

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра восточных языков
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
восточных языков
_____ Е.В. Чистова

« ____ » _____ 2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**ИНТЕРЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ
ОБРАЗА РОССИИ В АУДИОВИЗУАЛЬНОМ ПЕРЕВОДЕ
МУЛЬТСЕРИАЛА «СМЕШАРИКИ» НА КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК**

Выпускник

А.С. Экзархова

Научный руководитель

канд. филол. наук,
доц. Е.В. Чистова

Нормоконтролер

А.П. Мутасова

Красноярск 2022

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ МЕЖЪЯЗЫКОВОЙ ЛОКАЛИЗАЦИИ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ В АСПЕКТЕ ИНТЕРЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ..	7
1.1. Аудиовизуальное произведение как отражение национальной и языковой картины мира	7
1.1.1. Аудиовизуальный перевод как отдельный вид перевода	7
1.2.2. Национально-языковая идентичность аудиовизуального анимационного произведения.....	10
1.1.3. Лингвокультурный аспект в аудиовизуальном переводе	12
1.2. Межъязыковая локализация в аспекте аудиовизуального перевода	15
1.2.1. Проблемы межъязыковой локализации аудиовизуального анимационного произведения.....	15
1.2.2. Стратегии и приемы локализации и лингвокультурной адаптации аудиовизуального анимационного произведения.....	18
1.3. Интерлингвокультурология как отдельное направление межкультурной коммуникации	25
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.....	31
ГЛАВА 2. ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА РОССИИ ЧЕРЕЗ ПЕРЕВОД АНИМАЦИОННОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ С РУССКОГО НА КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК НА ПРИМЕРЕ МУЛЬТСЕРИАЛА «СМЕШАРИКИ».....	32
2.1. Принципы образования китайских ксенонимов, обращенных в область русской культуры.	35
2.2. Особенности влияния стилизации текста на полноту формирования образа России.....	45
2.3. Обратная демонизация образа России посредством ксенонимов	53
2.4. Специфика влияния экстралингвистических особенностей аудиовизуального произведения на формирование образа России	55
ВЫВОД ПО ГЛАВЕ 2.....	64
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	66
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	69

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время в Китае растет популярность многосерийных и полнометражных мультипликационных фильмов российского производства. Таким образом, в связи с тем, что русская культура с каждым днем все сильнее проникает в сознание китайцев, важной задачей представляется изучение образа России, формирующегося посредством локализации аудиовизуальных произведений, к которым относятся и мультипликационные фильмы.

Данное исследование затрагивает лингвокультурную адаптацию аудиовизуального текста, рассматриваемую на примере локализации на китайский язык российского анимационного сериала «Смешарики» в аспекте интерлингвокультурологии. В работе рассматриваются необходимые для данного исследования проблемы иноязычного описания русской культуры путем локализации аудиовизуального произведения. К нерешенным проблемам также следует отнести вопросы, связанные с переводом безэквивалентной лексики; вопросы о лексико-семантических, грамматических, структурных и стилистических особенностях речи персонажей в текстах оригинала и проблемы их переводов на китайский язык; вопросы о степени их воздействие на формирования положительного образа страны в сознании реципиентов.

Интерес к межкультурной адаптации аудиовизуального произведения обусловлен требованием анализа лингвокультурологических факторов, направленных на адекватность передачи информации целевой аудитории, социальных и культурных традиций в языке оригинала и перевода. Такие произведения часто содержат большое количество лингвокультурных особенностей, заключенных в вербальных и визуальных знаках, которые формируют представление о других культурах. Данное исследование показывает, что в рассматриваемом аудиовизуальном произведении присутствует информация, содержащая национально-культурные отличия, влияющие на формирование у аудитории представления об образе страны.

Актуальность исследования обусловлена, во-первых, отсутствием достаточного количества теоретических работ по переводческим лакунам в аспекте интерлингвокультурологии, столько значимой в контексте современной политической ситуации в мире; во-вторых, острой потребностью выявления релевантных интерлингвокультурологических средств, работающих на формирование положительного образа государства у целевой аудитории; в-третьих, необходимостью изучения лексико-семантических и стилистических особенностей межъязыковой локализации аудиовизуального русскоязычного контента для китайского зрителя.

Объектом исследования является межкультурная коммуникация в части межъязыковой локализации аудиовизуального произведения под целевую аудиторию.

Предметом исследования являются интерлингвокультурологические средства межъязыковой локализации в русско-китайском аудиовизуальном переводе.

Цель исследования заключается в выявлении особенностей формирования образа России посредством межкультурной локализации анимационного аудиовизуального произведения в аспекте интерлингвокультурологии.

В соответствии с поставленной целью потребовалось решение следующих **задач**:

1. Охарактеризовать аудиовизуальное анимационное произведение как отражение национальной и языковой картины мира.
2. Выделить лингвокультурологические проблемы локализации и переводческой адаптации аудиовизуальных анимационных произведений.
3. Создать выборку и анализ эпизодов на русском и китайском языках анимационного сериала «Смешарики».
4. Выделить и проанализировать основные интерлингвокультурологические средства, способствующие передаче

национальной специфики при локализации анимационного аудиовизуального произведения.

5. Определить особенности иноязычного описания русской культуры путем локализации аудиовизуального текста на китайский язык в аспекте интерлингвокультурологии.

6. Проанализировать образ России, формирующийся у реципиента посредством локализации аудиовизуального анимационного произведения на китайский язык.

Методологической основой для исследования послужили: метод сплошной выборки, сравнительно-сопоставительный анализ исходного аудиовизуального текста и текста перевода, переводческий анализ, функционально-стилистический и лингвокультурологический анализ текста.

Материалом исследования послужил переводной аудиовизуальный текст мультипликационного сериала «Смешарики» в объеме 20 серий длительностью по 6 минут на ИЯ и ПЯ, что в совокупности составило 4 часа. Единицей анализа послужили сверхфразовые единства в виде реплик персонажей в совокупности с экстралингвистическими факторами, такими как аудио и видеоряд, особенности дубляжа.

В качестве **теоретической базы** исследования были использованы труды ученых в области интерлингвокультурологии (Е.В. Белоглазова, В.В. Кабакчи, Н.Н. Бочегова, Е.В. Чистова и др.), аудиовизуального перевода (А.В. Козуляев, К.Е. Костров, Е.Д. Маленова, М.М. Степанова, Хайрулина и др.); киноперевода (В.Е. Горшкова, И.К. Федорова и др.), общей теории перевода (В.Н. Комиссаров, Н.К. Яшина и др.).

Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы в процессе аудиовизуального перевода, направленного на формирование положительного и в то же время целостного образа страны в сознании реципиента контента.

Апробация. Основные положения проведенного исследования были представлены на XIV Международной научно-практической конференции молодых исследователей (г. Красноярск, 2022 г.) и II Международном Форуме языков и культур (г. Красноярск, 2021). На основе материала данного исследования были опубликованы следующие статьи:

1. Экзархова А.С. Особенности адаптации имен персонажей российских мультфильмов для китайского зрителя (на материале мультсериала «Смешарики») // *Siberia Lingua*. 2020. Вып. 1. С. 115–124.

2. Чистова Е.В., Экзархова А.С. Национальная идентичность и образ России посредством лингвокультурного трансфера аудиовизуального произведения (кейс перевода анимации на китайский язык) // *Человеческий капитал*. 2022. Т. 1. № 5 (161). С. 156–161.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ МЕЖЪЯЗЫКОВОЙ ЛОКАЛИЗАЦИИ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ В АСПЕКТЕ ИНТЕРЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ

1.1. Аудиовизуальное произведение как отражение национальной и языковой картины мира

1.1.1. Аудиовизуальный перевод как отдельный вид перевода

С каждым годом аудиовизуальный перевод набирает все большую популярность в мире, данная тенденция обусловлена тем, что в нынешнюю эпоху глобализации создается внушительный объем аудиовизуального контента, что повышает интерес ученых-переводоведов.

В настоящее время большое количество многочасового аудиовизуального контента (мультфильмы, сериалы, художественные и документальные фильмы, рекламные ролики и т. д.) переводится на разные языки, но в большинстве случаев, по мнению Е.Д. Маленовой, такой перевод не является высококачественным. Факторами, породившими данную проблему, являются: 1) сложность самого процесса аудиовизуального перевода и его озвучивания; 2) выход на рынок большого количества непрофессиональных студий и переводчиков-любителей; 3) недостаточная проработанность теоретических основ данного вида перевода [Маленова, 2017]. Термин «аудиовизуальный перевод» вошел в отечественное языкознание и переводоведение относительно недавно. Долгое время работы отечественных ученых были посвящены изучению видеоперевода/киноперевода. Они рассматривали его с точки зрения переводческой деятельности, направленной на перевод фильмов как уже законченных произведений [Козуляев, 2019]. Перед тем, как более подробно рассмотреть данный тип перевода, следует дать определение понятию «аудиовизуальный перевод».

Аудиовизуальный перевод – это «одна из самых актуальных областей современного переводоведения, представляющих собой перевод вербального компонента видеозаписи, в рамках которого подразумевается синхронизация вербальных и невербальных элементов» [Калинина, Степанова, 2016: 38].

Аудиовизуальный перевод – это «особый вид переводческой деятельности, не относящийся ни к устному, ни к письменному переводу, но в то же время занимающий промежуточное положение между этими двумя уровнями перевода. Основными смыслообразующими модальностями аудиовизуальных текстов являются язык, изображения, музыка, цвет и перспектива» [Хайрулина, 2019].

На данный момент в лингвистике само понятие «аудиовизуальный перевод» не имеет точного определения и в то же время не является единственным термином для обозначения данного вида деятельности, поскольку аудиовизуальный перевод – сравнительно новое направление переводоведения. А.В. Козуляев, основатель первой в России школы аудиовизуального перевода, считает, что до сих пор среди ученых в области переводоведения преобладает тенденция придерживаться текстоцентрического подхода при исследовании данного типа перевода [Козуляев, 2013]. Под аудиовизуальным текстом будет пониматься текст, особенностью которого является объединение вербальных и невербальных знаков. Восприятие такого текста согласно Е.Е. Анисимовой представляет собой процесс двойного декодирования заложенной в нем информации: адресат сначала воспринимает невербальную составляющую, представляющую собой зрительно-аудиальный ряд, что в конечном итоге формирует целостное понимание информации, заложенной в нее автором [Анисимова, 2003].

Исследователи в области теории перевода не так давно стали выделять данный вид перевода не только, как одно из направлений переводоведения, но и как самостоятельную область исследования. Переводчик, обрабатывая аудиовизуальные тексты, выполняет действия, отличающиеся от перевода

стандартного текста. Выделение аудиовизуального перевода в отдельную дисциплину, требующую собственного понятийного аппарата и разработки специальных курсов по обучению, связано с тем, что:

- аудиовизуальный перевод – это «ограниченный» перевод из-за наличия внешних по отношению к языку и коммуникативной ситуации технических требований;
- аудиовизуальное произведение по своей сути многозначно;
- аудиовизуальный перевод требует знания различных стратегий смыслового анализа и синтеза с учетом сущности и объема информации, поступающей по параллельным каналам восприятия [Козуляев, 2013].

Текст для данного вида перевода состоит из диалогов, песен, закадровых комментариев и графических элементов (надписей). Аудиовизуальный текст имеет свои особенности: 1) в отличие от других типов текстов он рассчитан на мгновенное восприятие, из чего следует, что он должен быть информативным и понятным аудитории; 2) он ограничен временными рамками звучания и сопровождается видеорядом, облегчающим переводчикам выбор возможных вариантов перевода [Костров, 2015].

Аудиовизуальный перевод представляет собой перевод на другой язык текстов, сочетающих в себе несколько модальностей восприятия (зрение и слух) и их перенос в другую культуру. По мнению К.Е. Кострова, одной из основных задач перевода должно быть воздействие на слушателя исходного текста [Костров, 2015].

Стоит также отметить важную роль аудиовизуального перевода в сфере лингвокультурного обмена между представителями различных стран, так как перевод иноязычных текстов пользуется большим спросом – объясняется это тем, что актуальность международных отношений с различными государствами возрастает с каждым днем. Данная тенденция повлекла за собой рост популярности аудиовизуального перевода и его востребованность на международном рынке [Там же].

Таким образом, аудиовизуальный перевод – это вид устно-письменного перевода контента, включающего в себя несколько модальностей восприятия, с целью эффективного воздействия на целевую аудиторию и продуктивного информационного и эмоционально-эстетического обмена между представителями различных лингвокультур.

1.2.2. Национально-языковая идентичность аудиовизуального анимационного произведения

Как упоминалось нами ранее перевод аудиовизуальных произведений является одним из самых востребованных, особенно перевод анимационных произведений, предназначенных для детской аудитории, так как данный вид переводческой деятельности обладает высоким потенциалом художественно-эстетического, нравственно-эмоционального воздействия, а также широкими воспитательно-образовательными возможностями.

В большинстве ситуаций аудитория воспринимает анимационные произведения как развлекательный продукт с упрощенным контентом, однако он таковым не является.

Кино, перейдя с больших экранов в телевизионную среду, превратилось в анимационные сериалы, тем самым приобрело еще более сложную знаковую структуру. Каждый текст обладает замыслом, составленным адресантом, который должен быть «обнаруженным» адресатом. Аудитория легче воспринимает анимационные фильмы, ориентированные на разные лингвокультуры, нежели фильмы, созданные в рамках одной лингвокультуры. Тем не менее использование текста, относящегося к инокультурной картине мира и к языку, на котором изначально был создан фильм, подразумевает его полноценную интерпретацию, а в случае перевода такого текста на иностранный язык данная проблема усугубляется [Подлегаева, 2020].

Из-за тенденции современного общества развиваться в русле глобализации возникает проблема сохранения национальной идентичности и

национальной языковой картины мира, а также приспособления к окружающей действительности путем адаптации и локализации [Там же].

«Картина мира» является одним из базовых понятий во многих гуманитарных науках, поскольку отражает особенности человека и его жизненного уклада, его взаимоотношение с миром и условия существования в этом мире [Постовалова, 1988]. Понятие национальной картины мира неотделимо от понятия языковой картины мира, так как и то и другое формируется под влиянием множества факторов, находящихся во взаимодействии и взаимообусловленности друг с другом. Процесс выделения национально-культурной специфики отличается своими способами и закономерностями в разных языковых системах [Подлегаева, 2020].

Языковая картина мира во многом опирается на понятие национальной идентичности, под которой понимается видение и восприятие человеком того, что его окружает [Корнилов, 2003]. Национальная идентификация представляет собой многоплановое понятие, затрагивающее практически все стороны жизни человека, в том числе культуру и язык. Одним из первых ученых, обратившихся к проблеме национальной идентичности, был В. фон Гумбольдт, именно им было сформулировано положение о соотношении языка и народа, согласно которому своеобразие языка оказывает влияние на сущность нации. Таким образом изучение языка должно включать все то, что история и философия связывают с внутренним миром человека. Основными положениями данной концепции являются следующие:

- духовная и материальная культура воплощается в языке;
 - каждая культура соотносится с национальностью, ее национальный характер отражается в языке посредством картины мира ее носителей;
 - языку присуща специфическая внутренняя форма, которая является выражением его культурной компетенции;
 - язык – это звено между человеком и окружающим миром
- [Маслова, 2007].

Система национального языка предопределяется совокупностью универсальных представлений о мире, которые реализуются в том числе и в аудиовизуальном анимационном произведении. Поскольку национальная идентичность неотделима от языковой картины мира, так как находится в тесной связи с ней, то культурная информация будет закодирована в семантической и грамматической структуре слов текста произведения [Савицкий, 2016]. Национально-лексический состав языковых единиц определяется рядом семантических, грамматических, стилистических характеристик, которые в том числе базируются на приобретенных в ходе опыта фоновых знаниях [Подлегаева, 2020].

В настоящее время одним из наиболее ярких примеров кодирования национально-языковой идентичности можно считать анимационное произведение (мультипликацию). Современные анимационные сериалы естественным образом отражают языковую картину мира страны, создающей анимационное произведение.

Одним из видов воздействия анимационного произведения является социализирующее, а именно упрощение протекания процесса интеграции ребенка как основного реципиента анимационной продукции. Основная составляющая анимационного произведения заключается в передаче аудитории лингвокультурологических национальных особенностей.

