



# МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ ЯЗЫКОВ

---

---

DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.3.6>

UDC 81'255.4  
LBC 81.18

Submitted: 19.09.2019  
Accepted: 27.03.2020

## COGNITIVE BASIS OF MAKING CREATIVE DECISIONS IN TRANSLATION ACTIVITIES

**Anastasia V. Kolmogorova**

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia

**Elena V. Chistova**

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia

**Abstract.** The purpose of the paper is to model the cognitive mechanism of generating creative elements in translation activities that are increasingly relevant in the context of modern requirements for the translator's work. The authors systematize, refine and supplement the available theoretical knowledge about translation creativity. The authors describe the available results of searching for creativity in target texts. The paper provides a cognitive mechanism scheme that launches creative ideas in translation activities. It works by constructing a cognitive focus – a sort of conscious reasonable integration of cognitive orientations, translation strategies and mental operations, actualizing weak associative links between mental representations available in the information field of the translation subject, in most cases leads to making creative translation decisions that require high efforts. The results of the study showed that translation creativity goes beyond the limits of linguistic creativity, and is realized both with the help of linguistic (ready-made speech word forms or new word-formations), and paralinguistic (color gamut, etc.). The examples considered in the article show that modulation and “thinking transcription” are the most productive mental operations of generating creative translation decisions. Strategies for domestication and transcreation also contribute most to the development of translation creativity.

**Key words:** cognitive linguistics, cognitive translation studies, creative linguistics, divergent thinking, cognitive modelling, creativity, linguistic creativity.

**Citation.** Kolmogorova A. V., Chistova E. V. Cognitive Basis of Making Creative Decisions in Translation Activities. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2020, vol. 19, no. 3, pp. 59-71. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.3.6>

УДК 81'255.4  
ББК 81.18

Дата поступления статьи: 19.09.2019  
Дата принятия статьи: 27.03.2020

## КОГНИТИВНЫЙ МЕХАНИЗМ ПОРОЖДЕНИЯ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ В ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Анастасия Владимировна Колмогорова**

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск, Россия

**Елена Викторовна Чистова**

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск, Россия

**Аннотация.** Статья посвящена моделированию когнитивного механизма создания креативных элементов в переводческой деятельности, все более актуальных в контексте современных требований к работе переводчика. Проводится систематизация, уточнение и дополнение имеющихся теоретических знаний о креативности в переводе. Посредством метода когнитивного моделирования реконструируется когнитивный механизм, актуализирующий порождение креативных идей в переводческой деятельности. Он моделируется в результате построения когнитивной проекции – осознанной интеграции когнитивных установок, стратегий перевода и ментальных операций, которая в большинстве случаев приводит к выработке креативных переводческих решений, требующих больших трудозатрат. Показано, что переводческая креативность выходит за пределы лингвокреативности, реализуясь разными средствами: лингвистическими (готовые речевые словоформы или новые образования) и паралингвистическими (цветовая гамма и др.). Приведенные в статье примеры убеждают, что модуляция и «думающие транскрипции» представляют собой продуктивные ментальные операции порождения креативных решений в переводе. Стратегии доместикации, «золотой середины» и транскреации создают условия для актуализации и переводческой креативности.

**Ключевые слова:** когнитивная лингвистика, когнитивное переводоведение, лингвистика креатива, дивергентное мышление, когнитивное моделирование, креативность, лингвокреативность.

**Цитирование.** Колмогорова А. В., Чистова Е. В. Когнитивный механизм порождения креативных решений в переводческой деятельности // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2020. – Т. 19, № 3. – С. 59–71. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.3.6>

## Введение

Креативность в контексте потребностей современного общества воспринимается как один из катализаторов научного и социального прогресса. Она ассоциируется с такими способностями и качествами человека, как воображение, интеллектуальное любопытство, способность к принятию решений и критическому анализу. Оказавшись в центре внимания академического и профессионального сообществ, креативность стала рассматриваться как мощный инструмент для решения профессиональных задач, в том числе в области перевода. «Креативные» переводчики востребованы на рынке труда. Однако вопрос о когнитивных механизмах креативности в деятельности переводчика остается открытым в предметном дискурсе когнитивного переводоведения.

Цель данной статьи состоит в моделировании когнитивного механизма порождения креативного решения в переводческой деятельности и выявлении эвристического потенциала данной модели на примере использования лингвистических и паралингвистических средств создания креативности в переводе.

## Материал и методы исследования

Для достижения поставленной цели используются следующие методы: оценочно-критический анализ теоретической литературы, метод когнитивного моделирования (под-

робнее о нем см.: [Lakoff, 1987]), метод TAPs (think-aloud protocols), или метод озвучивания процессов мышления (стенограммы мыслительных процессов – СМП), а также метод воссоздания и ретроспекции продукта перевода (подробнее о нем см.: [Hansen, 2006]). В ходе работы были интервьюированы два переводчика, владеющие английским и китайским языками, и сделаны записи их саморефлексий, а также записи размышлений двух экспертов в соответствующей области перевода. В результате расшифровки данных мы получили 4 стенограммы общим объемом 128 193 знака. Материалом исследования также послужили научные публикации и веб-сайты, содержащие выявленные креативы (общим объемом 93 374 знака).

## Результаты и обсуждение

### *Траектории изучения креативности в переводческой деятельности*

В отношении феномена креативности в переводоведении можно наблюдать четыре основных траектории движения исследовательской мысли: изучение влияния креативности на характер переводческих преобразований, на динамику протекания переводческого процесса, на характеристики и специфику когнитивной деятельности субъекта перевода, на успешность обучения навыкам и компетенциям в области переводческой деятель-

ности (лингводидактика перевода). При этом в основу определения креативности положены разные параметры, а для ее изучения применяются разные методы.

