слова-реалії відтворюються безперекладним способом. Одним із них є **транскрипція**, яку розуміємо як механічне перенесення реалії з іноземної мови в мову перекладу графічними засобами останньої із максимальним фонетичним наближенням до оригінальної форми. Наведемо приклади:

Historic, "authentic" Greenwich Village lies west of Broadway, slightly to the north of Houston Street [22, с. 18]. – *Історичний, «справжній» Грінвіч-Вілідж лежить на захід від Бродвею, трохи північніше від Хаустон-стріт* [17, с. 16].

За серце красуні Розанди ... боролися найвідоміші кавалери..., найбільш імовірним кандидатом був чернігівський воєвода Мартин Калиновський [14, с. 69]. – *The most famous knights ... struggled for the heart of beautiful Rosanda. The most likely candidate was Chernihiv Voivode Martin Kalynovskiy* [20, с. 68].

Кажуть, коли молдавські бояри скинули з трону Василе Луну, він ... переховувався в будинку кам'янецького старости [14, с. 69]. – *They say that when Moldovian Boyars dethroned Vasile Lupu, he hid in the house of the Kamyanets Elder* [20, с. 70].

Вважаємо за необхідне зауважити, що відтворення реалій *воєвода*, *бояри* шляхом транскрибування в туристичних текстах, цільовим читачем яких є носій мови перекладу, може бути недостатнім. Транскрипція цих понять не розкриває їх лексичного наповнення, доречно в таких випадках застосувати комбіновану реномінацію.

Було відмічено поодинокі випадки застосування **транслітерації** при відтворенні власних назв, наприклад: *If you're interested in New York's artistic life... don't forget to visit Greenwich Village and Soho* [22, с. 16]. – *Якщо ж вас цікавить мистецьке життя Нью-Йорка... не оминіть увагою Грінвіч-Вілідж та Сохо* [17, с. 16].

Значна частина слів-реалій у текстах туристичної сфери відтворюється цільовою мовою перекладними способами. Відтак, у мові перекладу виникають неологізми, що можуть являти собою складні слова або словосполучення, інколи виникають семантичні неологізми, коли словам, що існують у мові-реципієнті надають нових семантичних значень. Одним із найпоширеніших способів перекладного відтворення слів-реалій у туристичних текстах є **калькування**, під яким розуміємо запозичення шляхом буквального перекладу слова або звороту з наступним складанням перекладених частин без будь-яких змін. Наведемо приклади:

As the proud resident of the Capital of the World say... [22, с. 14]. – *Як заявляють горді мешканці Столиці Світу...* [17, с. 14].

... майстри ... писанкарства, гончарної майстерності та травоплетіння [12, с. 46]. – *... masters ... [of] painting, pottery and herbal knitting* [24, с. 48].

Наведені приклади переконують у тому, що переклади, здійснені методом калькування, дають досить чітке уявлення про зміст відтворюваних мовних феноменів, при цьому конотативні відтінки подекуди втрачаються.

Поширеним способом відтворення слів-реалій у туристичних текстах є застосування часткового калькування, тобто **півкальок**, які трактуємо як нові слова / словосполучення, складені частково з власного мовного матеріалу, а частково – з матеріалу іншомовного слова, до прикладу:

Нижче стоїть Польська брама, що мала унікальну систему шлюзів [14, с. 70]. – *Lower, there is the Polska Gate, with a unique system of sluices* [20, с. 70].

Participants prepare for this "coffin rally" very carefully. Each coffin must look like an authentic work of art ... [21, с. 8]. – *До «труноралі» учасники готуються дуже ретельно, кожна труна виглядає як справжній витвір мистецтва ...* [15, с. 8].

Саме різдвяний вертеп передував виникненню у світі лялькового театру [12, с. 47]. – *The Christmas Vertep preceded the creation of puppet theatres elsewhere in the world* [24, с. 50].

У кожному з наведених прикладів частину реалії було перекладено, частина лишилася в «рідномовному» вигляді, зазнаючи лише незначних впливів фонетичної асиміляції.

