

УДК 81'25:159.99

ББК 81.18+81.003

КОГНИТИВНЫЙ МЕХАНИЗМ ПОРОЖДЕНИЯ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ В ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Колмогорова Анастасия Владимировна,
доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой романских языков и прикладной лингвистики,
Сибирский федеральный университет
nastiakol@mail.ru
Проспект Свободный, 82, 660041 г. Красноярск, Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-6425-2050

Чистова Елена Викторовна,
кандидат филологических наук, доцент,
заведующий кафедрой восточных языков,
Сибирский федеральный университет
kovelena82@mail.ru
Проспект Свободный, 82, 660041 г. Красноярск, Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-4016-7935

Аннотация. Целью статьи является систематизация, уточнение и дополнение имеющихся теоретических знаний о когнитивных стратегиях создания креативных элементов в переводческой деятельности, все более востребованных в контексте современных требований к деятельности переводчика. Анализируются имеющиеся результаты текстоцентрических и процессуально-ориентированных исследований креативности в переводе. Посредством метода когнитивного моделирования реконструируется когнитивный механизм, актуализирующий порождение креативных идей в переводческой деятельности. Его ключевым компонентом выступает когнитивная проекция – осознанная разумная интеграция когнитивных установок, стратегий перевода и ментальных операций, в большинстве случаев приводящая к выработке креативных переводческих решений, требующих больших трудозатрат. Результаты исследования показали, что переводческая креативность выходит за пределы лингвокреативности, реализуясь как с помощью лингвистических (готовые речевые словоформы или новые

словообразования), так и паралингвистических (цветовая гамма, графические неологизмы и т. д.) средств. Рассмотренные в статье примеры показывают, что генерализация, конкретизация, модуляция и языковая компрессия являются продуктивными ментальными операциями порождения креативных решений в переводе. Стратегии доместикации, «золотой середины» и транскреации создают условия для актуализации и формирования переводческой креативности.

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

COGNITIVE BASIS OF MAKING CREATIVE DECISIONS IN TRANSLATION ACTIVITIES

Kolmogorova Anastasia Vladimirovna,
Doctor of philological sciences, Professor,
Head of Department of Roman languages and Applied Linguistics,
Siberian Federal University
nastiakol@mail.ru
Prospekt Svobodny, 82a, 660041 Krasnoyarsk, Russian Federation
ORCID: 0000-0002-6425-2050

Chistova Elena Victorovna,
Candidate of philological sciences, Assistant Professor,
Head of Department of Oriental Languages, Siberian Federal University
irias@volsu.ru
Prospekt Svobodny, 82a, 660041 Krasnoyarsk, Russian Federation
ORCID: 0000-0002-4016-7935

Abstract. The purpose of the paper is to systematize, refine and supplement the available theoretical knowledge about translation creativity according to the trends of the 21st century. The author describes the available results of searching for creativity in target texts, and exploring it in the translation process, namely in different phases of the translation process, expertise, problem-solving processes, and promoting creativity in translation teaching and learning. The paper provides a cognitive mechanism scheme that launches creative ideas in translation activities. A key component of this mechanism is 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, graphic neologisms, etc.). The examples considered in the article show that generalization, concretization, modulation and language compression 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 model.

Введение

Креативность в контексте потребностей современного общества воспринимается как один из катализаторов научного и социального прогресса. Она ассоциируется с такими личными качествами, как воображение, интеллектуальное любопытство, способность к принятию решений и критическому анализу. Оказавшись в центре внимания академического и профессионального сообществ, креативность стала рассматриваться в качестве мощного инструмента 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 по-прежнему остается открытым в предметном дискурсе когнитивного переводоведения.

Целью данной статьи является систематизация имеющихся знаний в области переводческой креативности и моделирование когнитивного механизма порождения креативного решения в переводе.

Поставленная цель требует реализации следующих задач: 1) описать существующие траектории изучения креативности в переводческой

деятельности; 2) представить модель когнитивного механизма, актуализирующего поиск креативного решения в переводе; 3) раскрыть эвристический потенциал данной модели на примере лингвистических и паралингвистических средств создания креативности в переводе.

Для решения поставленных задач используются следующие *методы*: оценочно-критический анализ теоретической литературы, метод когнитивного моделирования, метод озвучивания процессов мышления СМП, метод воспроизведения и ретроспекции.