1.1.3. Лингвокультурный аспект в аудиовизуальном переводе

Перевод анимационных фильмов неразрывно связан с культурой. Этот процесс имеет свои особенности и сложности, поскольку предполагает тесное взаимодействие языков и культур. Именно от качества передачи культурно значимых смыслов зависит правильное восприятие представителями иных лингвокультур идей, заложенных автором в исходном тексте. В таком случае одной из основных задач переводчика является адаптация культуры носителей одного языка к культуре носителей другого.

В связи с этим возникает еще одна проблема – лингвокультурная трансляция как передача элементов национальной культуры и культурного опыта. В данном вопросе особого внимания заслуживают «национальные реалии» – средства, содержащие национальный колорит.

В рамках каждой определенной культуры существует множество национально-специфических реалий, а культурный компонент смысла слова для носителей конкретного языка непосредственно выявляется в текстах [Комиссаров, 1999]. Наряжая в новый «национальный костюм» [Солер, 2019: 136] любое художественное или аудиовизуальное произведение, переводчик должен сохранять лексические, стилистические и орфоэпические особенности языка оригинала, но при этом быть смелым в принятии тех или иных переводческих решений. Переводчик «строит культурный мост» между странами и народами, языки которых задействованы в переводе. Поиск и применение не только четко предписанных и жестко регламентированных переводческих решений, но и изобретение собственных приемов демонстрируют глубокие лингвокультурологические знания [Солер, 2019].

Все явления окружающего мира, которые человек запечатлевает в результате своей когнитивной деятельности, складываются в некую внутреннюю образную картину, которая регулирует его деятельность, речевое поведение, так как именно в языке находит свое отражение уникальный и неповторимый мир его носителей [Там же]. Следовательно, текст анимационного фильма представляет собой аутентичный продукт культуры, который можно изучать как текст культуры (совокупность культурных смыслов, выраженных в знаковой форме), основной чертой которого является структурность, позволяющая выявить необходимые предпосылки для изменения языковой, а также концептуальной картины мира человека, воспринимающего этот текст [Федорова, 2014]. Содержащийся в нем лингвокультурный компонент включает в себя знания о языке и культуре в совокупности с навыками речевого и неречевого поведения. По данной

причине он является значимым при отборе языкового материала переводчиками в ходе работы над ним.

Однако, трудности, связанные с лингвокультурной трансляцией, усугубляются отличительными признаками аудиовизуального перевода:

- наличием зрительного и слухового каналов восприятия, взаимодействующих и дополняющих друг друга;
- подчинением перевода видеоряду;
- отсутствием в арсенале переводчика возможностей толкования неизвестных для новой целевой аудитории понятий;
- доминированием принципа обеспечения прагматического эффекта [Хайрулина, 2019].

Критическая оценка переводчиком реальной познавательной, стилистической и культурной функции лингвокультурного элемента – единственный способ сохранить тонкий баланс между перегрузкой целевого текста посторонним материалом и устранением культурно-исходной специфики фильма [Shiryayeva, Lungu Badea, 2014]. Само формирование смысла текста в сознании носителя языка обусловлено рядом факторов, в том числе спецификой культуры.

Перевод иноязычного произведения представляет собой сложный и многоаспектный процесс передачи и распространения культурного наследия, данный процесс в теории перевода именуется «культурным переносом». Переведенный текст вызывает реакции со стороны принимающей культуры в виде откликов аудитории. Этот аспект играет в культурном переносе определяющую роль. Поскольку, рассматривая данные отклики, на первый план выходит стремление увидеть в тексте перевода самобытность исходной культуры [Федорова, 2014].

Все вышесказанное относительно лингвокультурологического аспекта перевода в полной мере относится к аудиовизуальному переводу. Поскольку воздействие, которое анимационное произведение оказывает на зрителя, во многом определяется точностью передачи не только очевидных, но и

имплицитных идей и смыслов, скрытых в его тексте. Следовательно, обязательным условием правильной передачи слов, выражающих реалии материального быта, является представление о них, приобщение к культуре страны исходного языка. Данный факт обосновывает наличие в аудиовизуальном переводе не только лингвокультурологического аспекта, но и интеллингвокультурологического.

1.2. Межъязыковая локализация в аспекте аудиовизуального перевода

1.2.1. Проблемы межъязыковой локализации аудиовизуального анимационного произведения

Реалии современного мира, такие как глобализация, культурная интеграция, стремительное развитие цифровых технологий, ставят перед переводческим сообществом новые задачи. Одной из которых является перевод мультипликационной (анимационной) продукции [Козуляев, 2015].

Современная мультипликация отличается как разнообразием технических приемов и техник исполнения, так и наличием специфической целевой аудиторией, детской или предполагающей просмотр вместе с взрослой аудиторией [Максименко, Подлегаева, 2020]. Множество мультсериалов транслируются во всем мире, следовательно они переведены на разные языки. Основной стратегией перевода мультипликации явилась локализация.

Локализация является одним из наиболее распространенных видов перевода аудиовизуального произведения, который требует обращения на него особого внимания ученых и выделения его как части теории перевода. Трудности выработки концепции локализация свидетельствуют о том, что она все еще требует детального изучения [Minako O'Hagan, 2013].

В большинстве случаев под локализацией понимают перевод, однако он является лишь ее составляющей. Локализация аудиовизуального

произведения включает в себя не только лингвистическую адаптацию текста, но и адаптацию мультимедийного контента. Следовательно, она является процессом всестороннего преобразования произведения с целью того, чтобы оно лингвистически и культурно соответствовало целевой аудитории [Муравьева, Яренчук, 2018].

При выполнении аудиовизуального перевода локализация оригинального произведения осуществляется с использованием технических средств и с учетом языка, культуры, особенностей целевой аудитории, а также согласно требованиям самого технологического процесса. Особенно важно при реализации процесса транскulturации (адекватного переноса в «чужую» культуру) наличие у аудиовизуального переводчика навыков перевода и адаптации произведений для иноязычных аудиторий, а также обладание соответствующим уровнем знаний о культуре страны-реципиента контента [Козуляев, 2019], так как за редким исключением автор аудиовизуального произведения изначально создает его в пределах одной языковой культуры. Поскольку для компаний, занимающихся производством и распространением аудиовизуального контента, «переводимость» является одним из важнейших параметров.

Переводимость – это «способность произведения быть переведенным без утраты своего сюжетного, жанрового и эмоционального содержания, определяющего коммерческую успешность проката. То или иное произведение может быть успешным в рамках исходной языковой культуры, однако быть весьма сложным для перевода» [Козуляев, 2019: 61].

Каждая страна самобытна, следовательно обладает своими культурными особенностями, которые являются факторами, определяющими ее уникальность и неповторимость. Данные факторы, отражаясь в анимационном произведении, тем самым создают трудности при переводе. По этой причине от переводчика требуется учитывать национальные особенности страны, адекватно их осмысливать и локализовать, не утратив специфики языка, но котором был создан текст [Бричева, Мугу, Сасина, 2021]. В связи с этим перед

переводчиками встает дилемма: нужно ли локализовать материал с учетом национальных и социокультурных особенностей или все-таки положиться на его восприятие потребителем за счет имеющихся у них фоновых знаний.

Локализация должна обеспечивать функциональное соответствие между первичным и вторичным текстами, при этом текст должен восприниматься не столько носителями изучаемого языка, сколько реципиентами [Петрова, 2001]. Согласно данному утверждению, при переводе анимационного произведения необходимо учитывать традиционные, национальные и социальные особенности предполагаемой аудитории [Парасоцкая, 2017], поскольку процесс локализации включает в себя множество компонентов, среди которых видное место занимают интерлингвокультурологические – паремии, стилистические особенности речи, безэквивалентная лексика и т.д., так как данный процесс тесно связан с культурой [Бричева, Мугу, Сасина, 2021].

Обязательной локализации подлежат символный и отсылочный ряд, усиливающий ценностно-мотивационные моменты, присутствующие в анимационном произведении. Это связано с тем, что культура выступает в роли линзы, сквозь которую мы воспринимаем окружающий нас мир. Зрители с разной когнитивной базой и принадлежащие к разным культурам по-разному выстраивают приоритеты в обработке информационных потоков, поступающих к ним во время просмотра [Козуляев, 2019].

Достижение адекватности перевода аудиовизуального произведения в процессе локализации требует решения проблемы выбора оптимального аналога на лексико-грамматическом уровне. Основными лексическими проблемами перевода являются:

- перевод слов, не зависящих от контекста;
- перевод слов, зависящих от контекста;
- перевод безэквивалентной лексики;
- лексико-семантические трансформации [Яшина, 2013];

Первая приведенная выше группа включает в себя перевод имен собственных, поскольку имя собственное часто обладает определенной

смысловой составляющей, которая не зависит от сюжетной линии или темы анимационного произведения. В группу контекстно-зависимых слов входят многозначные слова, требующие выявления контекстуального значения (полисемантов). В ряде случаев локализаторам сложно определить, какое из значений слова функционирует в той или иной ситуации [Болотина, Кузьмина, 2019]. Безэквивалентная лексика представляет особую сложность при переводе, поскольку верная интерпретация культурного компонента является целью перевода. В большинстве случаев выбор переводчика обусловлен важностью инокультурного элемента в повествовании, его функцией, а также наличием или отсутствием поддерживающего графического изображения [Сафина, 2019].

Все приведенные выше лексические проблемы, решаются в рамках локализации, поскольку именно она позволяет транслировать аудиовизуальную информацию из одной культуры в другую и наоборот. Несмотря на то, что переводчик неизбежно сталкивается с различными проблемами лингвистического характера, уже имеются многочисленные практики по их решению. Применение некоторых из них в рамках локализации имеет свои особенности, поэтому для их решения переводчик должен применять специализированные стратегии и приемы.

1.2.2. Стратегии и приемы локализации и лингвокультурной адаптации аудиовизуального анимационного произведения

Обладание таким навыком, как стратегическая компетентность, играет важную роль в аудиовизуальном переводе. Стратегии разрабатываются с учетом определенного социокультурного контекста, жанровых допущений и условий в языке оригинала и языке перевода, также без внимания не остаются особенности автора произведения и реципиентов контента. Аудиовизуальный переводчик в плане выбора переводческой стратегии должен помнить, что он является своего рода «первым зрителем», который

адаптирует произведение под конкретную целевую аудиторию. Основываясь на собственных знаниях и личном опыте, он должен выбрать стратегию перевода и определить параметры, которые помогут ему определить оптимальные приемы перевода с точки зрения переводческой адекватности [Козуляев, 2019].

Локализация – это процесс, включающий в себя лингвистические и культурные преобразования произведения, нацеленные на аудиторию определенной местности, где данное произведение будет транслироваться [Esselink, 2000]. Имея дело с аудиовизуальным переводом, при переработке исходного текста действия переводчика выходят далеко за рамки переводческих трансформаций [Козуляев, 2019].

Локализатор старается максимально адаптировать перевод к нормам принимающей культуры. Все существующие в настоящее время виды перевода являются в той или иной мере лингвокультурной трансляцией, которая определяется, в первую очередь, языком. Элементы культуры и связанного с ней опыта могут проявляться в тексте на зримом уровне – в виде конкретных речевых оборотов. Однако наибольшую трудность при переводе вызывают те ее элементы, которые представляют собой внеязыковую реальность, связанную с проявлениями ее внутренней сущности, а также представляют собой «неявное» в тексте и подразумеваются на уровне культурно-социальных ценностей [Тимко, 2010].

Данные элементы культуры, представляющие собой внеязыковую реальность, принято именовать «реалией». Реалии – это элементы материальной или духовной культуры: «предметы, традиции, обычаи, составляющие специфику данной социальной общности, этнической группы» [Миньяр-Белоручев, 1999: 172].

Слова-реалии являются неотъемлемой частью лексикона и представляют собой одно из основных средств выражения национального и исторического колорита [Шульга, 2011]. Они употребляются в речи носителей исходного языка и отсутствуют в практическом опыте носителей языка

перевода, другими словами, в языке перевода не существует эквивалентов этим явлениям. Следовательно, лексика исходного языка, обозначающая такие реалии, безэквивалентна с точки зрения носителей языка перевода [Тимко, 2007].

Безэквивалентная лексика представляет при переводе особую сложность. Определение данного понятия было сформулировано Е.М. Верещагиным и В.Г. Костомаровым. Безэквивалентной лексикой они называют слова, служащие для выражения понятий, отсутствующих в «чужой» культуре и в «чужом» языке, слова, относящиеся к частным культурным элементам, а также не имеющие перевода на другой язык. Ученые-лингвисты именуют безэквивалентную лексику «лакунами» [Нурмухаметов, Бочегова, 2019].

Процесс переноса элементов культуры при переводе с одного языка на другой именуется лингвокультурной адаптацией, которая представляет собой новую интерпретацию иноязычного текста и требует от переводчика бикультурной компетенции. В.А. Зайцева, ссылаясь на работу И.Е. Брыксиной, выделяет следующие составляющие бикультурной компетенции: а) фоновые знания о предмете коммуникации и об элементах базовой части иноязычной картины мира, соотносящихся с предметом и целью коммуникации; б) лингвистические знания о типах языковых соответствий, о лакунах в языковом и культурном пространстве и способах их устранения; в) языковой навык распознавания содержания культурных терминов с опорой на фоновые знания; г) речевой навык понимания и использования устойчивых соответствий в сфере межкультурного общения; д) речевое умение устранения лакун лингвокультурного пространства с учетом этнокультурных особенностей коммуникантов [Зайцева, 2014].

При аудиовизуальном переводе переводчик сталкивается с теми же проблемами, что и при переводе текстов, когда для достижения адекватного перевода ему приходится преодолевать несоответствия между ИЯ и ПЯ. Так, например, трудности перевода с китайского на русский объясняются принадлежностью каждого из них к разным языковым семьям. Трудности

возникают не только по вышеуказанной причине, но и из-за культурных различий между двумя странами. Россия и Китай имеют разную историю, культуру, традиции и обычаи, поэтому непонятная для русского человека культура Дальнего Востока может вызвать определенные сложности для понимания при переводе. Данная причина обуславливается тем, что перевод аудиовизуального текста требует от переводчика дополнительных навыков и умений создания и оформления текста, а также упомянутой выше бикультурной компетенции [Постоечко, Курбатова, 2020]. Переводчик должен иметь в виду, что язык каждого народа изобилует так называемой культурно-маркированной лексикой, являющейся неотъемлемой составляющей национальной специфики изучаемых текстов. Данную разновидность лексики, З.М. Сафина определяет как слова, содержащие национальные особенности культуры изучаемого языка, делая акцент на том, что правильная интерпретация культурного компонента является главной проблемой при изучении взаимодействия языка и культуры [Сафина, 2019]. Для решения данной проблемы во время перевода переводчику необходимо сделать правильный выбор стратегии перевода.

Понятие «стратегия перевода» широко используется учеными в области лингвистики и переводоведения. Л. Венути рассматривал в своих трудах взаимосвязь двух стратегий, называя их «доместикация» и «форенизация». Согласно его исследованиям, доместикация – это переводческая стратегия, при которой чужеродность переводимого текста сводится к минимуму, т.е. максимально адаптируется под реципиента контента [Шелестюк, 2016: 204], а форенизация – яркое выражение этих культурных ценностей с целью подчеркнуть языковые и национальные особенности иноязычного текста [Венути, 2004].

Стратегии перевода направляют переводчика и являются неотъемлемыми компонентами в процессе его работы над переводом. И.С. Алексеева, директор Санкт-Петербургской высшей школы перевода, выделяет следующие этапы переводческих стратегий: 1. Предпереводческий

анализ текста; 2. Аналитический вариативный поиск; 3. Оценка результатов перевода [Алексеева, 2004]. Относительно стратегий перевода культурно-маркированной лексики особенно выделяются такие способы перевода как: 1. Функциональный эквивалент – метод предполагает использование подразумеваемого автором объекта внеязыковой действительности (референта) в языке перевода, функция которого совпадает с функцией данного объекта в языке оригинала. 2. Формальный эквивалент – метод, подразумевающий использование дословного перевода. 3. Транскрипция или заимствование. 4. Описательный или объяснительный перевод [Сафина, 2019].