Так, в исследованиях переводческих преобразований креативность анализируется в рамках текстоцентрического подхода, фокусирующегося на тексте как продукте перевода, и рассматривается как отклонение от буквального перевода [Поздняков, 2016; Baker, 1996; Bayer-Hohenwarter, 2011; Dancette, Audet, Laurence, 2007; Quillard, 1998; Ubozhenko, 2016; Valdés, 2008]. При изучении перевода как процесса креативность становится неотъемлемым компонентом применяемых переводчиком стратегий [Фесенко, 2005; Bayer-Hohenwarter, 2010; Mednick, 1962; Riccardi, 1998; Rojo, 2017; Rojo, Ramos, 2016] и исследуется эмпирическими и экспериментальными методами. В работах, где в центре внимания оказывается субъект перевода, креативность трактуется как фундированная в его личностных качествах основа выбора способов и средств перевода [Урубкова, 2003; Збанц, 2018; Batey, Furnham, 2006; Mackenzie, 1998]. В лингводидактике перевода при рассмотрении креативности применяются методы изучения личности, а при рассмотрении креативности как компетенции, которая должна быть сформирована при обучении переводу, – процессуально ориентированные методы [Куковская, 2014; Нефедова, Ремхе, 2015; Убоженко, 2016; Gran, 1988].

Прежде чем внедрять определенную методику в учебный процесс, необходимо освоить механизм порождения тех или иных переводческих решений, выявить который возможно в результате исследования процессуальной работы практикующих переводчиков, имплантирующих креативные элементы в тексты перевода.

### ***Процессуально ориентированные исследования креативности***

В первой половине XX в. креативность изучалась в контексте текстоцентрического подхода на материале художественных текстов: анализировались, как показано А. Рохо, креативные элементы, создаваемые в ходе заполнения безэквивалентных лакун на уров-

не стилистики текста [Rojo, 2017]. Во второй половине XX в. признание перевода видом деятельности, связанной с решением проблем (problem solving), как констатирует С.А. Медник, привело к осознанию необходимости изучения механизмов мышления, актуализирующих переводческую креативность [Mednick, 1962]. Таким образом, произошел поворот в сторону процессуально ориентированных исследований, заключающихся в определении когнитивных установок, которые способствуют проявлению данного феномена в процессе перевода. По словам Р. Макензи, основной научной предпосылкой стала гипотеза о том, что многие проблемы перевода носят открытый характер и, не имея заранее определенного решения, требуют применения стратегий креативности [Mackenzie, 1998]. С того момента, когда перевод стал рассматриваться как постоянное генерирование и оценка альтернатив, как форма игры с открытой информацией, как тип творческого процесса в непрерывных изменениях и инновациях, креативность получила статус необходимого переводческого умения.

По мнению А. Рохо, росту исследовательского интереса к проблеме креативности в переводе способствовала и разработка ряда когнитивных методов, облегчавших наблюдение за формированием и проявлением стратегий креативности: think-aloud protocols, или TAPs, – «стенограммы мыслительных процессов», keylogging – логгинг-метод и т. д. [Rojo, 2017].

Так, экспериментальные данные, полученные Т. Хайденом с применением логгинг-метода, свидетельствуют о том, что большинство креативных решений, формируясь на этапах восприятия и воспроизведения, затем консолидируются на этапе контроля осуществленного перевода [Heiden, 2005]. В устном переводе, когда времени для принятия переводческого решения значительно меньше, чем при создании письменного перевода, креативность чаще проявляется на этапе восприятия исходной информации, на стадии языковой компрессии. Если генерализация смысла считается результатом хорошо спланированной стратегии, то языковая компрессия является, по мнению Л. Грана, более креативным процессом [Gran, 1988].

Краткий обзор научной литературы показывает, что переводческая креативность изучается довольно активно и всесторонне, однако до сих пор открытыми остаются вопросы о механизме порождения креативных решений и когнитивных установках их создания.

**Когнитивный механизм, актуализирующий поиск креативного решения в переводе**

Для понимания содержания процесса порождения креативных решений в профессиональной деятельности переводчика охарактеризуем когнитивный механизм, актуализирующий поиск таких решений, с применением метода когнитивного моделирования, позволяющего структурировать когнитивные модели человеческого мышления и его функций.

Принято считать [Sarcevic, 2000], что восприятие, обработка информации, воспроизведение и контроль переводческого решения, то есть все этапы когнитивной деятельности, происходят в пространстве, которое называется «черным ящиком» переводчика и которое мы определяем как **когнитивное пространство субъекта перевода**. Его структура представлена на рисунке 1. В это пространство входит **информационное поле субъекта перевода**, то есть все множество нейронных связей, которые образуются у переводчика в процессе жизнедеятельности и

при освоении ментальных репрезентаций из различных областей знания (музыка, танец, художественное искусство, техника, литература, этнопсихология, лингвистика, теория перевода и т. д.). Получение технического задания на перевод формирует в когнитивном пространстве субъекта область **коммуникативной ситуации** (КС), в которой заданы форма выполнения перевода (устно / письменно), вид перевода (последовательный / синхронный; художественный / отраслевой и т. д.), целевая аудитория (дети / взрослые; специалисты / любители; национальность; архетип и т. д.), сроки выполнения (срочно / долгосрочно) и другие условия, влияющие на формирование **когнитивных установок** субъекта перевода (КУ) – автоматически определяемых ориентаций на формирование заданного социально-политического и культурно-коммуникативного контекста. Исходя из установленных условий, субъект выбирает генеральную **переводческую стратегию** (ПС) или гармоничное сочетание стратегий, то есть осознанно конструирует алгоритм своих действий. Стратегии перевода влияют на комбинацию **ментальных операций** (МО), производимых субъектом перевода в процессе установления ассоциативных связей между имеющимися в его информационном поле ментальными репрезентациями.