Перекладачі туристичних текстів добігають **приблизного перекладу**. У таких випадках передається предметний зміст реалії (часто не дуже точно), при цьому колорит часто втрачається, оскільки відбувається заміна очікуваного конотативного еквівалента на нейтральний за стилем, тобто на слово або словосполучення з нульовою конотацією. Приблизний переклад, як свідчить аналіз вибірки, реалізувався в таких різновидах:

гіперонімічний переклад, переклад функціональним аналогом, дескриптивна перифраза. Наведемо приклади **гіперонімічного перейменування**, коли видове поняття мови-джерела передається родовим у мові-реципієнті.

*Greenwich village was a famous bohemian **neighbourhood** in New York during the second half of the twentieth century* [23, с. 14]. – Грінвіч-Вілідж – славетний богемний **район** Нью-Йорка другої половини ХХ століття [16, с. 16].

*Some **skiffs** have tents, should you want to spend the night floating* [19, с. 83]. – Ви можете навіть винайняти **човен** із наметом – на випадок, якщо вам захочеться провести ніч на борту [11, с. 83].

Аналіз прикладів свідчить, що перекладачі не змогли дібрати точного відповідника, бо в мові перекладу відсутні слова, що наповнені таким самим семантичним змістом. Англійське *neighbourhood* означає не тільки територіальну одиницю, але й вказує на сусідство, близькість до чогось. Реалія *a skiff* є видовими поняттями щодо українського *човен*, бо вказує на певні специфічні ознаки конкретного різновиду човна.

У перекладах туристичних текстів слова-реалії відтворювалися **функціональним аналогом**. Наведемо приклади:

*This super-luxurious hotel... is a true **Arabian Nights' Palace*** [18]. – Цей розкішний готель... виглядає справжнім **палацом з 1001 ночі** [13].

*Other features include a luxury spa that redefines the traditional **hamam bath**, a state-of-the-art gym and a roof space with lounge, café and pools* [18]. – Ще одна перлина готелю – розкішний **спа-комплекс, що по-новому задіяв традиційний турецький хамам, та сучасна тренажерна зала** [13].

*New York is a giant megapolis, a veritable "**concrete jungle**"* [23, с. 74]. – Нью-Йорк – велетенський мегаполіс, справжнісінькі **«кам'яні джунглі»** [16, с. 74].

Як бачимо, переклад за допомогою функціонального аналогу є достатньо поширеним способом відтворення слів-реалій у текстах туристичної тематики. Доцільною вважаємо заміну *Arabian Nights' Palace* на *палац з 1001 ночі*, оскільки відомі українському туристу з дитинства *казки 1001 ночі* дадуть чітке уявлення про розкіш і красу. В англійському варіанті турецької реалії, що позначає національний різновид бані, наголошується на тому що це є власне баня (*hamam bath*), українській варіант перекладу підкреслює походження реалії (*турецький хамам*). Не відбулося значних семантичних чи конотативних змін у передачі *concrete jungle* словосполученням *кам'яні джунглі*.

Дескриптивна перифраза застосовується в перекладі туристичних текстів тоді, коли реалія називається не прямо, а описово, через характерні її риси, тобто через описовий зворот, як-от:

*Jefferson Market Library ... survived until the present time along with its fabulous stained-glass windows, **portholes**, and clock tower* [22, с. 18]. – ... бібліотека Джеферсон-Маркет ... збережена до наших днів разом із казковими вітражами, **вікнами-бійницями** і годинниковою вежею [17, с. 16-17].

*Окрім місце в українській іграшковій «ієрархії» займають **ляльки-мотанки*** [12, с. 47]. – *Ukrainian **stringed puppets** occupy the most outstanding place in the toy "hierarchy"* [24, с. 50].

Дескриптивна перифраза є одним із варіантів приблизного перекладу безеквівалентної лексики. Слова-реалії у наведених прикладах не несуть значного конотативного навантаження, не є принциповим і збереження їх фонетичного звучання, відтак, перекладачі вдалися до роз'яснення семантичного значення слів-реалій описовими зворотами.

В окремих випадках перекладачі вдавалися до реномінації (транскрипції / транслітерації з наступним поясненням). Це досить ефективний, хоча й багатослівний, спосіб максимальної передачі семантики реалій, пов'язаний із лінійним розширенням тексту. Наведемо приклади:

*Особливо яскраво видно це в українському національному **вертені*** [12, с. 47]. – *This trait is readily apparent in the unique national **vertep** (the **Ukrainian movable puppet theatre**)* [24, с. 50].