Траектории изучения креативности в переводческой деятельности

В отношении феномена креативности в переводоведении можно наблюдать четыре основных траектории движения исследовательской мысли: изучение влияния креативности 1) на характер переводческих преобразований; 2) на динамику протекания переводческого процесса, 3) на характеристики и специфику когнитивной деятельности субъекта перевода, а также 4) на успешность обучения навыкам и компетенциям в области переводческой деятельности (лингводидактика перевода). В контексте каждой траектории в основу определения креативности включаются различные параметры, а для ее изучения применяются различные методы исследования.

Так, в исследованиях переводческих преобразований креативность анализируется в рамках фокусирующегося на тексте как продукте перевода текстоцентрического подхода, где рассматривается как отклонение от буквального перевода [Baker, 1996; Bayer-Hohenwarter, 2011; Dancette, Audet, Laurence, 2007; Quillard, 1998; Ubozhenko, 2016; Valdés, 2008; Поздняков, 2016]. При изучении перевода как процесса креативность становится неотъемлемой составляющей стратегий решения проблем, применяемых переводчиком [Bayer-Hohenwarter, 2010; Mednick, 1962; Riccardi, 1998; Rogo, Ramos, 2016; Rojo, 2017; Фесенко, 2005], и исследуется эмпирическими и экспериментальными методами. В работах, где в фокусе внимания оказывается субъект перевода, креативность трактуется как фундированная в его

личностных качествах основа выбора переводчиком способов и средств перевода [Batey, Furnham, 2006; Mackenzie, 1998; Урубкова, 2003; Збанц, 2018]. В последнем случае для изучения креативности применяются методы исследования личности. В области подготовки переводчиков в основном используются процессуально-ориентированные методы для изучения креативности как компетенции, которая должна быть сформирована при обучении переводу [Gran, 1988; Куковская, 2014; Нефедова, Ремхе, 2015; Убоженко, 2016].

Процессуально-ориентированные исследования креативности

Цель процессуально-ориентированных исследований креативности в переводе заключается в выявлении когнитивных установок, способствующих проявлению данного феномена в процессе перевода. В первой половине XX в. креативность в данном аспекте преимущественно изучали на материале художественных текстов: анализировались креативные элементы, создаваемые в ходе заполнения безэквивалентных лакун на уровне стилистики текста [Rojo, 2017].

К концу XX века признание перевода видом деятельности, связанной с решением проблем (problem solving), привело к осознанию необходимости изучения механизмов мышления, актуализирующих переводческую креативность [Mednick, 1962]. Основной исследовательской 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 как перевод стал рассматриваться как постоянный процесс генерирования и оценки альтернатив, как форма игры с открытой информацией, как тип творческого процесса в непрерывных изменениях и инновациях [Rojo, 2017], креативность получила статус необходимого переводческого умения.

Способствовало росту исследовательского интереса к проблеме креативности в переводе и появление ряда когнитивных методов, облегчавших

процесс наблюдения за формированием и проявлением стратегий креативности: think-aloud protocols или TAPs – «стенограммы процессов мышления», а также keylogging – логгинг-метод и т. д. [Rojo, 2017].

Так, экспериментальные данные, полученные при помощи логгинг-метода, свидетельствуют о том, что большинство креативных решений, формируясь на этапах восприятия и воспроизведения, затем консолидируются на этапе контроля осуществленного перевода [Heiden, 2005]. А в устном переводе, где времени для анализа значительно меньше, чаще всего креативность проявляется на этапе восприятия исходной информации, на стадии языковой компрессии. Если генерализация смысла считается результатом хорошо спланированной стратегии, то языковая компрессия рассматривается как более креативный процесс [Gran, 1988].