Таким образом, термин «переводческая стратегия» весьма широко используется лингвистами для описания операций, применяемых переводчиком в процессе перевода текста. Стоит отметить, что переводческие стратегии также направлены на устранение возможных трудностей, связанных с культурологическими особенностями, встречающимися при переводе и требующими особых переводческих приемов. К таким трудностям относятся:

1. Имена собственные:
 - имена персонажей;
 - названия;
2. Этикетные формулы в различных ситуациях речевого поведения:
 - термины родства;
 - обращение по статусу, названию профессий;
 - обращение к незнакомым людям;
 - формальное обращение;
3. Безэквивалентная лексика;
4. Фразеологический фонд языка;
5. Мифологизированные единицы языка.

Перевод вышеперечисленных компонентов представляет значительную трудность, поэтому требует от переводчика знаний культурологических особенностей, необходимых для адекватной интерпретации текста [Постоевко, Курбатова, 2020].

Целью перевода аудиовизуального произведения, содержащего в себе данные аспекты, является обеспечение комфортного просмотра, формирование положительного опыта у представителей других культур. Таким образом, переводчику необходимо предоставить определенную степень свободы при работе с текстом оригинала, обеспечить его необходимыми инструментами, позволяющими сделать аудиовизуальное произведение максимально доступным для восприятия [Маленова, 2016].

На данный момент определенного алгоритма выбора приемов адаптации в зависимости от вида осуществляемого аудиовизуального перевода разработано не было, однако некоторые составляющие культурно значимой информации могут быть объяснены в видеоряде аудиовизуального произведения, снимая часть лингвокультурной нагрузки, тем самым облегчая работу переводчика. К проблеме лингвокультурного переноса в рамках изучения перевода аудиовизуальных произведений обращается греческий исследователь Зоя Петтит, которая в своих трудах рассматривала фильмы как обладающие определенной структурой знаковые системы, знаки которых содержат культурно-специфическую информацию. Таким образом, аудиовизуальное произведение осуществляет культурную репрезентацию мира через язык и визуальные образы. Существуют конкретные стратегии культурного переноса, позволяющие передать культурные реалии оригинала, а также выявить случаи необходимости их опущения или нейтрализации [Pettit; цит. по: Маленова, 2017].

Учеными-лингвистами выделяются такие переводческие приемы как транскрипция и транслитерация для перевода имен собственных и безэквивалентной лексики, прием модуляции, так как эта трансформация применяется для более адекватного звучания словосочетаний и фраз на языке перевода [Постоеенко, Курбатова, 2020]. Имеется и множество других приемов перевода, используемых для передачи предметов, относящихся к конкретной культуре.

Авторы последних исследований, направленных на процесс создания субтитров в фильмах, выделяют такие приемы как опущение, заимствование, замена культурного термина на дейксис, генерализация, и экспликация. Стоит отметить, что данные приемы являются комплексными, поскольку они должны соответствовать картине мира реципиента, а не пытаться приспособить ее к определенной «чужой». Их можно разделить на две основные категории: ориентированные на исходный язык и ориентированные на язык перевода [Horbačauskienė, Kasperavičienė, Petronienė, 2016].

Основной причиной использования переводчиками трансформаций стали очевидные различия в лексическом составе и грамматическом строе различных языков. Различия в понятийной сфере и смысловом объеме слов, а также различия в сочетаемости, порядке слов и структурах самих предложений, употребление и виды этих структур – все это обязывает переводчика с помощью трансформаций адаптировать исходный текст к нормам языка перевода [Кулемина, 2007].

Резюмируя приведенную выше информацию, можно сказать, что межъязыковая локализация – это процесс, сочетающий в себе как лингвистические, так и культурные преобразования произведения, нацеленные на определенную аудиторию. Таким образом деятельность локализатора будет отлична от деятельности переводчика на тактическом уровне, поскольку его обязанностью выступает максимальная адаптация произведения к нормам принимающей культуры, а наибольшую значимость будет приобретать адекватный синтез содержания, замысла автора и культуры, обуславливающий адекватный перевод. Все рассмотренные нами стратегии и приемы существуют только в теории перевода, на практике они не могут существовать в чистом виде, поэтому дальнейший выбор переводчика будет определяться своеобразием языка и особенностями исходной культуры.

1.3. Интерлингвокультурология как отдельное направление межкультурной коммуникации

Культура и обусловленный ею менталитет носителей является базисом любого языка. Как только происходит осознание лингвокультурной идентичности ее носителей, выражающих себя посредством данного языка, выделяются специфические признаки их языка и культуры, отличающие их от носителей других языков [Прошина, 2018]. Локализация делает возможным трансляцию аудиовизуальной информации из одной культуры в другую и наоборот, однако сам процесс значительно зависит от реципиента и его картины мира. Любая лингвокультура связана с определенной сферой соответствующих концептов, при переносе которых из одной лингвокультуры в другую появляется некое лингвокультурное пространство, где происходит перевод или же локализация. Такое пространство и называется интерлингвокультурной картиной мира. В процессе локализации именно ее понимание переводчиком поможет ему правильно подобрать эквиваленты в языке перевода [Кабакчи, Белоглазова, 2012].

На протяжении длительного времени способы интерпретации смысла иноязычного текста при переводе являлись объектом многих исследований. Ученые стремятся расшифровать мыслительные действия, происходящие в голове у человека в процессе выполнения перевода. Принятие решений приобретает в переводе стратегический характер и выражается в выборе и использовании определенного рода стратегий. В этом контексте актуальной представляется проблема иноязычного описания национальной культуры при переводе, презентации информации о собственной стране на ведущих языках международного общения. Эта проблема решается в рамках интерлингвокультурологии [Чистова, 2018]. Впервые термин интерлингвокультурология упомянул В.В. Кабакчи в 2007 году.

Интерлингвокультурология – это «лингвистическая дисциплина, изучающая проблему вторичной культурной ориентации языка, обращенного в область иноязычной культуры» [Кабакчи, 2007: 62].

Данное направление имеет междисциплинарный характер, оно возникло на стыке языкознания, лингвокультурологии и межкультурной коммуникации как гуманитарная дисциплина, изучающая особенности иноязычного описания материальной и духовной культуры, воплощенной в языке и проявляющей в языковых процессах. В рамках интерлингвокультурологии затрагиваются отношения между языком и культурными концептуализациями, продвигаются исследования, направленные на улучшение нашего понимания данных концептуализаций и особенностей естественных языков посредством различных, но в то же время дополняющих друг друга дисциплин [Peeters, 2019]. Интерлингвокультурология предполагает использование самых разнообразных приемов и методов исследования от интерпретативных до психолингвистических. Данное направление также рассматривает проблему раскрытия механизмов взаимодействия и взаимовлияния двух фундаментальных феноменов – языка и культуры, определяющих феномен человека, а также их взаимодействие в виде систем, воплощающих и репрезентирующих культурные ценности [Kamalova, 2017].

Большинство людей, знакомясь с новой культурой, используют свой родной язык или прибегают к помощи знакомого им иностранного языка. Данная ситуация порождает проблему иноязычного описания собственной культуры, которая решается таким направлением в теории межкультурной коммуникации как интерлингвокультурология.

В рамках интерлингвокультурологии рассматривается культурное пространство, понимаемое как огромное многоязычное культурное поле, которое подвергается вербализации всеми существующими языками. В данном пространстве элементы разных культур приобретают названия в соответствующих языках, такие элементы будут именоваться культуронимами. «Культуронимы» – это «наименования разнообразных

элементов культур людей независимо от конкретной культуры и конкретного языка» [Кабакчи, Белоглазова 2012: 23]. В зависимости от универсальности или специфичности культуронима можно выделить следующие виды: полионимы и идиокультуронимы [Кабакчи, Белоглазова, 2012].

Для обозначения национально-специфической лексики В.В. Кабакчи вводит понятие «идиокультуроним», выделяя две его разновидности: 1) идионимы – это идиокультуронимы, закрепленные за специфическими элементами «своей» (внутренней) культуры; 2) ксенонимы – это идиокультуронимы, закрепленные за специфическими элементами «чужой» (внешней) культуры.

Безэквивалентные лексические единицы, коими являются ксенонимы, требуют от переводчика специальных навыков перевода. Так как они несут в себе национальный колорит, то при их переводе на иностранный язык следует учитывать интерлингвокультурные особенности различных способов перевода. В данном случае переводчику необходимо локализовать произведение, так как именно локализация поможет напомнить реципиенту, что речь идет о чужой культуре [Бочегова, Нурмухаметов, 2019]. Стоит отметить, что ксенонимы обладают большим терминологическим потенциалом, проявляющимся в их принадлежности к иноязычной культуре. Поэтому с развитием глобализации по пути сближения и взаимопроникновения культур разных стран они способны войти в систему языка вторичной культурной номинации [Иванова, 2014].

Часто в языке мы можем наблюдать акты «ксенономинации», т.е. номинации через чужое. Результатом данного процесса становится деление ксенонимов на две большие группы:

1. Лексические и фразеологические единицы, служащие названиями различных предметов и явлений окружающей действительности. Однако они не имеют яркой коннотации и представляют собой термины, являющиеся: а) названиями одежды; б) названиями растений; в) названиями игр; г) названиями географических объектов.

2. Лексемы, называющие человека, его действия и состояния. Они имеют яркую коннотацию, отражают ассоциации, связанные с представителями различных культур [Сироткина, 2013].

Ментальным ориентиром для переводчика в контексте интерлингвокультурологии будет являться наименьшая единица концептуализации национального коллективного знания – категория или классифицирующий элемент. В ментальном процессе выбора инварианта приоритетом для переводчика должна быть возможность осмысления информации носителем языка [Чистова, 2018].

В интерлингвокультурологии разрабатывается особый комплекс разнообразных языковых адаптаций языка в рамках межкультурного диалога при описании иноязычной культуры. В результате чего создается не вторичный, а аутентичный текст, который в отличие от традиционного перевода не подразумевает создание вторичного текста [Прошина, 2018]. В процессе иноязычного описания культуры переводчики постоянно заняты поиском адекватных вариантов наименований специфических элементов, поэтому при осуществлении ее иноязычного описания их интересуют возможные соответствия. Поскольку такой текст должен быть доступен адресату, первостепенное значение приобретает то, насколько ксенонимы, которые вводятся в текст, знакомы носителю языка перевода. Основную долю ксенонимов образуют те, значение которых недоступно среднему носителю языка [Кабакчи, Белоглазова, 2012]. В данном случае выбор переводчиком правильных приемов и стратегий локализации и лингвокультурной адаптации в процессе анализа и интерпретации иноязычного текста способен гармонизировать интерлингвокультурную картину мира для лучшего понимания системы ценностей иных культур [Бочегова, 2018].

Ксенонимы широко употребляются при аудиовизуальном переводе из-за постоянной необходимости называть предметы и явления других культур. В.В. Кабакчи приводит наиболее часто встречающиеся приемы перевода ксенонимов, среди них такие приемы как транскрипция и транслитерация.

Данные приемы способны в самом приближенном звуковом виде перевести слово на иностранный язык, так как для того, чтобы ввести слово в аудиовизуальный текст используются наиболее похожие фонетические средства языка перевода [Абдурахманова, 2021]. Эти два типа перевода в основном употребляются, когда имеют дело с именами, географическими названиями, номинациями видов искусства и др.: 科斯特罗马 kēsītèluómǎ – Кострома (город в России); 迪斯科 dísīkē – диско. Оба ксенонима переведены способом транскрипции. Одной из разновидностей данных приемов является «думающая транскрипция», сущность которого заключается в одновременной передаче как звучания, так и значения исходной единицы. Так же ученый отмечает прием калькирования, или перевод каждого корня сложных (составных) слов, либо словосочетаний [Чистова, 2014]. Например, ксенонимическое словосочетание «Большой куш» было переведено на китайский язык как 大赌注 (досл. большая ставка). Иногда безэквивалентная лексика переводится и полукальками.

Видное место отводится такому приему перевода ксенонимов как описательный перевод, особенностью которого является способность точно передать смысл слова. Аудиовизуальный переводчик прибегает к данному приему, когда имеет дело с новыми, неизвестными аудитории реалиями чужой культуры. Противоположный ему приближенный перевод даст подходящий эквивалент на языке перевода, однако он будет неточным, потому что абсолютно идентичного элемента в культуре не существует [Там же]. Это такие слова, как: пирожки – 小馅饼; самовар – 茶壶. Несмотря на то, что в аудиовизуальном переводе к такому типу перевода стараются не прибегать, поскольку это может вызвать недопонимание со стороны реципиента, в настоящее время в практике иноязычного описания культуры преобладает тенденция к «ксенонимической реставрации», суть которой состоит в отходе от адаптивной стратегии, приближающей текст к реципиенту и его лингвокультуре, в сторону устраняющей стратегии, стремящейся приблизить

читателя к тексту-оригиналу и его лингвокультуре. При таком форенизирующем подходе основным критерием выбора является ксенонимическая обратимость, связь ксенонима со своим идионимом-прототипом, обеспечивающая взаимный переход между ними [Белоглазова, 2015].

Подводя итог вышесказанному, следует положение о том, что в настоящий момент интерлингвокультурология переживает период своего расцвета [Kamalova, 2017], причиной тому явились: стремительная мировая глобализация, необходимость учета универсальных и специфических особенностей межкультурной коммуникации, необходимость заранее знать те ситуации, в которых высока вероятность коммуникативных неудач из-за культурного барьера, важность определения и точного обозначения тех культурных ценностей, которые лежат в основе коммуникативной деятельности. Все это на подсознательном уровне будет складываться в целостный образ о стране или представителях той или иной культуры, и от того, как именно заложенные в аудиовизуальном произведении культурные особенности будут переданы посредством «чужого» языка, будут зависеть качественные характеристики данного образа в сознании реципиента.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

В результате изучения и обобщения разных научных взглядов на локализацию и лингвокультурную адаптацию при переводе аудиовизуального анимационного произведения можно выделить следующие положения, которые определяют теоретико-методологическую основу нашего исследования. Перевод иноязычного произведения вписывается в сложный и многоаспектный процесс передачи и распространения инокультурного наследия, берет на себя определяющую роль в культурном переносе.

Рассматривая межкультурную локализацию в аспекте интерлингвокультурологии, можно сделать вывод о том, что данный процесс неразрывно связан с культурным переносом, поскольку в анимационных произведениях присутствует большое количество кодов культуры, передающихся посредством перевода в другие культуры, а именно в фокусе внимания интерлингвокультурологии находится язык, обращенный к внешней для него культуре. Поэтому следует вывод о том, что процесс локализации анимационного произведения может служить для распространения одной культуры среди представителей другой. Исходя из теории данного направления лингвистики, мы можем констатировать о существовании особых стратегий культурного переноса, позволяющих передать национальные реалии оригинала. Поэтому в переводном тексте легко можно найти отражение той или иной культуры, коды, которые будут проявляться в речи людей.

Таким образом, в рамках нашей работы мы будем опираться на интерлингвокультурологические средства, предложенные учеными для иноязычного описания культуры, поскольку материал нашего исследования – это аудиовизуальное анимационное произведение, локализация которого подразумевает вторичную культурную ориентацию языка, обращенного в область иноязычной культуры.

ГЛАВА 2. ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА РОССИИ ЧЕРЕЗ ПЕРЕВОД АНИМАЦИОННОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ С РУССКОГО НА КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК НА ПРИМЕРЕ МУЛЬТСЕРИАЛА «СМЕШАРИКИ»

Для того, чтобы выявить особенности процесса формирования образа России посредством вторичной культурной ориентации русского языка в процессе межъязыковой локализации был проведен подробный анализ российского анимационного произведения в оригинале и в переводе на китайский язык. Нами были исследованы три основные проблемы, с которыми пришлось столкнуться переводчикам при иноязычном описании русской культуры:

1. особенности образования относящихся к русской культуре ксенонимов в китайском языке;
2. способы стилизации и построения текста с учетом русской и китайской культур;
3. влияние экстралингвистических факторов аудиовизуального произведения на формирование культурного образа;

В качестве материала для исследования нами был выбран анимационный сериал российской кинокомпании Мастер-фильм «Смешарики» 开心球, который является популярным не только в своей стране, но и в мировом прокате. Он был создан в рамках образовательного проекта «Мир без насилия» и производился при поддержке Министерства культуры, что подразумевает прямую связь мультфильма с российской культурой.

За основу сюжета взяты приключения Смешариков – антропоморфных животных шарообразной формы, попадающих в различные ситуации. В сериале имеются как развлекательные, так и раскрывающие серьезные и философские темы серии, поэтому в России мультфильм рекомендован для просмотра как детям всех возрастов, так и взрослым. Данный фактор является одним из ключевых, способствовавших продвижению мультсериала в Китае.