*Famous **Oxonians** include 25 British Prime Ministers and not a few heads of foreign states* [19, с. 83]. – Серед знаменитих **оксонців** (так називають випускників Оксфордського університету) – 25 прем'єр-міністрів Великобританії та декілька керівників держав [11, с. 84].

Застосування комбінованої реномінації є доцільним у наведених вище прикладах. Без збереження слова-реалії (її транскрибування) було б утрачено національний колорит тексту, без тлумачення значення цих слів не було б досягнуто їх розуміння цільовою аудиторією.

Аналізуючи фактичний матеріал дослідження, відмітили випадки **контекстуального перекладу** слів-реалій, коли слово перекладалося не словниковим відповідником, а контекстуальним, логічно пов'язаним із ним. Зміст реалії передавався за допомогою трансформованого відповідним чином контексту, наприклад:

One of the great pleasures of a canal holiday is enjoying the friendly community spirit that prevails among canal folk [19, с. 83]. – *Однією з найбільших насолод, які дарує подорож каналом, є відчуття дружньої спільноти, створеної мандрівниками* [11, с. 83].

You may want to come ashore for a shopping spree on Union Street ... [19, с. 84]. – *Зійдіть на берег, аби присвятити час шопінговій терапії на Юніон-стріт ...* [11, с. 84].

У першому прикладі маємо реалії туристичного спрямування, пов'язані з подорожуванням англійськими річками. Зміст обох слів-реалій був би не зрозумілим без фонових контекстуальних знань – мова йде про відпустку, яка в гарній компанії може стати приємним досвідом вивченням «Liquid History» Англії. У другому прикладі вибір значення *терапія* для англійського слова *spree* зумовлений контекстуальними чинниками.

Насамкінець зазначимо, що подекуди перекладачі вдавалися до **вилучення реалії**, наприклад: ... *він разом з уже овдовою донькою та онуками переховувався в будинку кам'янецького старости на вулиці Трьох Хлібів, навпроти домініканського монастиря* [14, с. 69]. – ... *he and his then widowed daughter and grandchildren hid in the house of the Kamyanets Elder, near the Dominican Monastery* [20, с. 70].

Добігаючи такого прийому, перекладач може керуватися міркуваннями щодо важливості / неважливості реалії для загального розуміння цільовою аудиторією інформації, що перекладається. В аналізованому прикладі ця деталь не є важливою, відтворення реалії могло б обтяжувати текст перекладу.

У процесі роботи відмітили тенденцію до **перенесення реалій** із вихідної мови в мову перекладу в незмінному вигляді, як-от: *Hundreds of thousands of the city's residents and visitors gather in Times Square to see the bright neon ball to slide down the Times pole at exactly midnight, symbolizing the end of the old year and the beginning of the new* [22, с. 18]. – *Сотні тисяч жителів та гостей міста збираються на Таймс-сквер, щоб побачити, як опівночі зі шпилью Times скотиться яскрава неонова куля – символ закінчення старого року та початку нового* [17, с. 14].

Перекладачі туристичних текстів можуть вдаватися до такого способу передачі слова-реалії, коли воно 1) дуже відоме і не потребує перекладу, бо й так зрозуміле для цільової аудиторії; 2) коли у вихідному туристичному тексті зазначаються місцеві кафе, магазини тощо. У такому випадку туристу доцільно знати їх назву в оригінальному звучанні.

Висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок у визначеному напрямі. У відтворенні туристичних текстів необхідно приділяти значну увагу адекватній передачі слів-реалій засобами мови перекладу. Важливу роль відіграє прагматична адаптація, що вимагає знань культури та історії не тільки народу мови перекладу, але й мови оригіналу. Перспективи подальших досліджень вбачаємо у вивченні лінгвістичної природи інших видів безеквівалентної лексики в туристичних текстах і пошуку адекватних шляхів їх відтворення в перекладі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Влахов С.И. Непереваемое в переводе : монография / Влахов С.И., Флорин С.П. – М. : Высшая школа, 1986. – 384 с.
2. Волошина А. Безеквівалентна лексика близькоспоріднених мов: проблема семантичної структури // Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство). – Випуск XXVI. – Кіровоград: РВЦ КДПУ ім. В. Винниченка, 2000. – С.56–64.
3. Зорівчак Р.П. Реалія і переклад (на матеріалі англійських перекладів української прози) / Р.П. Зорівчак. – Львів, 1989. – 296 с.
4. Кочерган М.П. Загальне мовознавство : підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих закладів освіти. – К. : ВЦ «Академія», 1999. – 288 с.
5. Райс К. Классификация текстов и методы перевода / К. Райс // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. – М. : ИМО, 1978. – 299 с.