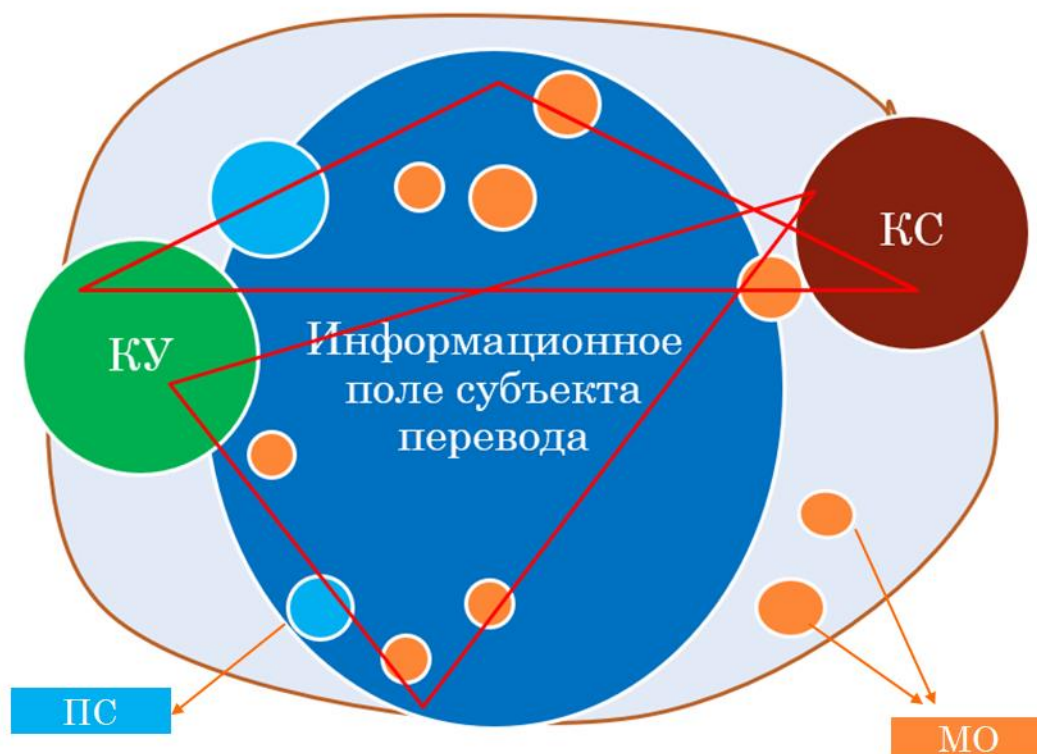
Когнитивный механизм, актуализирующий поиск креативного решения в переводе

Несмотря на значительное количество работ, посвященных переводческой креативности, малоизученным остается проблема порождения креативных решений в профессиональной деятельности переводчика. Для понимания этого процесса рассмотрим когнитивный механизм, актуализирующий поиск подобных решений. С этой целью мы применим *метод когнитивного моделирования*, позволяющий структурировать когнитивные модели человеческого мышления и его функций [Lakoff, 1987].

Принято считать, что восприятие, обработка информации, воспроизведение и контроль переводческого решения, то есть все этапы когнитивной деятельности, происходят в так называемом «черном ящике» переводчика, которое мы определяем как *когнитивное пространство субъекта перевода* (см. Рис. 1). В это пространство входит *информационное поле субъекта*, то есть все множество нейронных связей, приобретенных переводчиком в процессе жизнедеятельности и освоения ментальных репрезентаций из различных областей знания (музыка, танец, художественное искусство, техника,

литература, этнопсихология, лингвистика, теория перевода и т. д.). При получении технического задания на перевод в когнитивном пространстве субъекта формируется 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 *стратегию перевода* (ПС) или гармоничное сочетание стратегий, то есть осознанно конструирует алгоритм своих действий. В свою очередь стратегии перевода влияют на комбинацию *ментальных операций* (МО), производимых субъектом перевода в процессе установления ассоциативных связей между имеющимися в его информационном поле ментальными репрезентациями.

Рис. 1 Когнитивное пространство субъекта перевода



Согласно структурно-активационной теории мышления [Овчинников 2008], между этими репрезентациями существуют сильные и слабые ассоциативные связи. При выполнении рутинных заданий переводчик с легкостью заполняет 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, нетривиальных) 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 в виде треугольников на Рис. 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.

Применим данную модель 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). В области лингвистики креатива выделяется два основных вида креативной

деятельности языковой личности: словотворчество, то есть создание новых единиц языка и реализация лингвокреативной идеи в коммуникативных целях путем использования уже готовых единиц языка [Никитина, 2015, с. 48]. Для фиксации креативных переводческих решений использовался метод TAPs (think-aloud protocols), или метод озвучивания процессов мышления СМП (стенограммы процессов мышления). В ходе работы нам удалось интервьюировать и сделать записи размышлений-саморефлексий трех переводчиков с английским и китайским языками. Рассмотрим примеры, иллюстрирующие первый вид переводческой лингвокреативности.