Согласно структурно-активационной теории мышления (подробно о ней см.: [Овчинников, 2008]), между этими репрезентациями

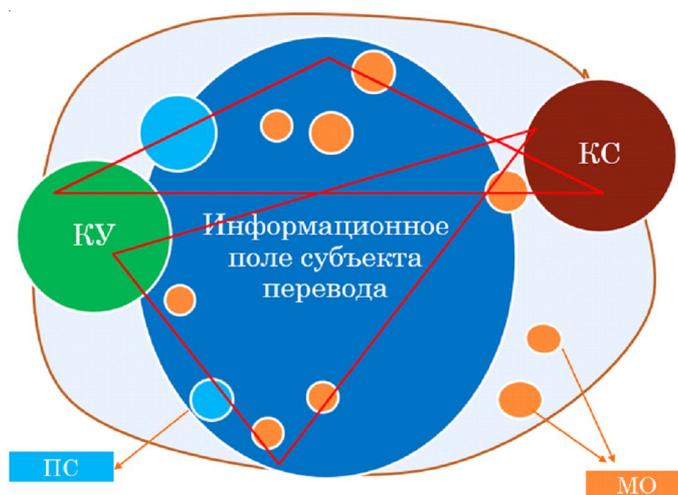


Рис. 1. Когнитивное пространство субъекта перевода  
Fig. 1. The cognitive space of the translation actor

существуют сильные и слабые ассоциативные связи. При выполнении рутинных заданий переводчик с легкостью насыщает текст перевода имеющимися идиоматичными выражениями, то есть оказывается в ситуации «низких усилий» (малых трудозатрат), выбирая при этом репрезентации с сильными связями (ограниченный набор стереотипных вариаций). В случае же сложного переводческого задания, требующего больших трудозатрат в поиске переводческих решений, происходит активация слабых (глубинных, пассивных, не тривиальных) связей, в результате которой возможны сингулярные образования новых ассоциативных комбинаций между ментальными репрезентациями, принимаемые впоследствии за креативный продукт.

Контролирующим ориентиром субъекта в синтезе имеющегося переводческого арсенала выступает **когнитивная проекция** (отмечена красными линиями на рисунке 1) – осознанная когнитивная операция по выбору необходимых компонентов из множества элементов когнитивного пространства субъекта перевода для реализации переводческого задания в предложенных условиях. Когнитивная проекция настраивается на этапе предпереводческого анализа и корректируется на протяжении всего процесса выполнения перевода, также участвуя в контроле готового текста, верификации степени его соответствия всем требованиям технического задания и прогнозе ожидаемой реакции реципиента на предложенный перевод.

Проиллюстрируем возможности данной модели для выявления когнитивного механизма порождения креативных решений в переводе на практическом материале.

### **Лингвистические и паралингвистические средства реализации переводческой креативности**

Переводческая креативность реализуется как лингвистическими (лингвокреативность), так и паралингвистическими средствами (креативность). Лингвокреативность, как показано О.А. Никитиной, представлена двумя основными видами креативной деятельности языковой личности: словотворчеством, то есть созданием новых единиц языка, и реали-

зацией лингвокреативной идеи в коммуникативных целях путем использования уже готовых единиц языка [Никитина, 2015, с. 48]. Смоделируем процесс реализации переводческой лингвокреативности первого вида.

**Пример 1.** Моделируя когнитивную проекцию, зададим компоненты когнитивного пространства при переводе относительно нового в англоязычной лингвистике термина *languaging* («a complex of speech acts (speaking, listening, writing, reading, i.e. semiotically notional acts with language signs) integrated in the process of mutual coordination of behaviour of two or more cognitive agents aiming to build mutual understanding» [Cowley, 2016; Love, 2017]):

1) субъект перевода – ученый-когнитолог, имеющий научную степень, владеющий английским языком на уровне Intermediate;

2) информационное поле субъекта перевода – большой объем фоновых знаний в различных областях;

3) коммуникативная ситуация – письменный перевод научной статьи, предназначенный для русскоязычных ученых-когнитологов; термин не имеет аналогов в отечественном научном пространстве;

4) когнитивные установки – новизна, адекватность, приемлемость, гибкость: ...*Казалось бы такое простое слово на первый взгляд... но за ним стоит... в нем заложены серьезные смыслы... Было трудно, но хотелось сделать его понятным, доступным... Чтобы термин закрепился в нашей научной практике* (стенограмма 4);

5) стратегия перевода – доместикация;

6) ментальные операции – модуляции методом построения логических цепочек: *Решила отталкиваться от определения... там сразу бросилось в глаза... ключевое... речь, взаимная поведенческая координация... это какое-то взаимодействие... речь... жизнь... и важно понять друг друга ... ну вот так ... и отсюда стало выстраиваться...* (стенограмма 4). На основе дальнейшей записи реконструируем логическую цепочку, приведшую к креативному решению: *languaging* – совокупность различных действий (слушание, говорение и т. д.), включенных в деятельность, направленную на понимание, которая строится на предыдущем опы-

те и заданном контексте → достижение взаимодействия в речевой деятельности → речевая деятельность в конкретной жизненной ситуации с целью взаимопонимания → *речежизненное взаимодействие*;

7) контроль когнитивной проекции – креатема адекватно передает смысл исходного термина, обладает новизной, естественным звучанием на русском языке, приемлемым объемом, гибкими парадигмальными связями: *Стала далее применять в тексте... очень гармонично встраивается... не громоздкий... легко оперировать...* (стенограмма 4).

Итак, выявленная модель иллюстрирует мыслительный процесс порождения креативного решения с применением стратегии доместикации.