6. Скібіцька О.В. Труднощі при перекладі туристичних текстів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvchnu_gf/2009/Skibizka.pdf
7. Федоров А.В. О художественном переводе / А.В. Федоров. – Л., 1941. – 259 с.
8. Федоров А.В. Основы общей теории перевода / А.В. Федоров. – М. : Высшая школа, 1983. – 303 с.
9. Kelly D. The Translation of Texts from the Tourist Sector: Textual Conventions, Cultural Distance and other Constraints / D. Kelly // TRANS. – 1997. – № 2. – 106 p.
10. The trans-k Glossary of Translation and Interpreting Terminology [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.trans-k.co.uk/glossary.html>

Джерела ілюстративного матеріалу

11. Англійські річкові канікули // Панорама. – 2008. – № 7. – С. 82–85.
12. Де живе душа народу? // Меридіан. – 2008. – № 43. – С. 46-47.
13. Дивовижний Абу-Дабі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.flyuia.com/files/8-9_issue_preview.pdf
14. Легенди Кам'янця // Панорама. – 2008. – № 12. – С. 69-70.
15. Маніту-Спрингс // Меридіан. – 2007. – № 39. – С. 8.
16. Нью-Йорк: Місто, яке живе змінами // Меридіан. – 2007. – № 39. – С. 74.
17. Нью-Йорк: Спокуси великого яблука // Меридіан. – 2007. – № 39. – С. 12-17.
18. Amazing Abu-Dhabi [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.flyuia.com/files/8-9_issue_preview.pdf
19. English River Holiday // Панорама. – 2008. – № 7. – С. 82-85.
20. Legends of Kamyanets // Панорама. – 2008. – № 12. – С. 68-70.
21. Manitou Springs // Меридіан. – 2007. – № 39. – С. 8.
22. New York: Big Apple Temptations // Меридіан. – 2007. – № 39. – С. 13-20.
23. New York: The City That Lives By Always Changing // Меридіан. – 2007. – № 39. – С. 74.
24. Where does the soul of a people dwell? // Меридіан. – 2008. – № 43. – С. 48-50.

Ковтун Е. Слова-реалії в туристических текстах: лінгвістический и переводоведческий анализ.

Статья посвящена комплексному лингвистическому и переводоведческому анализу слов-реалий (на материале текстов туристической отрасли). Перевод туристических текстов отличается по форме, языковым средствам, ярко выраженной коммуникативной направленности. В процессе перевода туристических текстов переводчику приходится решать как лингвистические проблемы, обусловленные различиями в семантической структуре и использовании двух языков в процессе коммуникации, так и проблемы социокультурной адаптации текста. Слова-реалии служат для номинации понятий и явлений, не имеющих точных лексических соответствий в социокультурных парадигмах других языков. Трудности перевода реалий связаны с: 1) отсутствием в языке перевода соответствия (эквивалента, аналога) из-за отсутствия у носителей языка объекта, который эта реальия обозначает; 2) необходимостью передачи не только предметного значения (семантики) реалии, но и ее колорита (коннотации) – ее национальной и исторической окраски. Определены основные способы воспроизведения слов-реалий в туристических текстах: транскрипция, транслитерация, перевод функциональным аналогом, полное и частичное калькирование, контекстуальный перевод, дескриптивная перифраза, комбинированная реноминация, беспереводное заимствование и опущение реалии.

Ключевые слова: *слово-реалия, туристический текст, трудности перевода, прагматическая адаптация, переводческие трансформации.*

Kovtun O. Culture-Specific Concepts in Tourist Texts: Linguistic and Translational Analysis.

The article is dedicated to complex linguistic and translational analysis of culture-specific concepts (on the material of tourism industry texts). Translation of tourist texts differs from others in form, language tools, and a clearly defined communicative orientation. While rendering such texts a translator has to solve both purely linguistic problems caused by different semantic structures and features in usage of two languages in communication, and problems of sociocultural adaptation of the text. Culture-specific concepts are used to nominate concepts and realities that have no exact lexical equivalents in social and cultural paradigms of other languages. When translating culture-specific concepts a translator comes across such difficulties: 1) lack of equivalent (analogue) in the target language due to absence of the object that this reality indicates, 2) necessity to convey not only the denotative meaning (semantics) of the concept, but also its connotation – its national and historical coloring. The following ways of rendering culture-specific concepts in tourist texts were determined: transcription, transliteration, translating by functional analogue,

loan-translation, partial loan-translation, descriptive translation, renomination, contextual interpretation, shifting and omission.