Пример 1. Моделируя когнитивную проекцию, зададим компоненты когнитивного пространства при переводе относительно нового в англоязычной лингвистике термина *linguaging* – 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 [Love, 2007; Cowley, 2016]:

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. Приведем реплики из стенограммы 4: «... *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*».

5) стратегия перевода – доместикация;

6) ментальные операции – прием модуляции методом построения логических цепочек. Приведем реплики из стенограммы 4: «*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...». 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 опыте и заданном контексте → достижение взаимодействия в речевой деятельности → речевая деятельность в конкретной жизненной ситуации с целью взаимопонимания → *речезжизненное взаимодействие*.

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

Интересные креативные решения создаются переводчиком в процессе применения стратегии «золотой середины» – гармоничного сочетания форенизации и доместикации.

Пример 2. Так, при переводе китайской сказки «Ленивец кушает лепешку» с целью траспонирования 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 транскрипции», представив вариант «...по имени Лень-дун...» [Кудреватых, 2018, с. 39]. Приведем реплики из стенограммы 2: *«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... ».* В процессе контроля когнитивной проекции приходим к выводу, что креатема Лень-дун адекватно передает смысл говорящего имени главного героя китайской сказки,

имплицитно представленного в значении каждого иероглифа и креативно воссозданного на русском языке на графическом (а→е) и, соответственно, фонологическом уровнях, что соответствует следованию когнитивных установок на гибкость и аттрактивность для русскоязычного ребенка.

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

Пример 3. Поскольку в XIX веке Япония находилась в политической и экономической изоляции, то межкультурные контакты были ограничены. Тем не менее, переводческая деятельность была востребована, но естественным образом ключевой стратегией перевода выступала доместикация, иногда имеющая свои экстремальные проявления в стилистической адаптации к японской лингвокультуре. Так, название произведения А.С. Пушкина «Капитанская дочка» в переводе Текасу Харусуке (1883 г.) имело довольно экстравагантный перевод «Сердце цветка и думы бабочки. Удивительные вести из России» (обратный перевод с японского языка) [Кандель, 2019], 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, 2019].

В переводческой деятельности креативность следует рассматривать гораздо шире – это понятие выходит за пределы лингвокреативности и распространяется на уровне коммуникативной ситуации, учитывая экстралингвистические факторы и используя паралингвистические средства для более успешного трансфера культурно-опосредованных идей и создания аттрактивного для принимающей культуры текста.

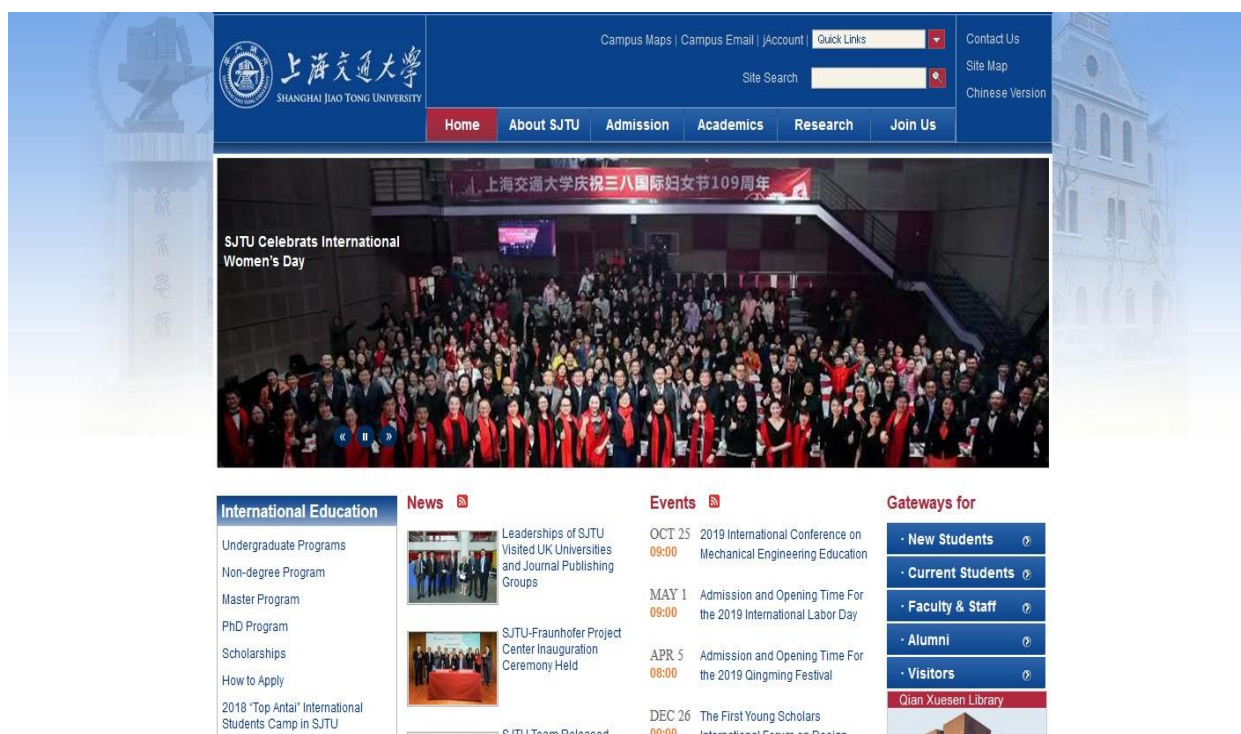
Рис. 1. Главная страница Шанхайского университета, предназначенная для китайских реципиентов