**Пример 2.** Построим когнитивную проекцию процесса перевода имени главного героя китайской сказки «Ленивец кушает лепешку» на русский язык:

1) субъект перевода – бакалавр лингвистики со знанием китайского языка на уровне HSK 4 (из шести возможных), мама троих детей;

2) информационное поле субъекта перевода – базовый объем знаний в области переводоведения, большой объем фоновых знаний в области детской литературы и особенностей восприятия сказок детьми от года до 7 лет;

3) коммуникативная ситуация – письменный перевод китайской сказки с адаптацией для русскоязычных детей;

4) когнитивные установки – гибкость и аттрактивность для русскоязычного ребенка. Приведем фрагмент записи-саморефлексии переводчика: *Когда я читала своему ребенку эту китайскую сказку в имеющемся переводе... мне приходилось, ну, как-бы каждый раз пояснять, почему так главный герой поступал... почему с ним другие так обходились. Очень, конечно, чувствовался недостаток говорящего имени... без пояснений не обойтись каждый раз...* (стенограмма 2);

5) стратегия перевода – доместикация и форенизация;

6) ментальные операции – с целью транспонирования смысла имени главного героя 兰东 (*lǎn dòng* – лень двигаться; в переводе транскрипцией – *Ланьдун*) и сохранения колорита его китайского звучания переводчик прибегает к использованию «думающей транскрип-

ции», представив вариант *по имени Лень-дун* (перевод зафиксирован в бакалаврской работе: [Кудреватых, 2018, с. 39]);

7) контроль когнитивной проекции – креатема *Лень-дун* адекватно передает смысл говорящего имени главного героя китайской сказки, имплицитно представленного в значении каждого иероглифа и креативно воссозданного на графическом (*a* → *e*) и, соответственно, фонологическом уровнях русского языка, что отвечает когнитивным установкам на гибкость и аттрактивность для русскоязычного ребенка: *Мои знакомые мамочки читали эту сказку своим детям именно в моем переводе... интерес проявлялся уже с первых предложений... вопросы задавались уже не по причинам действий главного героя, а по их следствиям... интереснее шел процесс... сказка ведь очень поучительная, надо понимать, почему он так или иначе поступал... своему я уже не читала, потому что все объяснила на том переводе... ну, уже не тот эффект новизны... Прочитаю позже, спустя больше времени, чтобы забыл* (стенограмма 2).

Итак, в данном примере показано, как креативные решения создаются переводчиком в процессе применения стратегии «золотой середины» – гармоничного сочетания доместикации (китайское *Лань* трансформируется в «говорящее» *Лень*) и форенизации (*дун*) для сохранения колорита китайского имени. С одной стороны, ребенок понимает значение имени, а соответственно, и характер героя, а с другой – знакомится с фонетическим обликом китайских имен собственных.

Далее рассмотрим пример второго вида лингвокреативности, а именно использования уже готовых единиц языка. В данном случае мы использовали метод воссоздания и ретроспекции продукта перевода, эксплицирующий мыслительный процесс принятия переводческих решений и последующий анализ их эффективности. Этот метод ориентирован на распознавание переводческих стратегий и их ратификацию как самими создателями, так и экспертами.

**Пример 3.** Рассмотрим когнитивный механизм локализации названий художественных произведений русских авторов в переводе на японский язык. Так, название произведения А.С. Пушкина «Капитанская дочка» было

переведено Текасу Харусуке (1883 г.) довольно экстравагантно: «Сердце цветка и думы бабочки. Удивительные вести из России» (обратный перевод с японского языка) (Кандель), а название романа Л.Н. Толстого «Война и мир» в переводе Ёнэкава Масао (1946 г.) звучало как «Плач цветов и скорбящие ивы, последний прах кровавых битв в Северной Европе» (Злыгостев). Когнитивная проекция процесса перевода названия такова:

1) субъект перевода (в данном случае не сам переводчик, а эксперт) – ученый-японист, имеющий ученую степень и владеющий японским языком на уровне N1 (профессиональный);

2) информационное поле субъекта перевода – большой объем фоновых знаний в области литературных традиций Японии;

3) коммуникативная ситуация – письменный перевод названий художественных произведений на японский язык: *Поскольку в XIX в. Япония находилась в политической и экономической изоляции, то межкультурные контакты были ограничены, тем не менее переводческая деятельность была востребована, но имела свои особенности* (стенограмма 1, иллюстрирующая размышления эксперта);

4) когнитивные установки – приверженность новизне и аттрактивность для японских читателей: *Находясь в изоляции, японские переводчики должны были учитывать особенности восприятия чужеродных культур, поэтому, конечно, доместикация была доминирующей стратегией в переводе... иногда она «имела» свои экстремальные проявления, например, в стилистической адаптации к японской лингвокультуре... местами очень смешно получалось* (стенограмма 1);

5) стратегия перевода – экстремальная доместикация;

6) ментальные операции – модуляции методом построения логических цепочек: *Перевод названий произведений получался исходя из основной тональности текста, например романтическая (сердце цветка и думы бабочки. – А. К., Е. Ч.), драматическая или трагическая (плач цветов и скорбящие ивы), с учетом имеющейся на тот момент времени японской литературной традицией (очень поэтичные названия ...*

*длинные... из нескольких предложений) и географического положения (удивительные вести из России, последний прах кровавых битв в Северной Европе)* (стенограмма 1);

7) контроль когнитивной проекции – креатемы локализованных названий русских произведений *были адекватно восприняты японскими читателями и сделали их известными* (стенограмма 1).

Итак, использование уже готовых единиц языка также приемлемо при создании успешных креативных решений, однако лишь на уровне языковых средств. Следует заметить, что переводческая креативность выходит за пределы лингвокреативности и проявляется также на уровне коммуникативной ситуации, включающей экстралингвистические факторы. Построение когнитивной проекции позволяет сформировать разумный экокognитивный баланс [Колмогорова, 2016], то есть осознание всех поставленных задач на макроуровне, что приводит к ментальным операциям по принятию грамотных и креативных переводческих решений. Так, с целью успешного трансфера культурно опосредованных идей и создания аттрактивного для принимающей культуры текста при переводе используются паралингвистические средства.