Key words: *culture-specific concept, tourist text, difficulties of translation, pragmatic adaptation, translational transformations.*

*Ліліта Коккіна,
(Одеса)*

УДК 811.133.1'255:82-84 Сент-Екзюпері

КОГНІТИВНА СКЛАДОВА ПЕРЕКЛАДУ АФОРИЗМІВ ФІЛОСОФСЬКОЇ КАЗКИ «МАЛЕНЬКИЙ ПРИНЦ» А. ДЕ СЕНТ-ЕКЗЮПЕРІ

Стаття присвячена дослідженню когнітивної складової перекладу афоризмів, на матеріалі філософської казки «Маленький принц» А. де Сент-Екзюпері. Актуальність даної роботи залишається незаперечною, оскільки всебічний аналіз передачі творів всесвітньо відомих авторів різними мовами, особливо в час швидкого розвитку інформаційних технологій, є достатньо важливим. Компаративний аналіз перекладів, виконаний в межах семіотичної моделі рівнів еквівалентності, дозволяє проаналізувати використані трансформації та ступінь повноти передачі авторської інтенції. Високий професійний рівень перекладачів Н.Галь, Л.Кононовича, А.Перепаді став передумовою того, що значну кількість речень з казки було, з роками, перетворено на афоризми та сталі вирази. Два переклади українською, та один російською мовами, є достатньою базою для порівняння різних перекладацьких преференцій «тлумачів» при передачі франкомовного тексту. Творіння на межкультурній межі, вдала спроба накладання двох картин світу, без додання зайвих, нових соціокультурних елементів, жодної втрати щодо тексту-оригіналу призводить до повного його відтворення для іншомовних читачів.

Ключові слова: *переклад, рівні еквівалентності, перекладацькі трансформації, афоризми, когнітивність.*

Постановка проблеми. Основою для статті стала відсутність серед сучасних досліджень в царині перекладознавства компаративного тримовного аналізу перекладу афоризмів А. де Сент-Екзюпері. Важливість очікуваних результатів вивчення когнітивної складової процесу перекладу зумовлено стрімким розвитком науки про переклад та загальною тенденцією до міждисциплінарних штудій.

Аналіз досліджень. На відміну від значної кількості досліджень, присвячених особливостям та правилам передачі іншою мовою, наприклад, фразеологізмів, прислів'їв, тощо, ретельних розробок стосовно засобів відтворення французьких афоризмів українською та російською мовою нараховується значно менше. Серед дослідників останнього десятиріччя, які частково розглядали актуальне питання: І.С. Алексєєва, Н.К. Гарбовський, О.В. Двойніна, Ю.В. Піввуєва.

Метою статті є висвітлення отриманих результатів дослідження когнітивної складової перекладу виразів з філософської казки «Маленький принц» А. де Сент-Екзюпері, що стали афоризмами. Матеріалом для вивчення було обрано три здійснених переклади: два українською та один російською мовами.

Виклад основного матеріалу. Дослідження когнітивної складової здійснених перекладів філософської казки «Маленький принц» А. де Сент-Екзюпері не може бути визнано новаторським напрямком у мовознавстві. Натомість, актуальність даної роботи залишається незаперечною, оскільки всебічний аналіз передачі творів всесвітньо відомих авторів різними мовами, особливо в час швидкого розвитку інформаційних технологій, є достатньо важливим. З огляду на прогресуючу можливість доступу Читача до інформаційної бази будь-якими мовами світу в мережі Інтернет, його знайомства з творами в оригіналі і перекладі, здебільш гостро постає питання якості перекладів. На жаль, останнім часом, все частіш, можна почути негативні відгуки про сучасні книги, які, можливо, колись становитимуть золотий фонд свігової скарбниці літератури. Справа у тому, що, у більшості випадків, їх читають на сайтах, що пропонують не завжди професійно виконані, переклади, що передують офіційним виданням книги. Читач