Пример 4. Так, при локализации веб-сайтов переводчики демонстрируют стратегию транскреации и, прежде чем перейти к переводу самого текста, сначала решают проблему цветового и графического оформления сайта, выполняющего аттрактивную функцию [Соколова, 2019, с. 38–39]. Известно, что в китайской культуре широко используется красный цвет, считающийся символом процветания, соотносящийся с идеями почтительного и возвышенного. Следовательно, значительная часть цветовой графики китайских веб-сайтов университетов в полностью выполнена в красной гамме (Шанхайский университет (см. Рис. 1), Пекинский университет) или частично красной (Научно-технический университет Китая, Уханьский университет).

Однако большинство локализованных версий китайских вузов, предназначенных для англоязычной аудитории, выполнено в синих тонах, в западной культуре символизирующих доверие и авторитет. Следовательно, синий для англоязычного реципиента ассоциируется с образовательным или научным дискурсами в отличие от красного – цвета, символизирующего страсть и опасность (см. Рис. 2).

Рис. 2. Главная страница Шанхайского университета, предназначенная для англоязычных реципиентов



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.

Когнитивным механизмом, позволяющим осуществлять переводческую креативность, является механизм когнитивной проекции.

Когнитивная проекция – это деавтоматизированная интеграция необходимых элементов, находящихся в когнитивном пространстве субъекта перевода, с целью принятия креативного переводческого решения. С помощью когнитивной проекции гармонично интегрируются когнитивные установки, автоматически задаваемые благодаря сформированной переводческой компетенции и имеющимся в информационном поле переводчика знаниям, со стратегией перевода, осознанно выбираемой в соответствии с коммуникативной ситуацией и активацией сильных и слабых связей между

ментальными репрезентациями, разумный экокognитивный баланс [Колмогорова, 2016] которых приводит к ментальным операциям по принятию 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 больше вероятность выявления в нем креативных элементов.

Переводческая креативность реализуется не только лингвистическими средствами (готовыми речевыми словоформами или новыми словообразованиями), но и паралингвистическими (цветовой гаммой, графическими неологизмами и т. д.). Продуктивными ментальными операциями в случае порождения креативных решений в переводе являются генерализация, конкретизация, модуляция и языковая компрессия. Рассмотренные примеры реализации креативности в переводе указывают на тот факт, что стратегии доместикации, «золотой середины» и транскреации в наибольшей степени способствуют формированию переводческой креативности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Збанц Л. П. Автор/авторы уровней креативности в переводе // Актуальные проблемы современной лингвистики и гуманитарных наук: сборник статей X Международной научно-методической конференции. – Российский университет дружбы народов, 2018. С. 76–96.