Поскольку страна известна своей жесткой цензурой по отношению к фильмам и сериалам, особенно иностранным, то выход мультсериала на ТВ является большим успехом для его создателей.

Проект «Смешарики» в Китае существует еще с 2010 года, и с 2011 года мультфильм транслируется в эфире на центральном китайском телевидении (CCTV). Эдуард Коновалов, генеральный директор Riki Group China, которая продвигает «Смешариков» в Китае, в своем интервью рассказывает о том, что в самом начале «Смешарики» столкнулись с китайской цензурой, чьи правила и ограничения пронизывают все, тем более детские медиа. Сначала у мультфильма были весьма низкие рейтинги. Причиной тому послужила трудность его перевода на китайский язык. Местами в нем содержится философский подтекст или отсылки к событиям в истории России, что при переводе донести до китайского зрителя оказалось непросто. Поэтому первоочередной задачей для переводчиков, сотрудничающих с Riki Group China, стала адаптация продукта под китайских детей. В результате мультфильм не утратил своей образовательной функции, но от некоторых национально специфических вещей пришлось отказаться, что также связано с культурными различиями между китайцами и русскими. В Китае, как и в России детей с раннего возраста принято учить морали и глубокому пониманию закономерностей происходящих вокруг них событий – самым эффективным способом подобного обучения являются мультфильмы [Чжан, Дмитриев, 2018].

Во многих провинциях Китая раньше действовал закон: «одна семья – один ребенок», в результате этого возник феномен «маленьких императоров». Сутью данного феномена является тенденция баловать детей и лишней раз их не перегружать, тем более поиском философского смысла, особенно в мультфильмах, именно поэтому в Китае так популярны «легкие» мультфильмы без глубокого смысла, все истории в них элементарны, а главная идея всегда лежит на поверхности [Челнокова, 2010].

В своем интервью Лилиан Ли, глава отдела маркетинга Riki Group China, объясняет каким образом строился процесс адаптации мультфильма: сначала текст переводился китайским специалистом, потом передавался на вычитку и художественную редактуру специальной команде, имеющей опыт работы с детской литературой на телевидении. Участники команды добавляли местный, понятный детям колорит, юмор, локальные шутки и истории, и только после этого начинался дубляж. Данный процесс являлся основным при аудиовизуальном переводе, так как представлял собой перевод мультимедийных текстов в мультимодальной среде на другой язык и их перенос в другую культуру, то есть являлся процессом вторичной культурной ориентации русского языка, обращенного в область китайской культуры.

В ходе работы нами были проанализированы 20 отдельных серий длительностью по 6 минут. Каждый эпизод проанализирован как в русской версии, так в китайской, что в совокупности составило 240 минут. Также был проведен анализ экстралингвистических факторов таких как видеоряд, музыка, особенности дубляжа.

Исследовательскими единицами послужили реплики персонажей на языке оригинала, русском, и языке перевода, китайском, всего было проанализировано 416 единиц. Реплики выбирались методом сплошной выборки, далее анализировались переводческие трансформации и стратегии, применяемые переводчиками в ходе межязыковой локализации и степень их ориентации на русскую культуру. Поскольку данные реплики являются аудиовизуальными фрагментами текста, т. е. являются мультимодальными, то нами также были рассмотрены и экстралингвистические критерии, влияющие на восприятие заложенной в тексте информации.

На базе имеющихся результатов комплексного исследования нами были проанализированы особенности вторичной культурной ориентации анимационного произведения с русского на китайский язык и то, какое влияние они оказывают на формирование образа России.

2.1. Принципы образования китайских ксенонимов, обращенных в область русской культуры

Для характеристики лексики китайского языка, обозначающей элементы русской культуры, мы воспользовались концепцией, разрабатываемой в трудах В.В. Кабакчи. Ученый дает классификацию лексических единиц с точки зрения их культурной ориентации, отдельно выделяя культуронимы – языковые единицы, закрепленные за элементами лингвокультур различных языков [Кабакчи, Белоглазова, 2012].

Среди культуронимов Виктор Владимирович выделяет полионимы и ксенонимы. Первую группу составляют культуронимы, которые можно использовать по отношению к внутренней и внешней культуре, поскольку они универсальны и представлены в большей части культур мира. Вторую группу составляют закрепленные в языке особые лексические единицы – ксенонимы, обозначающие элементы, характерные для «чужой» культуры [Там же].

Китайская лингвокультура поглощает в себя все иноязычное, однако с последующей адаптацией под собственные языковые нормы. По данной причине количество иностранных заимствований в китайском языке невысоко – связано это с трудностью переноса ксенонимов в иероглифическую систему китайского языка. В настоящей работе рассмотрим особенности образования ксенонимов в китайском языке на материале анимационного сериала «Смешарики» [《开心球》].

В процессе иноязычного описания культуры переводчикам постоянно необходимо выбирать оптимальные варианты иноязычных наименований для специфических элементов описываемой ими культуры. Именно ксенонимы выполняют функцию создания национального колорита, их также именуют языковыми реалиями или безэквивалентной лексикой.

В мультфильме «Смешарики» представлены основные узнаваемые архетипы русского человека, а сюжеты некоторых эпизодов полностью построены вокруг реалий, присущих русской культуре. Исследуемый

мультсериал обладает высоким лингводидактическим потенциалом, поэтому при переводе должны сохраняться как культурный аспект, так и смысловая нагрузка, скорректированная согласно особенностям восприятия мультфильма китайскими детьми раннего возраста.

Имея дело с культурно-маркированной лексикой, переводчик в поисках инварианта должен иметь в виду, насколько он будет понятен реципиенту. Так как данный процесс определяется особенностями конкретной коммуникативной ситуации, то в каждом отдельном случае для создания адекватного инварианта используется весь языковой потенциал и применяются различные способы формирования ксенонимов.

В тексте анимационного произведения встречаются ксенонимы, образованные при помощи описательных оборотов, однако их количество составляет одну треть от общего количества. С помощью экспликации можно передать значение любого специфического элемента культуры. Ксеноним с грамматической точки зрения примет форму словосочетания, выступающим эквивалентом слова-реалии. Недостатком данного приема является его немаркированность, т.е. отсутствие указания на соотнесенность языковой единицы (ксенонима) с культурой. Так, *сарафан*, являющийся неотъемлемой частью русского национального женского костюма, описан в мультфильме как 无袖女衫 (женская рубашка без рукавов). Стоит отметить, что само слово «сарафан» является заимствованным и имеет фиксированный перевод в БКРС, который был осуществлен при помощи транскрипции – 萨腊范 sàlàfàn.

Название праздника «Масленица», встречающееся в мультфильме, также имеет фиксированный в словаре вариант перевода, именно он был заимствован переводчиками. Данная номинативная единица была переведена с русского на китайский с помощью экспликации. Поскольку на Масленицу в русской культуре принято есть жирную пищу, а после поститься, то есть отказываться от ее употребления, данный праздник в китайском языке стал известен как 谢肉节 (досл. праздник благодарности мясу). Понятие «чучело Масленицы» было переведено как 谢肉节的稻草人 (досл. соломенное чучело

Масленицы). В русской культуре оно уже подразумевается как сделанное из соломы, тогда как в китайской культуре, в которой данный праздник не отмечается, схожий образ с русским чучелом имеет огородное чучело (稻草人), которое дословно переводится как «соломенный человек».

Одной из проблем явилось отсутствие фиксированного обозначения некоторых элементов русской культуры. Непосредственное заимствование идионима даже при условии соблюдения правил введения в текст специального ксенонима привело бы к проблеме доступности текста аудитории. Ввиду данной проблемы переводчиками был использован прием полионимизации, замены русскоязычного идионима китайским аналогом [Ошанова, 2020: 51]. Данный прием обеспечивает точность межъязыковой номинации и не вызывает вопросов у реципиентов. Таким образом, слово «дуралей» в мультфильме переводится как 傻帽 (дурак), имеющее схожее значение. «Старый год», который в мультфильме имеет значение уходящего года, передан как 过去的一年 (прошлый год). Традиционные русские обращения такие как «любезный», «голубчик мой», «милочка» заменены на генерализированный полионим 亲爱的 (дорогой, любимый), который является одним из самых распространенных обращений в Китае. Этот же прием применен по отношению к слову «варенье», которое заменили на 果酱 (ягодная паста), его также можно отнести к полиониму, поскольку под данной лексической единицей может пониматься и варенье, и повидло, и джем.

Поскольку доступность текста для неподготовленной аудитории, большую часть которой составляют дети, имеет для переводчиков первостепенное значение, то одним из основных способов достижения данной цели стала замена русскоязычного идионима ближайшим по значению китайским родовым понятием. Данный прием именуется «гиперонимией», его главным недостатком являются значительные потери информации при использовании гиперонимов. Таким образом слово «блины», обозначающее блюдо, которое традиционно едят на Масленицу, было заменено на гипероним

煎饼 (жареные лепешки), обозначающий китайское блюдо, внешне похожее на русские блины, а русские «пирожки» стали именоваться 馅饼 (фаршированная лепешка). Один из символов русской культуры «самовар» был заменен на слово 茶壶 (чайник), тем самым утратив свою культурную маркированность, однако стоит отметить, что в данном эпизоде Ежик и Крош несли в руках именно самовар, а не чайник. Такая замена была вынужденной, поскольку в китайской языковой картине мира под словом самовар подразумевается 火锅 (Хого), известный как китайский самовар, назначение которого отличается от русского.

По своей лексической структуре ксенонимы можно разделять не только на слова, но и на предложения. Паремнология – это раздел филологии, изучающий «паремии» – пословицы, поговорки и крылатые выражения, которые являются ксенонимами, с грамматической точки зрения, являющиеся предложениями [Кабакчи, Белоглазова, 2012: 194].

В случае использования русских инвективов и слов паразитов, не имеющих аналогов в китайском языке, оптимальным способом перевода являлось калькирование. На примерах, представленных в таблице 2.1 показаны ксенонимы-предложения, переведенные с помощью калькирования.

Таблица 2.1. Пример калькирования-предложений

Исходный текст	Текст перевода
Укуси меня пчела!	让蜜蜂蛰死我算了! (Пусть пчела закусает меня!)
Вот зараза!	真是讨厌! (Действительно надоедливый!)

Некоторая часть подобной лексики была переведена на китайский язык с помощью приема модуляции. Так фразеологизм «заглянуть на огонек» был переведен как 去赏光, дословно «прийти, чтобы удостоить своим посещением», а коронная фраза Лосяша «Феноменально!», повторяющаяся им из серии в серию, по всей видимости прошла длинную цепочку логических преобразований. Сначала был произведен разбор слова «феноменально»,

лексемой которого является слово «феномен», феномен – это необычное явление, трудное для понимания. Оно переводится на китайский язык как 现象, однако переводчики заменили его на 惊人(потрясающе), имеющее схожее значение со словом «феноменально», однако являющееся общеупотребительным, а после преобразовали во фразу 真是太惊人了 (это просто потрясающе), дабы избежать рассинхрона с липсинком.

Паремии – это пословицы, поговорки и изречения. Большая их часть имела аналоги в китайском языке, что, как упоминалось выше, обеспечило точность межъязыковой номинации и отсутствие сомнений у реципиентов. Примеры подобранных переводчиками китайских аналогов русских паремий приведены в таблице 2.2.

Таблица 2.2. Пример аналогов русских паремий

Исходный текст	Текст перевода
Поезд уже ушел	黄花菜都凉了 (досл.: лилия уже замерзла)
Слава богу	谢天谢地 (досл.: спасибо небу и земле)
Рвать когти	撒丫子 (досл.: распускать ступни)
Бойтесь бога	快别作孽了 (досл.: не будь грешником)
Лить как из ведра	大雨倾盆 (досл.: ливень опрокинул таз)
Отливать пули	吹牛 (досл.: бахвалиться)
Держать себя в руках	克制自己 (досл.: сдерживать себя)

Значительную долю ксенонимов составляют имена собственные, которые из-за своей тесной связи с социокультурной действительностью могут выполнять культурологическую функцию. Они отражают национальную культуру и особенности национального мышления.

При локализации анимационного произведения перед переводчиками непременно встанет вопрос о переводе его названия с языка оригинала на язык перевода, причем осуществлено это должно быть таким образом, чтобы в названии были сохранены как семантический, так и культурологический аспекты.

«Смешарики», название мультсериала на русском языке, является номинацией, образованной путем слияния двух языковых единиц, которые по

отдельности являются сочетанием слов. Данные единицы связаны между собой подчинительной связью – «смешные + шарики». Поскольку китайский язык состоит из иероглифов, подобное слияние словосочетания в единую языковую единицу в нем невозможно, но возможен перевод словосочетания «смешные шарики» в виде описательного оборота.

Для перевода прилагательного «смешной» было выбрано китайское слово 开心 (кайсин) – это одно слово из двух иероглифов, оно означает «счастливый», дословно «открытое сердце». В китайском электронном словаре данное слово трактуется как «心情愉快舒畅» (пребывать в хорошем настроении и расположении духа). Интересен тот факт, что иероглифы 开心 по отдельности обозначают «открытый» и «сердце», поэтому в логотипе иероглиф 心 (сердце) заменили на изображение сердца (рис. 1). Прилагательное *смешной* согласно БКРС переводится с русского языка на китайский как 可笑的 «вызывающий смех» и имеет отрицательную коннотацию: «дурацкий», «смехотворный». По данной причине, видимо, было принято решение прибегнуть к лингвокультурной адаптации данного слова, то есть заменить «смешной» на «счастливый». Слово «шарик(и)» было переведено с как 球 (цю) «шар», что является полным эквивалентом.

В Китае «Смешарики» поменяли не только название; имена главных героев также подверглись существенным трансформациям. Переводчикам приходится постоянно творчески переосмысливать оригинал в процессе перевода, так как целью перевода аудиовизуального произведения является обеспечение комфортного просмотра и формирование на его основе положительного опыта у представителей целевой аудитории. Таким образом, переводчику необходимо предоставить определенную степень свободы при работе с текстом оригинала, чтобы сделать аудиовизуальное произведение максимально доступным для восприятия. Таким инструментом выступили адаптивные стратегии – «способы принятия переводческих решений, основанных на выборе оптимальной лингвокреативной деятельности

переводчика» [Чистова, 2018: 143]. Стратегия транскреации, «воссоздание нового контента, адаптированного под локального реципиента с целью успешной локализации» [Чистова, 2019: 965], явилась основной по отношению к именам собственным, присутствующим в мультсериале.

Поскольку «Смешарики» ориентированы на определенную целевую аудиторию – дети в возрасте от 4 до 8 лет, то новое имя должно было быть полным и адекватным, чтобы у них не возникло проблем с восприятием персонажей во время просмотра. При создании имен во внимание также принимается тот факт, что имя должно соответствовать по своей длине оригиналу, чтобы не создавать проблем при дубляже мультсериала. Подробная адаптация русских имен для китайского зрителя показана в таблице 2.3.

Таблица 2.3. Адаптация имен персонажей для китайского зрителя

№	Имя на языке оригинала	Животное	Имя при адаптации	Значение имени при переводе	Переводческая трансформация
1	Крош	кролик	Тусяотяо (兔小跳)	маленький прыгающий заяц	Неологизм + Полукалька
2	Ежик	еж	Вэйсяоди (猬小弟)	младший братец Еж	Неологизм + Полукалька
3	Нюша	свинья	Чжусяомэй (朱小美)	маленькая алая красавица	Неологизм
4	Бараш	баран	Яншиди (羊诗弟)	баран маленький поэт	Неологизм + Полукалька
5	Копатыч	медведь	Нунфусюн (农夫熊)	крестьянин-медведь	Неологизм + Полукалька
6	Кар-Карыч	ворон	Дацзуйшу (大嘴叔)	большеротый дядя	Неологизм
7	Лосяш	лось	Луцзяошоу (鹿教授)	профессор лось	Думающая транскрипция
8	Совунья	сова	Цяолаоши (巧老师)	преподавательница с золотыми руками	Неологизм
9	Пин	пингвин	Пинбоши (平博士)	доктор Пин	Думающая транскрипция

Анализируя оригинальные имена персонажей, мы видим, что в некоторых из них имеется семантическая связь с названиями тех видов животных, представителями которых они являются. Так рассматривая имя

Лосяш, мы понимаем, что оно состоит из двух морфем, первая – это корень - лос- от «лось», т.е. животного, которым данный персонаж является, а вторая – это словообразовательный суффикс -яш-. Создатели мультсериала, подбирая имена персонажам, ориентируются на возрастную группу, для которой он предназначен. Для русского зрителя привычными являются имена, указывающие на принадлежность персонажа к тому или иному классу животного мира.