**Пример 4.** Рассмотрим когнитивную проекцию локализации веб-сайтов китайских вузов на англоязычные платформы:

1) субъект перевода (в данном случае эксперт) – переводчик-локализатор, специализирующийся на продвижении китайских сайтов в европейском пространстве;

2) информационное поле субъекта перевода – большой объем необходимых фоновых знаний;

3) коммуникативная ситуация – маркетинговый перевод с учетом лингвокультурологической адаптации;

4) когнитивные установки – новизна, адекватность, аттрактивность, приемлемость;

5) стратегия перевода – транскреация (подробнее о ней см.: [Соколова, 2019]);

6) ментальные операции: *При локализации веб-сайтов переводчики... прежде чем перейти к переводу самого текста, сначала решают проблему цветового и графического оформления сайта. Это очень важно для целевой аудитории. В китайской*

## МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

культуре широко используется красный цвет, он считается символом процветания, соотносится с идеями почтительного и возвышенного. Мы видим, что значительная часть цветовой графики веб-сайтов китайских университетов, ориентированных на китайских реципиентов, полностью выполнена в красной гамме (Шанхайский

университет (рис. 2), Пекинский университет) или частично красной (Научно-технический университет Китая, Уханьский университет). Однако большинство локализованных версий китайских вузов, предназначенных для англоязычной аудитории, сделано в синих тонах (рис. 3). ...В западной культуре это символизирует доверие



Рис. 2. Главная страница официального сайта Шанхайского университета, предназначенная для китайских реципиентов

Fig. 2. Home page of the official website of Shanghai University, intended for the Chinese-speaking recipients

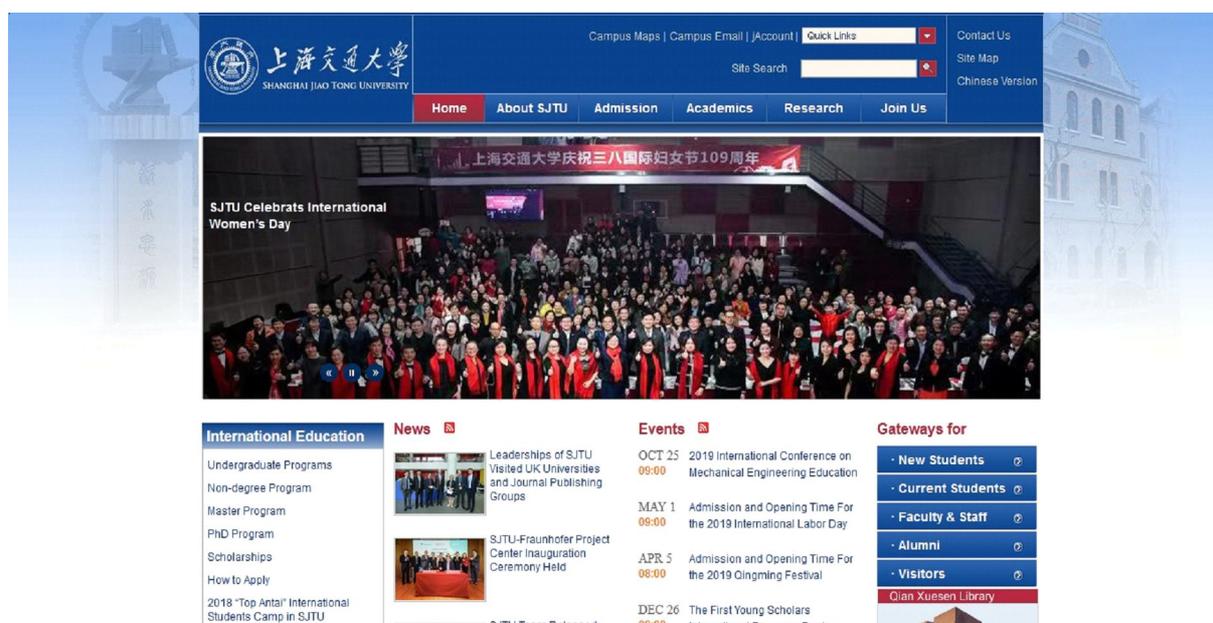


Рис. 3. Главная страница официального сайта Шанхайского университета, предназначенная для англоязычных реципиентов

Fig. 3. Home page of the official website of Shanghai University, intended for the English-speaking recipients

и авторитет. Синий для англоговорящих ассоциируется с образовательным или научным контентом в отличие от красного. ...Этот цвет символизирует страсть и опасность (стенограмма 3);

7) контроль когнитивной проекции – креативное цветовое решение является адекватным для реципиентов культуры-акцептора и позволяет привлечь внимание целевой аудитории.

Установленный когнитивный механизм показывает, насколько важно учитывать паралингвистические средства для создания аттрактивного переводческого контента, при котором целевая аудитория проявляет интерес к предложенной информации еще до ознакомления с текстом. Помимо цветовой гаммы при переводе мультимодальных текстов, к которым относятся, например, веб-сайты, креативные решения также могут создаваться на уровне графических неологизмов, человеческих образов, шрифтов и т. д.

### Выводы

Переводческая креативность – это способность субъекта перевода к деавтоматизированному принятию разумных сингулярных решений посредством актуализации нестандартной когнитивной проекции с установкой на адекватность, гибкость, приемлемость и аттрактивность результата перевода.

Когнитивный механизм, позволяющий реализовать переводческую креативность, заключается в построении когнитивной проекции – деавтоматизированной интеграции необходимых элементов, находящихся в когнитивном пространстве субъекта перевода, с целью принятия креативного переводческого решения. Посредством когнитивной проекции гармонично интегрируются, во-первых, когнитивные установки, автоматически задаваемые благодаря сформированной переводческой компетенции и имеющимся в информационном поле переводчика знаниям, во-вторых, стратегии перевода, осознанно выбираемые в соответствии с коммуникативной ситуацией и активацией сильных и слабых связей между ментальными репрезентациями, в-третьих, ментальные операции в преломлении к заданной коммуникативной ситуации, создавая при

этом разумный экокognитивный баланс в процессе принятия креативных переводческих решений.

Чем эффективнее настроена когнитивная проекция, тем большей аттрактивностью и адекватностью обладает результат перевода. Чем больше слабых ассоциативных связей активизируется в заданной проекции, тем трудозатратнее процесс перевода для его субъекта и тем выше вероятность выявления в нем креативных элементов.