Злыгостев А. С. Лев Толстой и проблемы современного японского романа // История Японии. 2013–2018. – URL: <http://nippon-history.ru/books/item/f00/s00/z0000019/st010.shtml> (дата обращения: 12.04.2019).

Кандель Б. Л. Указатель переводов романа «Капитанская дочка» на иностранные языки. – URL: <http://feb-web.ru/feb/pushkin/texts/selected/kdo/kdo-297-.htm> (дата обращения: 18.04.2019).

Колмогорова А. В. Когнитивная автономия, гетерономия и экология: взгляд лингвиста // Когнитивные исследования языка. – 2016. № 27. С. 61–68.

Кудреватых И. Е. Проблема переводческой адаптации китайских сказок на русский язык. – СФУ: Красноярск, 2018. 109 с.

Куковская А. В. Стратегия перевода и креативность: из опыта обучения профессионально ориентированному переводу с английского на русский язык студентов нелингвистических специальностей // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Образование и педагогические науки. – 2014. № 700. С. 97–106.

Нефедова Л. А., Ремхе, И. Н. Креативность в переводе как один из когнитивных критериев компетентности (на основе материалов специализированного перевода) // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. – 2015. Т. 1. № 2. С. 70–77.

Никитина О. А. Словотворчество как проявление лингвокреативности современной немецкой языковой личности // Филология и человек. – 2015. №1. Барнаул. С. 47–57.

Овчинников Н. Ф. Новый взгляд на мышление. – Ростов н/Дону: Рост-Издат. 2008. 158 с. URL: <https://metodolog.ru/01471/01471.html> (дата обращения: 02.05.2019).

Поздняков М. В. Языковая креативность в русских переводах Мартина Хайдеггера // Труды института русского языка им. В.В. Виноградова. – 2016. Т. 7. С. 241–253.

Соколова Д. Б. Транскреация китайских образовательных веб-сайтов на национальных и локализованных площадках. – СФУ: Красноярск, 2018. 70 с.

Убоженко И. В. О когнитивном моделировании интуиции и творчества в переводе: интерпретативно-семиотический подход // Вестник Санкт-

Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2016. № 4. С. 122–141.

Фесенко Т. А. Креативность и проблемы перевода // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2005. № 1 (2). С. 49–54.

Baker M. Corpus-based translation studies: The challenges that lie ahead // Terminology, LSP and Translation: Studies in Language Engineering in honour of Juan C. Sager. – Amsterdam, 1996. P. 175–185.

Bayer-Hohenwarter G. Comparing translational creativity scores of students and professionals: Flexible problem-solving and/or fluent routine behaviour? / New Approaches in Translation Process Research // Copenhagen Studies in Language. 2010. Vol. 39. P. 83–111).

Bayer-Hohenwarter G. “Creative shifts” as a means of measuring and promoting creativity // Meta. – 2011. 56(3). P. 663–692.

Cowley Stephen. (2016). Changing the idea of language: Nigel Love's perspective. Language Sciences. 61. 10.1016/j.langsci.2016.09.008.

Love N. Are languages digital codes? // Language Sciences. 2007. Vol. 5 (29). P. 690–709.

Dancette J., Audet L., Laurence J. Axis and criteria of creativity in translation // Meta. – 2007. 52(1). P. 108–122.

Gran L. In-training development of interpreting studies and creativity // Translator's Strategies and Creativity. – Amsterdam, 1988). P. 14 –162.

Heiden T. Blick in die Black Box // Meta. – 2005. 50 (2). P. 448–472.

Lakoff George. Women, Fire, and Dangerous Things. What Categories Reveal about the Mind. 1987. Гл. 1, 17.

Mackenzie R. Creative Problem-Solving and Translator Training // Translator's Strategies and Creativity. – Amsterdam. The Netherlands/Philadelphia, PA: Benjamins, 1998. P. 201–206.

Mednick S. A. The Associative Basis of the Creative Process // Psychological Review. – 1962.69(3). P. 220–232.

Quillard G. Translating Advertisements and Creativity // Translator's Strategies and Creativity. – Amsterdam. The Netherlands/Philadelphia, PA: Benjamins, 1998. P. 23–32.

Riccardi A. Interpreting strategies and creativity // Translator's Strategies and Creativity. – Amsterdam, The Netherlands/Philadelphia, PA: Benjamins, 1998. P. 171–179.