Отношение китайцев к персоналиям формируется через передачу их имен при переводе. Таким образом именно от первичного ознакомительного восприятия образа персонажа, переданного в выборе иероглифов для составления имени, будет зависеть его оценочное восприятие китайскими зрителями, а также отношение к нему.

В Китае имена собственные структурно состоят из двух частей: фамилии рода и личного имени, то есть из 2–3 иероглифов. Анализируя китайскую адаптацию имен персонажей в мультсериале, мы видим, что имена были подобраны согласно данной традиции. Опираясь на вышеописанную нами стратегию, переводчиками был выбран прием создания неологизмов, т.е. при адаптации мультсериала героям присваивались новые имена по причине отсутствия словарного соответствия в языке перевода, а также с целью выделить ту или иную персоналию. В данном случае мы имеем дело с именами, которые были подобраны исходя из значения исходной единицы и из характеристик персонажей.

Мы можем выделить два способа образования ксенонимов-имен. Первый способ представляет собой использование в качестве фамилии иероглифа, указывающего на принадлежность персонажа к тому или иному животному, так в имени Крош – 兔小跳 (Тусяотяо), морфема 兔 (Ту) переводится как «кролик», а в имени Ежик – 猬小弟 (Вэйсяоди), 猬 (Вэй) как «еж». При этом для составления имени использовались иероглифы, описывающие личные характеристики персонажа: кролику дали имя 小跳 (Сяотяо) – маленький прыгун, потому что он ребенок, который постоянно

прыгает, а ежику имя 小弟 (Сяоди) – младший братец, так как он самый младший среди персонажей.

Особого внимания в данной категории заслуживают имена таких персонажей как Кар-Карыч – 大嘴叔 (Дацзуйшу) и Ньюша – 朱小美 (Чжусяомэй). В имени 大嘴叔 (Дацзуйшу) отсутствует иероглиф 乌 (У) – ворон, вместо него используется 叔 (Шу) – дядя. Более того он располагается не в начале имени, то есть это не фамилия персонажа, а в конце, тем самым обращая наше внимание на его возраст, так как данный персонаж является самым пожилым, следовательно по отношению к более молодым персонажам и юному зрителю он является дядей. Связано это также и с тем, что при адаптации имени Кар-Карыч была принята во внимание морфема -ыч-, которая, согласно Толковому словарю Т.Ф. Ефремовой [Электронный источник: <https://www.efremova.info>], в русском языке является словообразовательной единицей, образующей имена существительные со значением лица, которое имеет родственное отношение к тому, кто назван мотивирующим именем существительным, и в русской культуре большинство имен с данной морфемой даются взрослым мужчинам. Иероглифы 大嘴 (Дацзуй) являются его именем – Большой рот. Они не только описывают Кар-Карыча как персонажа, который постоянно рассказывает истории из своей молодости и профессионально исполняет оперные произведения, но и указывают на то, что в китайской картине мира ворона имеет коннотацию птицы с большим ртом (клювом).

Ньюша после адаптации стала известна в Китае как 朱小美 (Чжусяомэй) – Алая маленькая красавица. В ее имени отсутствует иероглиф, отвечающий за принадлежность персонажа к тому или иному виду животного. В имени используется иероглиф 朱 (Чжу) – алый, который является омонимом к иероглифу 猪 (Чжу) – свинья. Переводчики приняли во внимание тот факт, что хотя в китайской культуре свинья является символом богатства и домашнего очага, данное животное имеет негативную коннотацию глупого и грязного

животного [Электронный источник: <https://clck.ru/etTzf>], подтверждением чему служит устоявшееся в китайском языке сочетание 猪脏 (Чжуцзан) – «грязный как свинья».

Ко второй категории принадлежат имена, которые описывают не личные характеристики персонажей, а их профессии. Составлены они подобным образом, сначала ставится иероглиф-фамилия (родовая морфема) персонажа, указывающая на его принадлежность к тому или иному животному, а затем имя, подобранное в соответствии с ремеслом персонажа. Так в имени Бараш – 羊诗弟 (Яншиди), 羊 (Ян) обозначает барана, а 诗弟 (Шици) маленького поэта, так как Бараш занимается сочинительством стихов. В имени Лосяш – 鹿教授 (Луцзяошоу) присутствует фонетическая имитация русского произношения Лосяша, то есть был использован прием «думающей транскрипции». В данном имени 鹿 (Лу) переводится как олень (驼鹿 – лось), а 教授 (Цзяошоу) как профессор, потому что ремесло Лосяша связано с научной деятельностью.

В данной категории тоже есть свои исключения. Имя Пин – 平博士 (Пинбоши) частично было переведено при помощи транскрипции, 平 (Пин) является транскрипцией к имени Пин. 博士 (Боши) переводится как «мастер-профессионал». Пин по роду своей деятельности является механиком, то есть мастером на все руки. При адаптации имени Совуньи иероглиф для обозначения совы или птицы также не используется. Имя 巧老师 (Цяолаоши) состоит из двух слов: 老师 (лаоши), что обозначает «учитель», и 巧 (Цяо) – «обладающий высоким мастерством». Род деятельности Совуньи не был связан с образовательной деятельностью, но так как она по возрасту соответствует бабушке, а люди старшего поколения в китайской культуре являются учителями для младших, то при адаптации ее преобразовали в учительницу. 巧 (Цяо) в ее имени указывает на то, что она была искусной домохозяйкой, поэтому и делилась своим мастерством с младшими по возрасту персонажами.

Анимационные произведения являются разновидностью межкультурной коммуникации, в процессе которой большую роль играют ксенонимические единицы. Они являются средством воплощения русской культуры в Китае и отражают специфику процесса освоения вторичных культур средствами китайского языка.

Все указанные выше способы семантизируют ксеноним. Наименования фактов традиционной культуры позволяют китайской аудитории познакомиться с русской культурой, подчеркивают ее национальную специфику, а рассмотрение закономерностей описания русской культуры посредством китайского языка помогает сделать выводы об особенностях ее отражения в китайской картине мира.

Поскольку русский и китайский языки обладают разными особенностями словообразования, а само анимационное произведение ориентированно на определенную аудиторию, то данные факты отразились на полноте передачи национального образа, опосредованного первичной культурой. Несмотря на это, нельзя отрицать важную роль ксенонимов в процессе формирования образа России.

2.2. Особенности влияния стилизации текста на полноту формирования образа России

В ходе анализа было установлено, что в разных аспектах наблюдается разная степень аккультурации. Рассматривая стилизацию текста оригинала для китайской аудитории, нами был сделан вывод о том, что русская культура была частично нейтрализована. Это связано с тем, что целевой аудиторией «Смешариков» являются дети, для которых обычно используется понятная и простая лексика [Электронный источник: <https://clck.ru/qB7VC>].

Попытки переводчика воспроизвести инолингвокультурный национальный колорит затрудняются тем, что большое количество

национально-специфических элементов либо полностью не понимается, либо недопонимается носителями иной лингвокультуры, т.е. являются лакунами.

По указанной выше причине во время работы со «Смешариками» переводчики прибегли к способу обработки текста с расчетом на адресата. К репликам были применены лексико-грамматические трансформации, в результате чего большинство из них, являющихся устойчивыми речевыми оборотами, были значительно упрощены. Так, например, одной из часто фигурирующих в мультфильме фраз, является выражение «От винта». «От винта!» – это одна из команд в авиации, которая подается непосредственно перед запуском двигателя с воздушным винтом, в целях соблюдения правил техники безопасности. Поскольку в китайском языке не существует аналога данной фразе, она была заменена на реплику, соответствующую происходящему на экране. Например, в серии «Думают ли о Вас на звездах», перед взлетом винтового самолета Крош дает Пину команду «От винта!», которая была заменена на 起飞! (Взлетаем!), а в серии «Взаперти» Ежик, воодушевленный командной работой своих друзей, кричит «От винта!», что в китайской версии переводится как 开始! (На старт!). Фраза «оставить без хлеба» подверглась демегафоризации, суть которой заключается в замене метафоры ИЯ на слово или словосочетание ПЯ, не являющееся метафорой. Поскольку в русском языке есть выражение «Хлеб да каша – пища наша», то под словом хлеб подразумевалась основная пища, поэтому фраза была переведена как 没有吃饭 (оставить без пропитания). Подобные примеры трансформированных переводчиками фрагментов текста приведены в таблице 2.4.

Таблица 2.4. Перефразированные переводчиками фрагменты текста

Исходный текст	Язык перевода	Лексико-грамматическими трансформация
Стоп машина!	现在停船! (Сейчас же остановить судно!)	Демегафоризация
Мы пропали!	我们完蛋了! (Мы погибли!)	Демегафоризация

Мы оставим сценариста этого сериала без хлеба!	我们要让这个动画片的编剧没有吃饭! (Мы сценариста этого мультфильма оставим без пропитания!)	Деметафоризация
Мы к тебе в гости, ты теперь вроде как хозяин леса, всю территорию пометил, так сказать.	你把整个领地都留下了气味, 可以说是。(Ты на всей территории запах оставил, можно сказать.)	Экспликация
Ну что ж...вы сами напросились.	好吧就这样, 这都是你们自己惹的祸。(Хорошо, значит так, вы сами навлекли на себя неприятности.)	Деметафоризация
Космическим путешественникам все нипочем!	宇航员是不可战胜的。(Космонавты непобедимы.)	Экспликация

В мультфильме присутствует много коротких предложений, состоящих в основном из 1–3 слов. К большей их части переводчиками была применен прием лексического добавления, в результате чего подобные предложения были расширены переводчиками и приняли вид распространенных предложений, несущих в себе больше информации чем на языке оригинала. Мы предполагаем две причины принятия такого решения. Первая: лексические добавления способствуют восприятию реципиентами контента, даже вопреки рассинхрону с липсинком. Вторая, противоположная первой: поскольку русское слово может состоять из большего количества слогов чем его перевод на китайский язык, то оптимальным способом достижения синхрона с липсинком является расширение предложения при переводе. Примеры данных переводческих решений представлены в таблице 2.5.

Таблица 2.5. Лексическое добавление в предложениях

Исходный текст	Язык перевода
Занято, Пин!	房间里有人, 平博士! (В комнате люди, Пин!)
Исходный текст	Язык перевода
Прибой там! Нам туда!	浪拍打岸的声音在那边! 我们该往那边走! (Вон там шум волн, бьющихся об берег! Мы должны пойти туда!)

Разворачиваемся!	改变方向往这儿跑! (Меняйте направление и бегите сюда!)
Это апофеоз.	这是壮丽的尾声。(Это торжественный финал.)
Прекращай ерундой баловаться, не маленький уже.	给我赶快停止胡闹吧。你已经不是小孩了。(Ты ради нас поскорее перестань безобразничать. Ты уже не маленький ребенок.)
Батарейка кончилась.	没电池了, 我们得救了。(Нет заряда батареи, мы спасены.)
Сокровища!	你们快来看呀! 那儿有宝藏! (Вы быстрее посмотрите! Там есть сокровища!)

Одной из главных задач для локализаторов является перевод названия серий мультфильмов. Им необходимо было стилизовать их названия таким образом, чтобы реципиентам, обладающим иной концептуальной системой, захотелось узнать, что скрывается под этим названием.

В результате анализа перевода названий серий с русского языка на китайский было выявлено, что большинство из них представляет из себя кальку: «Бабочка» – 蝴蝶 (Бабочка); «Моя прелесть» – 我的宝贝 (Моя прелесть); «Метеорология» – 气象学 (Метеорология). Некоторые наименования серий были переведены путем синтаксического уподобления (Это сладкое слово мед – 蜂蜜是个甜蜜的词 (Мед – это сладкое слово); Думают ли о Вас на звездах – 在星星上有谁在想着你们吗? (Кто-нибудь думает о тебе на звездах?)). Особого внимания заслуживает калька на название «Мыльная опера», поскольку локализаторами была сохранена изначально заложенная в оригинальном названии игра слов, основанная на сюжете серии. Согласно БКРС «мыльная опера» имеет фиксированный перевод – 肥皂剧 (досл. мыльная опера), где под 肥皂 подразумевается хозяйственное мыло, однако стилизованное название эпизода 香皂剧, которое также дословно переводится как «Мыльная опера». Оно состоит из двух слов: 1) 香皂 – туалетное или душистое мыло, так как именно мыло данного вида являлось предметом спора между Карычем и Лосяшем; 2) 剧 – опера. Таким образом

локализаторы создали собственный вариант названия «Мыльная опера», отражающий игру слов, схожую по значению на ИЯ.

Интерес также вызывал эпизод под названием «Ежик в туманности», название которого в русском языке является отсылкой к названию культового советского мультфильма «Ежик в тумане». В исходном названии «туман» заменили на «туманность», поскольку сюжет крутится вокруг съемок фильма о космосе с Ежиком в роли космического путешественника. Данное название было переведено как 迷雾中的猬小弟 (досл. Ежик в густом тумане). Используется именно слово 迷雾, имеющее согласно БКРС значение заколдованный круг или лабиринт, оно позволяет сделать акцент на то, что это не обычный туман (雾), а туман, в котором легко потеряться словно в заколдованном лабиринте. Название на КЯ также сохранило отсылку на название советского мультфильма «Ежик в тумане», которое в Китае известно как 雾中的刺猬.

Некоторые названия были стилизованы под особенности аудитории, т.е. под китайских детей. К ним был применен прием модуляции, однако название на КЯ логически выводилось не только из значения исходной единицы, но и с опорой на сюжет эпизода. Так, например, серия «Балласт» стала известна в Китае как 累赘 (обуза). Хотя в серии многократно упоминается само слово балласт (压舱物), однако название было изменено, поскольку по сюжету эпизода Нюша во время морского путешествия являлась «балластом» (обузой) для ее друзей. Помимо этого, исходное название, возможно, является сложным для аудитории, поскольку является морским термином, который знаком далеко не всем и может вызвать неоднозначную реакцию при просмотре серии. Название «Взаперти» было переведено как 囚禁 (заключить в тюрьму; держать в заключении). «Взаперти» дословно на китайский язык переводится как 关闭, которое имеет схожее значение с 囚禁, однако разница в том, что под 囚禁 подразумевается *быть запертым против собственной воли*, а сюжет данной серии строится именно вокруг ситуации, в которой герои невольно

оказались запертыми в бочке. Эпизод «Бойкот» вышел на экраны под названием 绝交 (прервать дружбу; раздружиться). Согласно БКРС «бойкот» переводится как 抵制 или 排斥, ни одно из этих названий не фигурирует в серии. Мы предполагаем, что данное слово не является символом гуманного отношения, возможно, переводчики не хотели знакомить детей с этим концептом, более того данный термин будет незнаком для аудитории. Из приведенных выше предположений, следует, что новое название было выведено с опорой на исходное название и сюжет серии, в которой Нюша решила раздружиться с Крошем и Ежиком.

Как нами упоминалось ранее, в Китае особую популярность имеют «легкие» для просмотра мультфильмы с элементарным сюжетом, где главная идея всегда лежит на поверхности. Поскольку в России «Смешарики» нацелены как на детскую так и на взрослую аудиторию, а в Китае мультфильм позиционируется как анимация для детей, то вся лексика, которая может вызвать недопонимание со стороны реципиента, была переведена при помощи экспликации (например, амбре - 香味浓 (насыщенный аромат)) или вовсе была опущена. Однако реплики Лосяша, изобилующие научной терминологией, были переведены на китайский язык, поскольку он должен соответствовать его китайскому имени 鹿教授 (Профессор Лось).

Так как целевой аудиторией мультсериала в России и в Китае являются дети, то диалоги на языке оригинала представляют собой простые речевые конструкции, которые были легко переложены с ИЯ на ПЯ. Поскольку основу аудиовизуального текста составляет общеупотребительная лексика, то она была переведена с русского на китайский язык при помощи синтаксического уподобления, однако в тексте присутствовали языковые единицы, несущие в себе основную культурную нагрузку.

Воссоздание русского национального колорита в китайском языке осуществлялось в рамках стратегии доместикации. Русская культура, вступая в контакт с китайским языком, частично нейтрализовалась фонетически,

лексически, грамматически, вследствие чего аудиовизуальный текст стал выглядеть привычным, а иностранная культура приблизилась к собственной.