Переводческая креативность реализуется разными средствами: лингвистическими (готовыми речевыми словоформами или новыми образованиями) и паралингвистическими (цветовой гаммой и т. д.). Продуктивными ментальными операциями в случае порождения креативных решений в переводе становятся «думающие транскрипции» и модуляция (смысловое развитие). Рассмотренные примеры реализации креативности в переводе указывают на тот факт, что стратегии доместикации, «золотой середины» и транскреации в наибольшей степени способствуют проявлению переводческой креативности.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Збанц Л. П., 2018. Автор / авторы уровней креативности в переводе // Актуальные проблемы современной лингвистики и гуманитарных наук : сб. ст. X Междунар. науч.-метод. конф. (г. Москва, 16 марта 2018 г.). М. : РУДН. С. 76–96.
- Колмогорова А. В., 2016. Когнитивная автономия, гетерономия и экология: взгляд лингвиста // Когнитивные исследования языка. Вып. 27. С. 61–68.
- Кудреватых И. Е., 2018. Проблема переводческой адаптации китайских сказок на русский язык : вып. квалификац. работа бакалавра. Красноярск. 109 с. URL: <http://elib.sfu-kras.ru/handle/2311/73164>.
- Куковская А. В., 2014. Стратегия перевода и креативность: из опыта обучения профессионально ориентированному переводу с английского на русский язык студентов нелингвистических специальностей // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Педагогические науки. № 700. С. 97–106.
- Нефедова Л. А., Ремхе И. Н., 2015. Креативность в переводе как один из когнитивных критериев компетентности (на основе материалов специализи-

- рованного перевода) // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. Т. 1, № 2. С. 70–77.
- Никитина О. А., 2015. Словотворчество как проявление лингвокреативности современной немецкой языковой личности // Филология и человек. № 1. С. 47–57.
- Овчинников Н. Ф., 2008. Новый взгляд на мышление. Ростов н/Д : Рост-Издат. 158 с. URL: <https://metodolog.ru/01471/01471.html>.
- Поздняков М. В., 2016. Языковая креативность в русских переводах Мартина Хайдеггера // Труды института русского языка им. В.В. Виноградова. Т. 7. С. 241–253.
- Соколова Д. Б., 2019. Транскреация китайских образовательных веб-сайтов на национальных и локализованных площадках : вып. квалификация. работа бакалавра. Красноярск. 70 с.
- Убоженко И. В., 2016. О когнитивном моделировании интуиции и творчества в переводе: интерпретативно-семиотический подход // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9, Филология. Востоковедение. Журналистика. Т. 3, № 4. С. 122–141.
- Урубкова Л. М., 2003. Креативность и перевод // Интеграция образования. № 3. С. 174–180.
- Фесенко Т. А., 2005. Креативность и проблемы перевода // Вопросы когнитивной лингвистики. Вып. 1. С. 49–54.
- Baker M., 1996. Corpus-Based Translation Studies: The Challenges That Lie Ahead // Terminology, LSP and Translation: Studies in Language Engineering in Honour of Juan C. Sager. Amsterdam : John Benjamins. P. 175–185. DOI: <https://doi.org/10.1075/btl.18.17bak>.
- Batey M., Furnham A., 2006. Creativity, Intelligence, and Personality: A Critical Review of the Scattered Literature // Genetic, Social, and General Psychology Monographs. Vol. 132, № 4. P. 355–429.
- Bayer-Hohenwarter G., 2010. Comparing Translational Creativity Scores of Students and Professionals: Flexible Problem-Solving and/or Fluent Routine Behaviour? // New Approaches in Translation Process Research P. 83–111. (Copenhagen Studies in Language ; vol. 39).
- Bayer-Hohenwarter G., 2011. “Creative Shifts” as a Means of Measuring and Promoting Creativity // Meta. Vol. 56, iss. 3. P. 663–692. DOI: <https://doi.org/10.7202/1008339ar>.
- Cowley S., 2016. Changing the Idea of Language: Nigel Love’s Perspective // Language Sciences. Vol. 61. P. 43–55. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.langsci.2016.09.008>.
- Dancette J., Audet L., Laurence J., 2007. Axis and Criteria of Creativity in Translation // Meta. Vol. 52, iss. 1. P. 108–122.
- Gran L., 1988. In-Training Development of Interpreting Studies and Creativity // Translator’s Strategies and Creativity. Amsterdam : Benjamins. P. 145–162.
- Hansen G., 2006. Retrospection Methods in Translator Training and Translation Research // Journal of Specialised Translation. Vol. 5. P. 2–40.
- Heiden T., 2005. Blick in die Black Box // Meta. Vol. 50, iss. 2. P. 448–472.
- Lakoff G., 1987. Women, Fire, and Dangerous Things. What Categories Reveal About the Mind. Chicago ; L. : The University of Chicago Press. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/9c85/d2dd7e6d924a1078fb93cac9baaa8a850d3e.pdf>.
- Love N., 2017. On Languageing and Languages // Language Sciences. Vol. 61. P. 113–147.
- Mackenzie R., 1998. Creative Problem-Solving and Translator Training // Translator’s Strategies and Creativity. Amsterdam ; Philadelphia, PA : Benjamins. P. 201–206.
- Mednick S. A., 1962. The Associative Basis of the Creative Process // Psychological Review. Vol. 69, № 3. P. 220–232.
- Quillard G., 1998. Translating Advertisements and Creativity // Translator’s Strategies and Creativity. Amsterdam ; Philadelphia, PA : Benjamins. P. 23–32.
- Riccardi A., 1998. Interpreting Strategies and Creativity // Translator’s Strategies and Creativity. Amsterdam ; Philadelphia, PA : Benjamins. P. 171–179.
- Rojo A., 2017. The Role of Creativity // The Handbook of Translation and Cognition. Hoboken : John Wiley & Sons Inc. P. 350–369. DOI: <https://doi.org/10.1002/9781119241485.ch19>.
- Rojo A., Ramos M., 2016. Can Emotion Stir Translation Skill? Defining the Impact of Positive and Negative Emotions on Translation Performance // Reembedding Translation Process Research. Amsterdam ; Philadelphia, PA : Benjamins. P. 107–130.
- Sarcevic S., 2000. Creativity in Legal Translation: How Much is Too Much? // Translation in Context. Amsterdam ; Philadelphia, PA : Benjamins. P. 281–290. DOI: <https://doi.org/10.1075/btl.39.31sar>.
- Ubozhenko I. V., 2016. On Creative Occasionalisms in Teaching Translation // Professionally Oriented Translation: Reality and Prospects : Collection of Scientific Papers of the 11<sup>th</sup> International Scientific and Methodological Internet Conference. P. 279–287.
- Valdés C., 2008. Creativity in Advertising Translation // Special Issue on Creative Translation. № 13. P. 37–56. URL: <https://www.academia.edu/10353991>.