Rojo A. The Role of Creativity // The Handbook of Translation and Cognition. – Hoboken: John Willey & Sons Inc, 2017. P. 350–369.

Sarcevic S. Creativity in Legal Translation: How much is too much? // Translation in Context. – Amsterdam, The Netherlands/Philadelphia, PA: Benjamins, 2000. P. 281–290.

Ubozhenko I. V. On creative occasionalisms in teaching translation // Professionally oriented translation: reality and prospects: collection of scientific papers of the 11th International Scientific and Methodological Internet Conference. – Edited by N.N. Gavrilenko, 2016. P. 279–287.

Valdés C. Creativity in advertising translation // Special Issue on Creative Translation. – 2008. №13. P. 37–56.

REFERENCES

Zbants L.P. Avtor/avtory urovnei kreativnosti v perevode [Author / Authors of Levels of Creativity in Translation]. In *Aktual'nye problemy sovremennoi lingvistiki i gumanitarnykh nauk*. Sbornik statei Kh Mezhdunarodnoi nauchno-metodicheskoi konferentsii. Rossiiskii universitet druzhby narodov. 2018, pp. 76-96.

Zlygostev A.S. Lev Tolstoi i problemy sovremennogo yaponskogo romana [Leo Tolstoy and the Problems of the Modern Japanese Novel]. In *Istoriya Yaponii*. 2013–2018. URL: <http://nippon-history.ru/books/item/f00/s00/z0000019/st010.shtml> (mode of access: 12.04.2019).

Kandel' B. L. Ukazatel' perevodov romana «Kapitanskaya dochka» na inostrannye yazyki [Index of Translations of the Novel "The Captain's Daughter" into Foreign

Languages]. URL: <http://feb-web.ru/feb/pushkin/texts/selected/kdo/kdo-297-.htm> (mode of access: 18.04.2019).

Kolmogorova A.V. Kognitivnaya avtonomiya, geteronomiya i ekologiya: vzglyad lingvista [Cognitive Autonomy, Heteronomy and Ecology: a Linguist's View]. In Boldyrev N. N. (Ed.). *Kognitivnye issledovaniya yazyka*. 2016, no 27. pp. 61-68.

Kudrevatykh, I. E. (2018). Problema perevodcheskoi adaptatsii kitaiskikh skazok na russkii yazyk [The Problem of Translation Adaptation of Chinese Tales into Russian]. SFU. Krasnoyarsk. 109 p.

Kukovskaya A.V. Strategiya perevoda i kreativnost': iz opyta obucheniya professional'no orientirovannomu perevodu s angliiskogo na russkii yazyk studentov nelingvisticheskikh spetsial'nostei [Translation Strategy and Creativity: from the Experience of Teaching Professionally Oriented Translation from English into Russian of Non-Linguistic Specialties Students]. In *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Obrazovanie i pedagogicheskie nauki*. 2014, no 700. pp. 97-106.

Nefedova L.A., Remkhe I.N. Kreativnost' v perevode kak odin iz kognitivnykh kriteriev kompetentnosti (na osnove materialov spetsializirovannogo perevoda) [Creativity in Translation as One of the Cognitive Criteria of Competence (Based on Specialized Translation Materials)]. In *Vestnik Tyumenskogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniya. Humanitates*. 2015, vol. 1. no 2. pp. 70-77.

Nikitina O.A. Slovtvorchestvo kak proyavlenie lingvokreativnosti sovremennoi nemetskoi yazykovoi lichnosti [Word-making as a Manifestation of Linguistic Creativity of a Modern German Language Personality]. In *Filologiya i chelovek*. 2015, no1. Barnaul. pp. 47-57.

Ovchinnikov N.F. Novyi vzglyad na myshlenie [A New Way of Thinking]. Rostov n/Donu. Rost-Izdat, 2008, 158 p.

Perteghella M., Loffredo E. (2006) *Translation and Creativity: Perspective n Creative Writing and Translation Studies*. London: Continuum.

Pozdnyakov M.V. Yazykovaya kreativnost' v russkikh perevodakh Martina Khaideggera [Language Creativity in Martin Heidegger's Russian Translations]. In *Trudy instituta russkogo yazyka im. V.V. Vinogradova*. 2016, vol. 7. pp. 241-253.