Воссоздание колорита посредством китайского языка осуществлялось при помощи ксенонимов-русизмов, что стало основным приемом стилизации мультсериала. В качестве косвенных маркеров в произведении выступают наиболее известные элементы русской культуры, такие как названия праздников (谢肉节 xièròujié – Масленица; 新年 xīnnián – Новый год), общеизвестные фамилии деятелей истории (门得列夫 méndélièfū – Менделеев; 波波夫 Bōbōfū – Попов;), названия географических объектов (鄂木斯克 èmùsīkè – Омск).

Один из персонажей мультфильма Пин является немцем, плохо разговаривающим на русском языке, поэтому на его билингвизм приходится большая доля юмора мультсериала. Переводчики сквозь призму китайской культуры пытались воссоздать схожие ошибки в речи на китайском языке, однако ввиду сильных различий в системе русского и китайского языков, большая доля юмора была утеряна при локализации.

В русской версии мультсериала Пин делает ошибки заменяя окончания русских слов на созвучные немецким (Оу йа, да, можно проверяйт!), что является возможным, поскольку русский и немецкий язык оба являются флективными, т.е. для обоих языков характерно словоизменение с помощью окончаний и суффиксов. Китайский же язык является изолирующим, т.е. слова в нем состоят только из одной морфемы – корня. По данной причине перед переводчиками возникла проблема передачи китайской речи с немецким акцентом и сопутствующими речевыми ошибками. Решением данной проблемы стало изменение порядка слов в предложении, однако данный способ применялся выборочно. Поскольку в китайском языке порядок слов имеет принципиальное значение, то именно его намеренное нарушение является маркером неграмотного билингвизма. Переводчики прибегли к такому стилистическому приему как инверсия – перестановка слов, нарушающая обычный порядок. Например, в предложении «可以解决现在»

(досл. можно решить теперь), согласно правилам китайской грамматики обстоятельство времени 现在 (сейчас) должно находиться между подлежащим и сказуемым, в данном же предложении оно употреблено в конце, что является грамматической ошибкой. Аналогичная ситуация наблюдается в примере «不知道我!» (Не знаю я!), где подлежащее 我 (Я) идет вслед за сказуемым, когда, согласно грамматике китайского языка, оно должно находиться перед ним.

Одним из способов, к которому также прибегли переводчики, стала инкорпорация иноязычной речи – включение в текст элементов иноязычного диалога [Кабакчи, Белоглазова, 2012: 191]. В русской версии мультфильма отсутствует субтитрованный перевод высказываний Пина на немецком, но китайские переводчики посчитали необходимым использование субтитров с их параллельным переводом. В таблице 2.6. приведены примеры включения элементов немецкой речи в русской и китайской версиях.

Таблица 2.6. Примеры инкорпорации немецкой речи

Исходный текст	Язык перевода
Крош, это я Пин! Натюрлих!	是我啊, 平博士。Naturlich (德语: 真的) (Это я, Пин! Правда!)
Куку! Майн Либен, кам зу ми!	Ku ku! Mein lieben, komm zu mir! (德语: 咕咕 亲爱的到我这来) (Куку, Любимая, иди ко мне!)

Рассматриваемый мультсериал обладает высоким лингводидактическим потенциалом, поэтому при переводе должны были сохраниться как культурный аспект, так и смысловая нагрузка, однако они были адаптированы согласно особенностям восприятия мультфильма китайскими детьми раннего возраста. Вследствие чего русский колорит был частично утрачен при переводе. Используя уже имеющиеся синонимические аналоги в языке перевода и нейтрализуя специфику русской речи, переводчики добились снижения смысловой нагрузки на зрителя, вызванной лакунами, встречающимися в мультсериале.

2.3. Обратная демонизация образа России посредством ксенонимов

В условиях нынешней политической ситуации между Россией и Китаем, особенно важным и приоритетным для обеих стран выступает выстраивание крепкого дружественного союза, основанного на экономическом сотрудничестве, поддержке в военно-технической и военной сферах. Между этими двумя странами ведется «информационная война», которую нельзя назвать «войной» в прямом смысле данного слова, поскольку выступающая главным оружием демонизация оказывает эффект обратный традиционному.

Демонизация – это набор психолингвистических манипулятивных инструментов управления массовым сознанием, которые позволяют отождествить оппонента с неким злом [Аблеев, Кузьминская, 2015: 172]. Она является одним из важнейших инструментов ведения информационных войн, формирующим у общества негативное мнение посредством создания образа иного государства как главного агрессора. Несмотря на то, что характеристики взаимоотношений между Россией и Китаем не позволяют говорить о присутствии демонизации в чистом виде, само явление схоже с ним, однако направлено оно на создание образа страны-друга. Именно демонизация в обратном ее эффекте была задействована в работе над «Смешариками», но в контексте мультфильма она была направлена на формирование положительного образа.

Следует понимать, что демонизация – это технология, обладающая определенными способами реализации с сопутствующими языковыми ресурсами. В «Смешариках» был задействован наиболее успешный метод обратной демонизации, а именно манипуляция сознанием аудитории путем внушения и убеждения. В ходе данного процесса в психику реципиента внедряются установки, идеи и оценки, которые влияют на его картину мира [Юсупова, Теплых, 2017: 163].

Одним из главных речевых приемов, обеспечивающих создание положительного эффекта посредством обратной демонизации, послужило

упоминание авторитетных русских личностей, чьи труды внесли вклад в развитие человечества [Юсупова, Теплых, 2017: 163–167]. Осуществлен был данный прием посредством использования ксенонимов, которые по мнению В.В. Кабакчи являются одними из важнейших способов демонизации, поскольку данная лексика занимает центральное место в межкультурном общении при взаимодействии народов [Кабакчи, 1998: 9–10]. Ксенонимы, являясь проводниками культурной информации, обладают высокой оценочностью, вследствие чего широко применяются в процессе создания образа страны. В данном мультсериале особую роль играют ономастические ксенонимы – лексические единицы, которые представляют собой имена. Такие известные личности как А.С. Попов – 波波夫 bōbōfū, изобретатель радио, и Д.И. Менделеев – 门得列夫 mén dé liè fū, создатель периодической таблицы химических элементов, упоминаются в мультфильме. Если в случае с А.С. Поповым локализаторы не могли избежать стратегии форенизации и заменить прецедентное имя на другое, поскольку сюжет серии был построен вокруг радио и его изобретателя, то в случае с Д.И. Менделеевым они могли бы заменить его имя, например, на 科学狂人 (досл. безумный ученый), поскольку присутствие конкретно этого ученого не несет смысловой нагрузки на сюжет серии. Использование именно транслитерированного ксенонима при наличии возможности его замены на сюжетный эквивалент подчеркивает намерение локализаторов познакомить юных зрителей с такими выдающимися деятелями истории. Следовательно фамилии ученого и изобретателя были переведены согласно варианту, представленному в БКРС.

Также одним из действенных способов послужило использование стереотипов, которые помогают адресанту с легкостью создать положительный оценочный фон вокруг освещаемой страны, так как стереотипы легко усваиваются реципиентом [Юсупова, Теплых, 2017: 163–167]. Активное использование уважительных обращений в речи персонажей таких как: милочка, друг мой, любезный и т.д., были сохранены и переведены при помощи китайских полионимов – 亲爱的 (дорогой, уважаемый, любимый),

с целью формирования стереотипа о вежливости русских людей. Такой персонаж как Пин является иностранцем, данный факт не был опущен при локализации. Путем дружеских отношений между Пином и другими персонажами, которые подразумеваются как русские, создателями мультфильма и, следовательно, локализаторы отображают толерантность русского народа.

Намеренно отступая в некоторых сериях от стратегии доместикации, которая распространяется на большую часть мультфильма, локализаторы добились усиления влияния мультсериала на формирование положительного образа России. Таким образом, в рамках технологии обратной демонизации ими использовались ксенонимические языковые единицы, которые послужили усилителями сообщения, призванного к формированию образа страны-друга в сознании реципиента.

2.4. Специфика влияния экстралингвистических особенностей аудиовизуального произведения на формирование образа России

Как нами упоминалось ранее при переводе происходит перенос культуры из одного языка в другой. Так как аудиовизуальное произведение является мультимодальным, то в процессе перевода необходимо опираться не только на текст, но и на аудиовизуальный материал, так как в нем содержится экстралингвистическая информация, которая оказывает сильное влияние на перевод. Невербальный язык так же, как и вербальный, является знаковой системой, и каждый знак, изображенный на экране, имеет значение и несет в себе информацию.

Аудиовизуальный перевод имеет ряд своих особенностей, среди которых необходимость учета переводчиком не только лингвистических факторов, но также и экстралингвистических, которые являются неотъемлемыми составными частями аудиовизуального произведения. Они

оказывают влияние на перевод текста, а также на восприятие всего произведения в целом.

Мультфильм «Смешарики» в Китае ориентирован на детскую аудиторию, главной особенностью восприятия которой является то, что сначала детьми воспринимается визуальная и музыкальная составляющие, а затем уже вербальное содержание мультфильма [Шевченко, 2018].

Одна из главных экстралингвистических характеристик аудиовизуальных произведений – это использование графических элементов, неразрывно связанных с сюжетом. Они выполняют вспомогательную функцию, т.е. способствуют лучшему восприятию зрителем происходящего на экране, а также показывают отношения между персонажами и их эмоции.

Китай известен своей жесткой цензурой, которая в том числе распространяется и на мультфильмы, поэтому иностранный контент очень сложно допускается на китайский рынок. Подобная политика в большинстве случаев приводит к перерисовке мультфильмов или к вырезанию сцен, которые будут потенциально опасны для китайской аудитории. Однако, в случае «Смешариков», китайскую цензуру удалось обойти, что позволило сохранить часть русского колорита, заложенную в видеоряде, а именно в графических элементах.

В «Смешариках» графические элементы можно разделить на 2 группы:

1. Графические полионимы и, т.е. существующие во многих языках с одним и тем же значением;
2. Графические ксенонимы, т.е. напрямую связанные с русской культурой и являющиеся ее неотъемлемой частью;

К первой группе относятся предметы быта главных героев, содержащие надписи на русском языке, которые не были переведены на ЯП в процессе локализации. Например, в серии «Бабочка» Лосяш и Копатыч пьют чай, на столе стоят банки, на которых написано «Мед» и «Варенье». К данной группе будут относиться и книги, появляющиеся в разных эпизодах, так как все они также содержат надписи на русском языке.

Элементы второй группы оказывают большее влияние на формирование образа русской культуры в сознании аудитории, поскольку отражают собой реалии русской культуры. Так, в серии «Масленица» такие элементы как самовар, блины, чучело масленицы и гармошка создают атмосферу русского народного праздника, а в серии «Куда уходит старый год?» новогодняя елка, костюм Деда Мороза, шапка-ушанка, зима, бенгальские огни и хоровод показывают юному зрителю как в России традиционно празднуют наступление Нового года.

Не менее важным экстралингвистическим фактором является сюжетная музыка, поскольку она в зависимости от ситуации может выполнять разнообразные функции, придавая эмоциональную или смысловую характеристику, происходящего на экране.

В большинстве случаев сюжетная музыка используется для создания национального колорита, поскольку она является неотъемлемой частью культуры и именно через нее может выражаться национальная принадлежность. Кроме того, музыка является сильным средством воздействия на аудиторию, ее эмоции и чувства, а при одновременном использовании с видеорядом этот эффект усиливается. Помимо этого, сюжетная музыка может достаточно четко воссоздать атмосферу и передать культуру, в которой разворачиваются события.

Проанализировав музыкальный фон мультсериала, можно сделать вывод о том, что в большинстве серий он оставался неизменным. Основные мелодии, повторяющиеся из серии в серию, исполнены с использованием русских народных инструментов таких как балалайка или гармонь, однако не несут в себе культурной нагрузки. Тем не менее в мультфильме присутствует музыка, создающая именно русский колорит. Так в серии «Масленица» песня «Ягода-малинка», являющаяся музыкальным сопровождением, и ее текст на ИЯ были полностью сохранены, поскольку играют главную роль в создании национального колорита и атмосферы славянского праздника. В эпизоде «Ежик в туманности», которая является отсылкой на советский мультфильм

«Ежик в тумане», музыкальный фон также не был изменен. Основной мелодией является тревожная музыка с криками птиц, которая была взята из мультфильма «Ежик в тумане», она сопровождает главного героя в моменты страха и погони.

Однако не во всех эпизодах было сохранено изначальное музыкальное сопровождение. Так в серии, которая посвящена празднованию Нового года, особую роль играют фоновая музыка и напевания персонажами всем хорошо знакомых новогодних мелодий. В русской версии мультфильма, в начале серии перед зрителем предстает Лосяш, который катит Ньюшу на санках, напевая мелодию рождественской песни «Jingle bells». Данная песня является самой узнаваемой рождественской песней в мире и пришла в Китай вместе с культурой празднования европейского Рождества. По этой причине было принято решение оставить ее при адаптации, так как у китайского зрителя имеются достаточные фоновые знания о ней. Однако вторая, присутствующая в данном эпизоде песня – это новогодняя мелодия «В лесу родилась елочка», которую напевал Кар-Карыч. Поскольку данная песня вызывает ассоциацию с Новым Годом только у людей, относящихся к русской культуре или хорошо знакомых с ней, то при адаптации ее заменили на звуки хрустящего под ногами снега.

Особый интерес вызвала серия под названием «Некультурный», при ее локализации музыкальный фон был полностью изменен. В течение всей серии главных героев сопровождает радио, на котором играет концерт по заявкам, играют песни, создающие соответствующую атмосферу по ходу развития сюжета. В основном это эстрадная музыка, имеющая ту или иную отсылку, понятную большей части русской аудитории, однако совершенно сбивающую с толку китайскую, особенно детскую аудиторию. В начале серии, когда Копатыч работал в огороде, по радио играла классическая музыка, она была заменена на нейтральную не относящуюся ни к китайской, ни к русской культуре мелодию, ранее не появляющуюся в мультсериале. В последующей сцене Копатыч распылял на огороде ядовитый раствор, звучало уже новое

музыкальное сопровождение. В тот момент по радио играла лиричная и романтическая песня: «Абрикосы там цветут...», являющаяся армянской народной песней, которую при локализации также заменили на подобную мелодию, что и в предыдущем эпизоде, однако уже на другую. Далее с 4:14 по 4:34 минуты серии играет знаменитый военный марш В. Агапкина «Прощание Славянки». Его меняют на воодушевляющую мелодию, ранее уже появляющуюся в других сериях мультсериала. В моменте, когда Ежик попадает в бутон сорняка и взлетает в нем в воздух, звучит песня «Джамайка» Робертино Лоретти. Она была заменена на мелодию в жанре рок. Следующей композицией была часть из симфонической поэмы Рихарда Штрауса «Так говорил Заратустра», которая звучит в кадре, когда Ежик и Копатыч спускаются на землю словно в ракете в деревянном домике, который был поднят гигантским сорняком высоко в небо. Данная мелодия ассоциируется у русского человека с полетами в космос и сценой, когда человек впервые ступил на Луну. В данном фрагменте она звучала не случайно, поскольку перед тем, как спуститься обратно на землю, Ежик говорит фразу «Поехали!», которая является отсылкой к знаменитой фразе Юрия Гагарина «Поехали!». Локализаторы сменили музыкальный фон на трагичную мелодию, ранее присутствующую в других эпизодах. В конце серии, когда овощи начинают падать с неба, Крош ловит их тележкой, в этот момент по радио идет трансляция футбольного матча, после играет «Футбольный марш» Матвея Блантера, который традиционно звучал на футбольных матчах в СССР. Его заменили на мелодию, напоминающую коммунистический марш.

Помимо фоновой музыки, в «Смешариках» также присутствуют песни, исполняющиеся самими героями. При их переводе локализаторы прибегли к приему синтаксического уподобления. Так в серии «Бабочка» главная песня была пословно переведена с русского на китайский: «Бабочка, бабочка, бабочка моя!» – 蝴蝶, 蝴蝶, 我的蝴蝶 (Бабочка, бабочка, моя бабочка!). В некоторых сериях песни были частично переведены при помощи синтаксического уподобления или калькирования, частично обработаны в

соответствии с происходящим на экране. В серии «Маленькое большое море» Кар-Карыч исполняет отрывок из старинного романа «Колокольчик: «Однозвучно гремит колокольчик, и дорога пылится слегка» – 帆船保持航向, 大路上尘轻轻的飞扬 (Парусник держит курс, пыль легко летит по дороге), отрывок частично был переведен при помощи семантического калькирования. При переводе песни был изменен порядок слов, поскольку русский и китайский являются разноструктурными языками, также изменилось и ее начало, так как в моменте исполнения герои летели на воздушном корабле над морем.