## ИСТОЧНИКИ

- Злыгостев – Злыгостев А. С. Лев Толстой и проблемы современного японского романа // Рехо, К. Русская классика и японская литература. М. : Худож. лит., 1987. URL: <http://nippon-history.ru/books/item/f00/s00/z0000019/st010.shtml>.
- Кандель – Кандель Б. Л. Указатель переводов романа «Капитанская дочка» на иностранные языки // Пушкин А. С. Капитанская дочка. Л. : Наука, Ленингр. отд-ние, 1984. С. 297–317. URL: <http://feb-web.ru/feb/pushkin/texts/selected/kdo/kdo-297-.htm>.

## REFERENCES

- Zbants L.P., 2018, Avtor / avtory urovney kreativnosti v perevode [Author / Authors of Creativity Levels in Translation]. *Aktualnye problemy sovremennoy lingvistiki i gumanitarnykh nauk: sb. st. X Mezhdunar. nauch.-metod. konf. (g. Moskva, 16 marta 2018 g.)* [Actual Problems in Modern Linguistics and the Humanities: Proceedings of the 10<sup>th</sup> International Conference on Research and Methodology (g. Moscow, March 16, 2018)]. Moscow, RUDN, pp. 76-96.
- Kolmogorova A.V., 2016. Kognitivnaya avtonomiya, geteronomiya i ekologiya: vzglyad lingvista [Cognitive Autonomy, Heteronomy and Ecology: A Linguist's Point of View]. *Kognitivnye issledovaniya yazyka* [Cognitive Studies of Language], iss. 27, pp. 61-68.
- Kudrevatykh, I. E., 2018. *Problema perevodcheskoy adaptatsii kitayskikh skazok na russkiy yazyk: vyp. kvalifikats. rabota bakalavra* [The Problem of Translation Adaptation of Chinese Tales into Russian. Bachelor Graduation Thesis]. Krasnoyarsk. 109 p. URL: <http://elib.sfu-kras.ru/handle/2311/73164>.
- Kukovskaya A.V., 2014. Strategiya perevoda i kreativnost: iz opyta obucheniya professionalno orientirovannomu perevodu s angliyskogo na russkiy yazyk studentov nelingvisticheskikh spetsialnostey [Translation Strategy and Thinking Outside the Box: A Case Study in Teaching Non-Linguistic Students to Translate Professionally Oriented Texts from English into Russian]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Pedagogicheskie nauki* [Vestnik of Moscow State Linguistic University. Pedagogical Studies], no. 700, pp. 97-106.
- Nefedova L.A., Remkhe I.N., 2015. Kreativnost' v perevode kak odin iz kognitivnykh kriteriev kompetentnosti (na osnove materialov spetsializirovannogo perevoda) [Creativity in Translation as One of the Cognitive Criteria of Translation Competence (Based on the Materials of Translation for Special Purposes)]. *Vestnik Tyumenskogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniya. Humanitates* [Tyumen State University Herald. Humanities Research. Humanitates], vol. 1, no. 2, pp. 70-77.
- Nikitina O.A., 2015. Slovtvorchestvo kak proyavlenie lingvokreativnosti sovremennoy nemetskoj yazykovoy lichnosti [The Word Creation as a Manifestation of Linguistic Creativity of Modern German Language Personality]. *Filologiya i chelovek*, no. 1, pp. 47-57.
- Ovchinnikov N.F., 2008. *Novyy vzglyad na myshlenie* [A New Way of Thinking]. Rostov-on-Don, Rost-Izdat. 158 p. URL: <https://metodolog.ru/01471/01471.html>.
- Pozdnyakov M.V., 2016. Yazykovaya kreativnost v russkikh perevodakh Martina Khaydeggera [Linguistic Creativity in the Russian Translations of Martin Heidegger]. *Trudy instituta russkogo yazyka im. V.V. Vinogradova* [Proceedings of the V.V. Vinogradov Russian Language Institute], vol. 7, pp. 241-253.
- Sokolova D.B., 2018. *Transkreatsiya kitayskikh obrazovatelnykh veb-saytov na natsionalnykh i lokalizovannykh ploshchadkakh: vyp. kvalifikats. rabota bakalavra* [Transcreation of Chinese Educational Websites at National and Localized Sites. Bachelor Graduation Thesis]. Krasnoyarsk. 70 p.
- Ubozhenko I.V., 2016. O kognitivnom modelirovanii intuitsii i tvorchestva v perevode: interpretativno-semioticheskiy podkhod [On Cognitive Modeling of Intuition and Creativity in Translation: Interpretative and Semiotic Approaches]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya. Vostokovedenie. Zhurnalistika* [Vestnik of Saint Petersburg University. Philology. Oriental Studies. Journalism], vol. 13, no. 4, pp. 122-141.
- Urubkova L.M., 2003. Kreativnost i perevod [Creativity and Translation]. *Integratsiya obrazovaniya* [Integration of Education], no. 3, pp. 174-180.
- Fesenko T.A., 2005. Kreativnost i problemy perevoda [Creativity and Problems of Translation]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki* [Issues of Cognitive Linguistics], iss. 1, pp. 49-54.
- Baker M., 1996. Corpus-Based Translation Studies: The Challenges that Lie Ahead. *Terminology, LSP and Translation: Studies in Language Engineering in Honour of Juan C. Sager*. Amsterdam, John Benjamins, pp. 175-185. URL: <https://doi.org/10.1075/btl.18.17bak>.