Sokolova D.B. Transkreatsiya kitaiskikh obrazovatel'nykh veb-saitov na natsional'nykh i lokalizovannykh ploshchadkakh [Transcreation of Chinese Educational Websites at National and Localized Sites]. SFU. Krasnoyarsk, 2018, 70 p.

Ubozhenko I.V. O kognitivnom modelirovanii intuitsii i tvorchestva v perevode: interpretativno-semioticheskii podkhod [On Cognitive Modeling of Intuition and Creativity in Translation: Interpretative-Semiotic Approach]. In *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta*, 2016, Seriya 9. Filologiya. Vostokovedenie. Zhurnalistika. no 4. pp. 122-141.

Fesenko T. A. Kreativnost' i problemy perevoda [Creativity and Translation Problems]. In Boldyrev N. N. (Ed.). *Voprosy kognitivnoi lingvistiki*. 2005, no 1 (2). pp. 49-54.

Baker M. Corpus-based translation studies: The challenges that lie ahead. In H. Somers (Ed.) *Terminology, LSP and Translation: Studies in Language Engineering in honour of Juan C. Sager*. Amsterdam, 1996, pp. 175-185.

Bayer-Hohenwarter G. Comparing translational creativity scores of students and professionals: Flexible problem-solving and/or fluent routine behaviour? In S. Göpferich, F. Alves and I. Mees (Eds.), *New Approaches in Translation Process Research. Copenhagen Studies in Language*. Copenhagen: Samfundslitteratur, 2010. vol. 39, pp. 83–111).

Bayer-Hohenwarter G. “Creative shifts” as a means of measuring and promoting creativity. *Meta*, 2011. 56(3), pp. 663-692.

Cowley Stephen. (2016). Changing the idea of language: Nigel Love's perspective. *Language Sciences*. 61. 10.1016/j.langsci.2016.09.008.

Love N. Are languages digital codes? // *Language Sciences*. 2007. Vol. 5 (29). P. 690–709.

Dancette J., Audet L., Laurence J. Axis and criteria of creativity in translation. *Meta*, 2007, 52(1). pp. 108-122.

Gran L. In-training development of interpreting studies and creativity. In A. Beylard-Ozeroff, J. Kralova and B. Moser-Mercer (Eds.), *Translator's Strategies and Creativity*. Amsterdam, PA: Benjamins, 1988, pp. 145-162.

Heiden T. Blick in die Black Box. *Meta*, 2005. 50 (2), pp. 448-472.

Lakoff George. Women, Fire, and Dangerous Things. What Categories Reveal about the Mind. 1987. Гл. 1, 17.

Mackenzie R. Creative Problem-Solving and Translator Training. In A. Beylard-Ozeroff, J. Kralova and B. Moser-Mercer (Eds.), *Translator's Strategies and Creativity*. Amsterdam, PA: Benjamins, 1998, pp. 201-206.

Mednick S.A. The Associative Basis of the Creative Process. *Psychological Review*, 1962, 69(3), pp. 220-232.

Quillard G. Translating Advertisements and Creativity. In A. Beylard-Ozeroff, J. Kralova and B. Moser-Mercer (Eds.), *Translator's Strategies and Creativity*. Amsterdam, PA: Benjamins, 1998, pp. 23-32.

Riccardi A. Interpreting strategies and creativity In A. Beylard-Ozeroff, J. Kralova and B. Moser-Mercer (Eds.), *Translator's Strategies and Creativity*. Amsterdam, PA: Benjamins, 1998, pp. 171-179.

Rojo A. The Role of Creativity. In J. W. Schwieter and A. Ferreira (Eds.), 2017, pp. 350–369.

Sarcevic S. Creativity in Legal Translation: How much is too much? // In A. Chesterman, N. G. San Salvador, & Y. Gambier. *Translation in Context*. Amsterdam, The Netherlands/Philadelphia, PA: Benjamins, 2000, pp. 281-290.

Ubozhenko I. V. On creative occasionalisms in teaching translation // Professionally oriented translation: reality and prospects: collection of scientific papers of the 11th International Scientific and Methodological Internet Conference. – Edited by N.N. Gavrilenko, 2016. – P. 279–287.

Valdés C. Creativity in advertising translation. In *Special issue on Creative Translation*, 2008, vol.13, pp. 37-56.