Экстралингвистические факторы являются вторичными и, соответственно, дополняют лингвистические в процессе переводческой деятельности. Одним из таких факторов будет являться иноязычный акцент. Глубокий и тщательный анализ коммуникативного эффекта акцента необходим локализаторам для преодоления коммуникативных неудач в межкультурном общении. Речевой акцент как особое качество звучащей речи является показателем национальной идентичности говорящего. Поэтому будучи особенностью устной речи, он также может вызывать неоднозначную реакцию у реципиентов.

Иноязычный акцент является одним из признаков устной речи коммуниканта-билингва, не владеющего данным языком как родным. Речевой акцент является именно той особенностью, которая при восприятии такой речи носителем языка маркирует персонажа, вызывая определенную эмоционально-психологическую реакцию у аудитории. Речевая характеристика является важнейшим показателем его национальной/социальной идентификации.

В мультфильме присутствуют два персонажа, обладающие специфичной для аудитории речью. Пин является билингом, поэтому наличие у него немецкого акцента привносит в звучание специфику его родной речи. Вторым персонажем является Копатыч, однако он не является билингом, а его акцент является примером диалектной речи, что проявляется

в специфичных фразах («Нюш, ты чаво?»), также в одной из серий к нему приходит письмо от родственника, написанное на украинском языке. Так как воздействие акцента на аудиторию основывается на ее языковом и социальном опыте, то при локализации произведения акцент, относящийся к русскому диалекту, был полностью нейтрализован. Однако, что касается немецкого акцента, то он был частично сохранен.

В случае с кубанским говором Копатыча, его нейтрализация объясняется несколькими причинами: первая – очевидно переводчики как и большинство китайцев не знакомы с возможными отклонениями от нормы русского языка в виде диалектов или говоров, поэтому данная речевая специфика не была распознана в процессе работы над дубляжем; вторая – нежелание локализаторов нарушать этические нормы по отношению к сельским жителям, так как по сюжету Копатыч является типичным представителем данного типа и агрономом, чья речь содержит помимо акцента грамматические ошибки. Поскольку Китай является многонациональной страной, а диалекты юга и севера сильно разнятся, то компенсация специфической речи Копатыча была бы возможна через использование южного диалекта вместо северного – путунхуа, который считается базовым в Китае, и за счет грамматических ошибок. Однако локализаторы не прибегли к данному приему, возможно, из-за риска создания негативного речевого портрета представителя китайского южанина через образ персонажа; Мы также предполагаем возможность наличия у актеров дубляжа и переводчиков готового скрипта реплик Копатыча, исходя из которого невозможно определить наличие специфического акцента у персонажа.

Отсутствие явного немецкого акцента у Пина объясняется той же причиной, что и в случае с кубанским говором. Возможно, данный акцент будет не знаком китайской детской аудитории и вызовет неоднозначную реакцию. Однако для сохранения юмора, создаваемого на билингвизме Пина, локализаторы компенсируют отсутствие акцента инкорпорациями на немецком языке (см. 2.2).

В создании определенного эффекта на аудиторию особое место принадлежит интонации. Она является одной из составляющих артистизма, умения передавать эмоциональную информацию при помощи голоса. Помимо этого, интонация является характеристикой конкретного языка, так как является составляющей просодической организации его речи. В русском языке интонация играет важную роль, поскольку она способствует членению потока речи на отрезки, а также имеет эмоциональное значение и маркирует речь говорящего.

Поскольку китайский язык имеет отличные от русского языка просодические средства такие как понижающаяся и повышающаяся интонации, а сама речь отличается высокой скоростью произнесения, то китайский дубляж мультфильма выглядит менее эмоционально окрашенным чем в русский. Связано это с тем, что интонационные нарушения, находящиеся в тесном единстве с нарушениями на уровне акцентной структуры слова, могут вызвать неоднозначную оценку у аудитории, а также повлиять на восприятие ею анимационного произведения.

Поэтому одной из проблем при локализации «Смешариков» явилась интонация персонажей мультсериала. Решением данной проблемы, возникшей при дубляже на китайском языке, явились междометия, которые в китайском языке играют особую семантическую роль и несут смысловую нагрузку в речи. Они употребляются в разнообразных речевых ситуациях, выполняя различные коммуникативные функции, а также послужили основными интонационными маркерами. Таким образом, при помощи междометий, служащих для выражения эмоций, передавалось в одних случаях радость, а в других – ирония или сарказм. Например, фразу «Это бабочкам хорошо!» Совунья произносит с саркастичной восходящей интонацией, с помощью восходящей интонации в китайском языке произносятся в основном вопросительные предложения. Поэтому при переводе данной фразы на китайский язык – 蝴蝶们多好啊！ (Бабочкам то хорошо!), в конце

употребляется междометие 啊, выражающее восклицание. Прочие примеры употребления междометий представлены в таблице 2.7.

Таблица 2.7. Примеры компенсации интонации междометиями

Исходный текст	Язык перевода	Функция междометия
Друг мой монотонный, вы не могли бы перестать стучать?	我枯燥的朋友, 你能不能别敲啦? (Мой монотонный друг, ты можешь перестать стучать?)	Вопрос + Недовольство
Давай, Луноход, подходи!	来啊! 月球车, 过来啊! (Ну иди же сюда! Луноход, подходи!)	Восклицание
А зачем вы ключик с собой забираете?	你为什么要把钥匙带走呢? (Ты почему ключ уносишь с собой?)	Усиление вопросительной интонации
Мы же тебя спасаем от самого себя!	我们实在拯救你来伤害自己啊! (Мы на самом деле спасаем тебя от причинения вреда самому себе!)	Восклицание + Недовольство
Помогите! Помогите кто-нибудь! Спасите!	救命啊! 救命啊! 救命啊! (Спасите! Спасите! Спасите!)	Восклицание
Копатыч, ты чем огород удобряешь?	农夫熊, 你给你的菜园子施的是什么肥料啊? (Копатыч, ты свой огород чем удобряешь?)	Недовольство

Таким образом, проанализировав экстралингвистические факторы, присутствующие в мультсериале, можно сделать вывод о том, что именно экстралингвистическая информация является главным маркером русской культуры. Поскольку понимание культурной реалии в детском возрасте основывается на понимании факта действительности, стоящего за словами, то именно через визуальный и аудиальный каналы восприятия будет формироваться образ России у реципиента. Однако, только посредством тесного взаимодействия языковых и внеязыковых факторов в процессе перевода, становится возможной всесторонняя передача русской культуры.

ВЫВОД ПО ГЛАВЕ 2

Во второй главе данного исследования были выявлены особенности вторичной культурной ориентации русского анимационного произведения, посредством межъязыковой локализации. Основываясь на выводах, полученных в ходе анализа данных особенностей, стало возможным сделать вывод об успешности формирования положительного образа страны в сознании целевой аудитории.

В качестве примера для проведения практического исследования процесса культурной переориентации русского языка в процессе межъязыковой локализации нами был выбран российский мультсериал «Смешарики».

Выполнив сопоставительный анализ перевода текста анимационного произведения с оригиналом, мы пришли к следующим выводам:

1. Присутствие наименований реалий традиционной культуры, а именно ксенонимов-руссизмов, позволяет китайской аудитории познакомиться с русской культурой, а также подчеркивают ее национальную специфику;
2. Русский колорит был частично утрачен при стилизации текста ввиду того, что в Китае мультсериал ориентирован на детскую аудиторию, обладающую недостаточными фоновыми знаниями о русской культуре;
3. За счет выборочного отступления от стратегии доместикации, которая распространяется на большую часть мультфильма, локализаторы посредством технологии обратной демонизации усилили эффект формирования образа России как страны-друга, чья нация обладает множеством достойных характеристик;
4. Экстралингвистическая информация, присутствующая в мультсериале, является доминирующим маркером русской культуры. По данной причине образ России будет преимущественно формироваться через

визуальный и аудиальный каналы восприятия, которые являются основными согласно возрасту аудитории.

Подводя итоги вышеизложенному, следует утверждение о том, что наиболее полный образ России, передающийся сквозь призму анимационного произведения, будет формироваться в сознании реципиентов только лишь при тесном взаимодействии как языковых, так и внеязыковых факторов. Однако ввиду того, что фоновые знания и возрастные особенности аудитории имеют для локализаторов особое значение и обязательно должны учитываться при переводе, национальная специфика мультфильма либо частично, либо полностью нейтрализуется для снижения смысловой нагрузки на зрителя, вызванной лакунами, встречающимися в мультсериале. Несмотря на преимущественный характер экстралингвистических факторов, интерлингвокультурологические средства имеют значимость в процессе локализации аудиовизуального произведения, так как именно они способствуют иноязычному описанию собственной культуры.

Также при локализации мультфильма были задействованы две стратегии перевода: доместикация, распространяющаяся на большую часть мультфильма, и форенизация, с помощью которой локализаторы усилили влияние, оказываемое мультсериалом на формирование образа России как дружественной страны. Помимо этого, именно посредством форенизации была выделена научная составляющая российской действительности, отображающаяся в анимационном произведении и играющая важную роль в процессе образования как у русских, так и у китайских детей.

Проанализировав образ России, формирующийся у китайского зрителя при просмотре «Смешариков», нами был сделан вывод, что она предстает перед аудиторией как великая культурно обогащенная страна, в которой жили и живут ученые, внесшие вклад в мировую историю. Помимо этого, Россия – страна с образованными, воспитанными и толерантными людьми, которые чтят свои традиции, материальную и нематериальную культуру, а также передают ее из поколения в поколение.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении нашего исследования можно сделать ряд основных выводы по теме.

Цель данной работы заключалась в исследовании особенностей формирования образа страны посредством межязыковой локализации анимационного аудиовизуального произведения.

В ходе исследования были изучены лингвокультурный аспект в аудиовизуальном переводе, обозначены основные понятия, касающиеся темы работы, изучены стратегии и приемы перевода культурно-специфической лексики в аспекте интерлингвокультурологии, выявлены особенности локализации русских мультфильмов для китайского зрителя и их влияние на формирование образа России в сознании аудитории.

Проанализировав теоретические источники, нами было установлено, что лингвокультурологический аспект является неотъемлемой частью аудиовизуального перевода, так как воздействие, которое анимационное произведение оказывает на зрителя, во многом определяется точностью передачи национальных реалий, которыми обусловлено приобщение целевой аудитории к культуре страны исходного языка и формирование образа о стране в целом. Проблемы, связанные с передачей реалий и сопутствующей им безэквивалентной лексики, будут решаться в рамках локализации, так как именно она позволяет транслировать аудиовизуальную информацию из одной культуры в другую. Поскольку в нашем исследовании мы имели дело с вторичной культурной ориентацией языка, то стратегии и приемы перевода культурно-специфической лексики (ксенонимов) рассматривались нами в аспекте интерлингвокультурологии. Выполнив их комплексный анализ, мы пришли к выводу, что рассмотрение локализации в рамках данного направления лингвистики является особенно актуальным. Обуславливается данное утверждение стремительным ростом мировой глобализации, влекущей за собой необходимость учета особенностей межкультурной коммуникации и

определения тех культурных ценностей, которые в основе коммуникативной деятельности и из которых в дальнейшем будет складываться целостный образ страны в сознании аудитории.

На первом практическом этапе нами была рассмотрена реализация перевода безэквивалентной лексики на китайский язык. Основными приемами образования ксенонимов-русизмов явились экспликация, полионимизация и гиперонимия. При переводе ксенонимов, являющихся именами собственными, использовались такие приемы как калькирование, думающая транскрипция и создание неологизмов. Как показали результаты исследования, присутствие наименований фактов традиционной культуры позволит китайской аудитории познакомиться с русской культурой, однако, поскольку русский и китайский языки обладают разными особенностями словообразования, а само анимационное произведение ориентированно на определенную аудиторию, то данные факты будут отражаться на полноте передачи национального образа России.

На втором практическом этапе нами рассматривалась стилизация текста оригинала для китайской аудитории. Поскольку данный мультсериал обладает высоким лингводидактическим потенциалом, то при его переводе были сохранены культурный аспект и смысловая нагрузка. Однако, сопоставительный анализ показал, что они были адаптированы согласно особенностям восприятия целевой аудитории, которой являются дети. Следовательно, русский колорит был частично нейтрализован с целью снижения смысловой нагрузки на зрителя, вызванной лакунами, встречающимися в мультсериале.

Так как аудиовизуальный текст является мультимодальным, то на третьем практическом этапе нами были рассмотрены экстралингвистические факторы, присутствующие в мультсериале. Поскольку понимание культурной реалии у детской аудитории происходит преимущественно через визуальный канал восприятия, то нами был сделан вывод о том, что именно сохраненная

при локализации экстралингвистическая информация играет основную роль в формировании образа России у реципиента.

Основываясь на выводах, полученных в ходе анализа межкультурной локализации мультсериала, нами было сделано утверждение о том, что наиболее полный образ России, передающийся сквозь призму анимационного произведения, будет формироваться в сознании реципиента лишь при тесном взаимодействии как языковых, так и внеязыковых факторов. Однако ввиду того, что фоновые знания и возрастные особенности аудитории должны учитываться при переводе, то национальная специфика мультфильма частично или полностью нейтрализуется для снижения смысловой нагрузки на зрителя. Образ России, формирующийся в сознании целевой аудитории «Смешариков», мы считаем успешным, так как Россия предстает перед аудиторией как великая культурно обогащенная страна, в которой жили и живут образованные, воспитанные и толерантные люди, чтящие свои традиции и культуру. Нельзя не отметить, что особое внимание уделяется и великим русским ученым, внесшим вклад в развитие науки.

Основываясь на текущей ситуации в мире, данное исследование является особенно актуальным. Поскольку перспективы развития дружественных и экономических отношений между Россией и Китаем возрастают с каждым днем, то проблема формирования положительного образа России в сознании китайцев вызывает интерес у многих ученых-лингвистов, в связи с этим возникает перспектива дальнейших ее исследований.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абдурахманова Л.А. Особенности перевода ксенонимов и идионимов в англоязычном политическом медиадискурсе // Научные междисциплинарные исследования. 2021. № 5. С. 146–152.
2. Аблеев С.Р., Кузьминская С.И. Манипуляции массовым сознанием: политическая мифология и стратегия демонизации // Вестник Московского университета МВД России. 2015. № 5. С. 172–175.
3. Алексеева И.С. Введение в переводоведение. Москва: Издательский центр «Академия», 2004. 352 с.
4. Альварес-Солер А.А. Художественный и аудиовизуальный перевод в призме элементов литературного текста и уровней киноязыка // Пространства коммуникации Испании и латинской Америки: многоязычие, литература, традиции перевода / под ред. Писановой Т.В., Альварес-Солера А.А. М.: МГЛУ, 2019. С. 135–209.
5. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. Москва: Издательский центр «Академия», 2003. 128 с.
6. Белоглазова Е.В., Кабакчи В.В. Введение в интерлингвокультурологию. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. 255 с.
7. Белоглазова Е.В. Функционирование ксенонимов-русизмов в литературе жанра фэнтези // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2015. № 1 (45). С. 105–110.
8. Бричева М.М., Мугу М.С., Сасина С.А. Проблемы языковой локализации компьютерных игр // The Scientific Heritage, 2021. № 61. С. 40–42.
9. Болотина М.А., Кузьмина Е.В. Лексические проблемы перевода компьютерных игр // Вестник Балтийского Федерального Университета им. И.Канта. 2019. № 1. С. 43–50.
10. Бочегова Н.Н., Нурмухаметов А.Н. Переводческие трансформации в аспекте интерлингвокультурологии // Вестник КГУ. 2019. № 1. С. 60–62.