- Batey M., Furnham A., 2006. Creativity, Intelligence, and Personality: A Critical Review of the Scattered Literature. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, vol. 132, no. 4, pp. 355-429.
- Bayer-Hohenwarter G., 2010. Comparing Translational Creativity Scores of Students and Professionals: Flexible Problem-Solving and/or Fluent Routine Behaviour? *New Approaches in Translation Process Research*, pp. 83-111. (Copenhagen Studies in Language; vol. 39).
- Bayer-Hohenwarter G., 2011. "Creative Shifts" as a Means of Measuring and Promoting Creativity. *Meta*, vol. 56, iss. 3, pp. 663-692. DOI: <https://doi.org/10.7202/1008339ar>.
- Cowley S., 2016. Changing the Idea of Language: Nigel Love's Perspective. *Language Sciences*, vol. 61, pp. 43-55. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.langsci.2016.09.008>.
- Dancette J., Audet L., Laurence J., 2007. Axis and Criteria of Creativity in Translation. *Meta*, vol. 52, iss. 1, pp. 108-122.
- Gran L., 1988. In-Training Development of Interpreting Studies and Creativity. *Translator's Strategies and Creativity*. Amsterdam, Benjamins, pp. 145-162.
- Hansen G., 2006. Retrospection Methods in Translator Training and Translation Research. *Journal of Specialised Translation*, vol. 5, pp. 2-40.
- Heiden T., 2005. Blick in Die Black Box. *Meta*, vol. 50, iss. 2, pp. 448-472.
- Lakoff G., 1987. *Women, Fire, and Dangerous Things. What Categories Reveal About the Mind*. Chicago, The University of Chicago Press. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/9c85/d2dd7e6d924a1078fb93cac9baaa8a850d3e.pdf>.
- Love N., 2017. On Linguaging and Languages. *Language Sciences*, vol. 61, pp. 113-147.
- Mackenzie R., 1998. Creative Problem-Solving and Translator Training. *Translator's Strategies and Creativity*. Amsterdam, Benjamins, pp. 201-206.
- Mednick S.A., 1962. The Associative Basis of the Creative Process. *Psychological Review*, vol. 69, no. 3, pp. 220-232.
- Quillard G., 1998. Translating Advertisements and Creativity. *Translator's Strategies and Creativity*. Amsterdam, Benjamins, pp. 23-32.
- Riccardi A., 1998. Interpreting Strategies and Creativity. *Translator's Strategies and Creativity*. Amsterdam, Benjamins, pp. 171-179.
- Rojo A., 2017. The Role of Creativity. *The Handbook of Translation and Cognition*. Hoboken, John Wiley & Sons Inc., pp. 350-369. URL: <https://doi.org/10.1002/9781119241485.ch19>.
- Rojo A., Ramos M., 2016. Can Emotion Stir Translation Skill? Defining the Impact of Positive and Negative Emotions on Translation Performance. *Reembedding Translation Process Research*. Amsterdam, Benjamins, pp. 107-130.
- Sarcevic S., 2000. Creativity in Legal Translation: How Much Is Too Much? *Translation in Context*. Amsterdam, Benjamins, pp. 281-290. DOI: <https://doi.org/10.1075/btl.39.31sar>.
- Ubozhenko I. V., 2016. On Creative Occasionalisms in Teaching Translation. *Professionally Oriented Translation: Reality and Prospects: Collection of Scientific Papers of the 11<sup>th</sup> International Scientific and Methodological Internet Conference*, pp. 279-287.
- Valdés C., 2008. Creativity in Advertising Translation. *Special Issue on Creative Translation*, no. 13, pp. 37-56. URL: <https://www.academia.edu/10353991>.

#### SOURCES

- Zlygostev A.S. Lev Tolstoy i problemy sovremennogo yaponskogo romana [Leo Tolstoy and the Problems of the Modern Japanese Novel]. Rekho K. *Russkaya klassika i yaponskaya literature* [Russian Classics and Japanese Literature]. Moscow, Khudozhestvennaya literature Publ., 1987. URL: <http://nippon-history.ru/books/item/f00/s00/z0000019/st010.shtml>.
- Kandel B.L. Ukazatel perevodov romana «Kapitanskaya dochka» na inostrannye yazyki [Index of Translations of the Novel "The Captain's Daughter" into Foreign Languages]. Pushkin A.S. *Kapitanskaya dochka* [The Captain's Daughter]. Leningrad, Nauka Publ., Leningradskoe otdelenie, 1984, pp. 297-317. URL: <http://feb-web.ru/feb/pushkin/texts/selected/kdo/kdo-297-.htm>.

### **Information About the Authors**

**Anastasia V. Kolmogorova**, Doctor of Sciences (Philology), Professor, Head of the Department of Roman Languages and Applied Linguistics, Siberian Federal University, Prosp. Svobodnyy, 82a, 660041 Krasnoyarsk, Russia, [nastiakol@mail.ru](mailto:nastiakol@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0002-6425-2050>

**Elena V. Chistova**, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor, Head of the Department of Oriental Languages, Siberian Federal University, Prosp. Svobodnyy, 82a, 660041 Krasnoyarsk, Russia, [kovelena82@mail.ru](mailto:kovelena82@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0002-4016-7935>

### **Информация об авторах**

**Анастасия Владимировна Колмогорова**, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой романских языков и прикладной лингвистики, Сибирский федеральный университет, просп. Свободный, 82а, 660041 г. Красноярск, Россия, [nastiakol@mail.ru](mailto:nastiakol@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0002-6425-2050>

**Елена Викторовна Чистова**, кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой восточных языков, Сибирский федеральный университет, просп. Свободный, 82а, 660041 г. Красноярск, Россия, [kovelena82@mail.ru](mailto:kovelena82@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0002-4016-7935>