11. Бочегова Н.Н. Диалог культур в аспекте интерлингвокультурологии // Вестник КГУ. 2018. № 2. С. 11–14.
12. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. Методическое руководство. 4-е изд., Москва: Русский язык, 1990. 246 с.
13. Журавлева Я.А. О чем говорят китайские имена // Россия и Китай: аспекты взаимодействия и взаимовлияния. 2013. № 2. С. 110–115.
14. Зайцева В.А. Межкультурная коммуникация и лингвокультурная адаптация перевода [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/qB8SP> (дата обращения: 09.11.21).
15. Зылевич Д.П. Особенности языка и стиля художественных произведений для детей (на материале современной детской литературы) // Вестник БДУ. Серия: Филология. Журналистика. Педагогика. 2012. № 1. С. 65–69.
16. Иванова Е.Ю. Терминологичность ксенонимов: ксеноним и термин // Гуманитарные науки: вопросы и тенденции развития / Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. Красноярск, 2014. С. 54–56.
17. Кабакчи В.В. Основы англоязычной межкультурной коммуникации: Учебное пособие. СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 1998. 232 с.
18. Кабакчи В.В. Типология текста иноязычного описания культуры и инолингвокультурный субстрат // Лингвистика текста и дискурсивный анализ: традиции и перспективы. СПб: ГУЭФ, 2007. С. 51–70.
19. Калинина С.И., Степанова М.М. Разработка стратегий перевода аудиовизуальных новостных сообщений // Вопросы методики преподавания в вузе. 2016. № 5. С. 37–44.
20. Кулемина К.В. Основные виды переводческих трансформаций // Вестник АГТУ. 2007. № 5 (40). С. 143–146.
21. Козуляев А.В. Аудиовизуальный полисемантический перевод как особая форма переводческой деятельности и особенности обучения данному

виду перевода [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/qB8oa> (дата обращения: 24.10.21).

22. Козуляев А. В. Интегративная модель обучения аудиовизуальному переводу (английский язык): дис ... канд. пед. наук: 13.00.02. М., 2019. 234 с.

23. Козуляев А.В. Обучение динамически эквивалентному переводу аудиовизуальных произведений: опыт разработки и освоения инновационных методик в рамках школы аудиовизуального перевода // Вестник ПНИПУ. 2015. № 3. С. 3–24.

24. Комиссаров В.Н. Общая теория перевода. М.: ЧеРо, 1999. 134 с.

25. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. М.: Высшая школа, 2002. 157 с.

26. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. М.: Высш. шк., 1990. 253 с.

27. Корнилов В.Н. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. М.: ЧеРо, 2003. 349 с.

28. Костров К.Е. Аудиовизуальный перевод: проблемы качества // Вестник ВолГУ. 2015. Сер. 9. Вып. 13. С. 142–146.

29. Максименко О.И., Подлегаева Е.П. Интерпретация интертекста в мультисемиотичном анимационном дискурсе (переводческая проблема) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2020. № 1. С. 104–110.

30. Маленова Е.Д. Стратегия транскреации в переводе субтитров: проблемы и решения // Научная сессия ГУАП. Сборник докладов. 2016. С. 231–236.

31. Маленова Е.Д. Теория и практика аудиовизуального перевода: отечественный и зарубежный опыт // Коммуникативные исследования. 2017. № 2. С. 32–46.

32. Маслова В.А. Homo lingualis в культуре: Монография. М.: Гнозис, 2007. 318 с.

33. Матюхин И.Б. Перевод мультсериалов: проблема перевода имен собственных // Вестник науки и образования. 2019. Вып. 19 (73). С. 65–67.
34. Миньяр-Белоручев Р.К. Как стать переводчиком? М.: Готика, 1999. 176 с.
35. Мостовщиков Е. Смешарики по-пекински // Эксперт. 2014. Вып. 15. С. 343.
36. Муравьева Д.Д., Яренчук Е.Э. Локализация и перевод. К вопросу локализации компьютерных игр // Перевод и межкультурная коммуникация: теория и практика. Курск: КГУ, 2018. С. 32–37.
37. Ошанова Е.С. Проблемы адаптации разговорной лексики при переводе на иностранный язык // Социально-экономическое управление: теория и практика. 2020. №3 (42). С. 48–54.
38. Петрова Е.С. Понятие локализации в межъязыковом и внутриязыковом переводе // Университетское переводоведение. 2001. Вып. 2. 410 с.
39. Парасоцкая А.А. Проблемы локализации текстов рекламы // Вестник ВГУ. 2017. Сер. 9. С. 57–61.
40. Попова З.Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М.: АСТ «Восток–Запад», 2007. 314 с.
41. Постовалова В.И. Картина мира в жизнедеятельности человека // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. М.: Наука, 1988. С. 8–69.
42. Постоенко И.А., Курбатова К.А. Специфика перевода культурологического аспекта анимационных фильмов для дальнейшего субтитрования (на материале китайского языка) // Мир науки, культуры, образования. 2020. № 3 (82). С. 468–472.
43. Прошина З.Г. Интерлингвокультурология и контактная вариантология английского языка // Лингвистика в эпоху глобанглизации: сб. ст. к юбилею В.В. Кабакчи/ под ред. Е.В. Белоглазовой. СПб: Изд-во СПбЭУ, 2018. С. 86–93.

44. Савицкий В.М. Лингвокультурные коды: к обоснованию понятия // Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. 2016. № 2. С. 55–62.
45. Сафина З.М. Стратегии перевода культурно-маркированной лексики // Доклады Башкирского университета. 2019. Т. 4. № 5. С. 542–547.
46. Сироткина Т.А. Ксенонимы как отражение этнической картины мира // Язык и культура: сб. статей XXIII Международ. научн. конф. / под ред. С.К. Гураль. Томск: Издательский Дом ТГУ, 2013. С. 99–100.
47. Тимко Н.В. К вопросу о передаче культурной специфики текста в переводе // Вестник ИГЛУ. 2010. № 1. С. 61–66.
48. Тимко Н.В. Фактор «культура» в переводе. 2-е изд., дополн. Курск: КГУ, 2007. 154 с.
49. Федорова И.К. Перевод кинотекста в свете концепции культурного переноса: проблема переводческой адаптации // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2009. № 43 (181). Вып. 39. С. 142–149.
50. Федорова И.К. Проблемы киноперевода в аспекте зрительского восприятия // Вестник Московского университета. Серия: Теория перевода. 2014. № 2. С. 63–76.
51. Хайрулина О.Э. Лингвокультурная трансляция как одна из проблем киноперевода // Сборник статей VIII Международной научной конференции молодых ученых. УФУ им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2019. С. 175–180.
52. Челнокова А.В. Феномен «маленького императора» и образ идеального сына в Китае // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2010. № 2. С. 101–103.
53. Чжан Цзюньна, Дмитриев Ю.А. Традиционное нравственное воспитание детей дошкольного возраста в Китае // Наука и школа. 2018. № 6. С. 67–76.

54. Чистова Е.В. Теоретический статус межъязыковой локализации как особого вида переводческой деятельности // Культура и текст. Переводоведение. 2020. Вып. 3 (42). С. 161–175.

55. Чистова Е.В. Когнитивные стратегии конструирования интерлингвокультурологического дискурса в переводе с русского на китайский язык // Лингвистика в эпоху глобанглизации: сб. статей к юбилею В. В. Кабакчи / под редакцией Е.В. Белоглазовой. СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2018. С. 138–144.

56. Чистова Е.В. Когнитивные техники транскреации брендированного контента // Когнитивные исследования языка. 2019. № 37. С. 963–967.

57. Чистова Е.В. Терминосистемы в условиях глобализации: симметрико-ориентированный подход: на материале брендинг-литературы: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Санкт-Петербург, 2014. 32 с.

58. Шевченко Н.А. К вопросу о роли визуального канала восприятия в образовательном процессе // сборник материалов Международной научно-практической конференции. Приоритетные направления развития науки и образования. Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2018. С. 99–100.

59. Шелестюк Е.В. О форенизации и доместикации в переводе и возможностях их лингвистической оценки // Вестник ЧГУ. Филологические науки. 2016. № 4. С. 202–207.

60. Шульга В.Г. Особенности лексики с национально-культурным компонентом // Лингвокультурологическая парадигма в современных исследованиях: сб. науч. ст. Гродно: ГрГУ, 2011. С. 260–264.

61. Юсупова Р. Р., Теплых Р.Р. Демонизация «плохих» политических лидеров как инструмент информационной войны // Политическая лингвистика. 2017. № 5 (65). С. 163–167.

62. Яшина Н.К. Практикум по переводу с английского языка на русский: учеб. пособие. 3-е изд., М.: ФЛИНТА, 2013. 72 с.

63. Esselink Bert A Practical Guide to Localization. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2000. 488 p.

64. Horbačasienė J., Kasperavičienė R., Petronienė S. Issues of Culture Specific Item Translation in Subtitling // *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2016. Vol. 231. P. 223–228.

65. Kamalova Dilovar Linguoculturology as a new direction of contemporary linguistics // *Young Scientist, Series: Philology*. 2017. №15 (149). P. 700–702.

66. Minako O'Hagan, Carmen Mangiron Game Localization: Translating for the global digital entertainment industry. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2013. 374 p.


67. Peeters Bert, On Linguoculturology and Cultural Linguistics // *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*. 2019. Vol. 17. № 4. P. 6–11.

68. Shiryayeva V., Lungu Badeab G. Subtitling: The Transfer of Culture-Specific Words in a Multidimensional Translation // *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2014. Vol. 149. P. 883–888.

69. Venuti L. Translation, community, utopia // *The Translation Studies Reader*/Ed. By Lawrence Venuti. Taylor & Francis, 2004. P. 468–488.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра восточных языков
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
восточных языков
 Е.В. Чистова

« 16 » июня 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**ИНТЕРЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ
ОБРАЗА РОССИИ В АУДИОВИЗУАЛЬНОМ ПЕРЕВОДЕ
МУЛЬТСЕРИАЛА «СМЕШАРИКИ» НА КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК**

Выпускник



А.С. Экзархова

Научный руководитель



канд. филол. наук,
доц. Е.В. Чистова

Нормоконтролер



А.П. Мутасова

Красноярск 2022

РЕФЕРАТ

Тема бакалаврской работы – «Интерлингвокультурологические средства создания образа России в аудиовизуальном переводе мультсериала «Смешарики» на китайский язык». Выпускная квалификационная работа представлена в объеме 76 страниц, включает в себя 7 таблиц, а также список использованной литературы, состоящий из 69 источников, 7 из которых на иностранных языках.

Ключевые слова: МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, ТЕОРИЯ ПЕРЕВОДА, ИНТЕРЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ, МЕЖКУЛЬТУРНАЯ ЛОКАЛИЗАЦИЯ, НАЦИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ, КСЕНОНИМ, ПОЛИОНИМ, ИДИОНИМ.

Цель: выявление особенностей формирования образа России посредством межкультурной локализации анимационного аудиовизуального произведения в аспекте интерлингвокультурологии.

Задачи: 1. Охарактеризовать аудиовизуальное анимационное произведение как отражение национальной и языковой картины мира; 2. Выделить лингвокультурологические проблемы локализации и переводческой адаптации аудиовизуальных анимационных произведений; 3. Создать выборку и анализ эпизодов на русском и китайском языках анимационного сериала «Смешарики»; 4. Выделить и проанализировать основные интерлингвокультурологические средства, способствующие передаче национальной специфики при локализации анимационного аудиовизуального произведения; 5. Определить особенности иноязычного описания русской культуры путем локализации аудиовизуального текста на китайский язык в аспекте интерлингвокультурологии; 6. Проанализировать образ России, формирующийся у реципиента посредством локализации аудиовизуального анимационного произведения на китайский язык.

Актуальность исследования обусловлена отсутствием достаточного количества теоретических работ по переводческим лакунам в аспекте интерлингвокультурологии, а также потребностью в выявлении релевантных интерлингвокультурологических средств, работающих на формирование положительного образа государства у целевой аудитории, и необходимостью изучения лексико-семантических и стилистических особенностей межъязыковой локализации аудиовизуального русскоязычного контента для китайского зрителя.

Основные выводы и результаты исследования:

1. Аудиовизуальный перевод – это вид устно-письменного перевода контента, включающего в себя несколько модальностей восприятия с целью эффективного воздействия на целевую аудиторию и продуктивного информационного и эмоционально-эстетического обмена между представителями различных лингвокультур.

2. Русский колорит частично утрачен при стилизации текста «Смешарики» ввиду того, что в Китае мультсериал ориентирован на детскую аудиторию, обладающую недостаточными фоновыми знаниями о русской культуре.

3. Наиболее полный образ России, передающийся сквозь призму анимационного произведения, будет формироваться в сознании реципиентов только лишь при тесном взаимодействии как языковых, так и внеязыковых факторов.


4. При локализации «Смешарики» была задействована стратегия форенизации, посредством которой выделялась русская научная составляющая мультфильма, играющая важную роль в процессе образования детской аудитории.

5. Россия предстает перед китайской аудиторией как великая культурно обогащенная страна, в которой жили и живут образованные, воспитанные и толерантные люди, чтящие свои традиции и культуру.

Перспективы дальнейшего исследования: изучение интерлингвокультурологических особенностей создания образа России в локализациях других анимационных произведений.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра восточных языков
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
восточных языков
 Е.В. Чистова

« 16 » июня 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**ИНТЕРЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ
ОБРАЗА РОССИИ В АУДИОВИЗУАЛЬНОМ ПЕРЕВОДЕ
МУЛЬТСЕРИАЛА «СМЕШАРИКИ» НА КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК**

Выпускник



А.С. Экзархова

Научный руководитель



канд. филол. наук,
доц. Е.В. Чистова

Нормоконтролер



А.П. Мутасова

Красноярск 2022

РЕФЕРАТ

Тема бакалаврской работы – «Интерлингвокультурологические средства создания образа России в аудиовизуальном переводе мультсериала «Смешарики» на китайский язык». Выпускная квалификационная работа представлена в объеме 76 страниц, включает в себя 7 таблиц, а также список использованной литературы, состоящий из 69 источников, 7 из которых на иностранных языках.

Ключевые слова: МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, ТЕОРИЯ ПЕРЕВОДА, ИНТЕРЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ, МЕЖКУЛЬТУРНАЯ ЛОКАЛИЗАЦИЯ, НАЦИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ, КСЕНОНИМ, ПОЛИОНИМ, ИДИОНИМ.

Цель: выявление особенностей формирования образа России посредством межкультурной локализации анимационного аудиовизуального произведения в аспекте интерлингвокультурологии.

Задачи: 1. Охарактеризовать аудиовизуальное анимационное произведение как отражение национальной и языковой картины мира; 2. Выделить лингвокультурологические проблемы локализации и переводческой адаптации аудиовизуальных анимационных произведений; 3. Создать выборку и анализ эпизодов на русском и китайском языках анимационного сериала «Смешарики»; 4. Выделить и проанализировать основные интерлингвокультурологические средства, способствующие передаче национальной специфики при локализации анимационного аудиовизуального произведения; 5. Определить особенности иноязычного описания русской культуры путем локализации аудиовизуального текста на китайский язык в аспекте интерлингвокультурологии; 6. Проанализировать образ России, формирующийся у реципиента посредством локализации аудиовизуального анимационного произведения на китайский язык.

Актуальность исследования обусловлена отсутствием достаточного количества теоретических работ по переводческим лакунам в аспекте интерлингвокультурологии, а также потребностью в выявлении релевантных интерлингвокультурологических средств, работающих на формирование положительного образа государства у целевой аудитории, и необходимостью изучения лексико-семантических и стилистических особенностей межъязыковой локализации аудиовизуального русскоязычного контента для китайского зрителя.

Основные выводы и результаты исследования:

1. Аудиовизуальный перевод – это вид устно-письменного перевода контента, включающего в себя несколько модальностей восприятия с целью эффективного воздействия на целевую аудиторию и продуктивного информационного и эмоционально-эстетического обмена между представителями различных лингвокультур.

2. Русский колорит частично утрачен при стилизации текста «Смешарики» ввиду того, что в Китае мультсериал ориентирован на детскую аудиторию, обладающую недостаточными фоновыми знаниями о русской культуре.

3. Наиболее полный образ России, передающийся сквозь призму анимационного произведения, будет формироваться в сознании реципиентов только лишь при тесном взаимодействии как языковых, так и внеязыковых факторов.

4. При локализации «Смешарики» была задействована стратегия форенизации, посредством которой выделялась русская научная составляющая мультфильма, играющая важную роль в процессе образования детской аудитории.

5. Россия предстает перед китайской аудиторией как великая культурно обогащенная страна, в которой жили и живут образованные, воспитанные и толерантные люди, чтящие свои традиции и культуру.

Перспективы дальнейшего исследования: изучение интерлингвокультурологических особенностей создания образа России в локализациях других анимационных произведений.