

УДК: 811.581.11

DOI: 10.25629/НС.2022.05.18

НАЦИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И ОБРАЗ РОССИИ ПОСРЕДСТВОМ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО ТРАНСФЕРА АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ (КЕЙС ПЕРЕВОДА АНИМАЦИИ НА КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК)

Чистова Е.В.^{1,2}, Экзархова А.С.¹

¹Сибирский федеральный университет

²Институт мировых цивилизаций

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию сохранения русской национальной идентичности и формированию образа России у китайских детей через психологическое воздействие аудиовизуального перевода анимационного сериала. В качестве единицы анализа использовались реплики героев мультсериала. С помощью метода сплошной выборки и сравнительно-сопоставительного анализа исходного текста и текста перевода в совокупности с экстралингвистическими факторами выявлены особенности стилизации и построения текста, обращенного в область русской культуры, с учетом потребностей китайской аудитории раннего возраста. Подробное рассмотрение изменений, происходящих при локализации анимационного произведения, способствует выявлению степени полноты отражения образа России и преобладающие тенденции данного процесса в пропедевтических целях.

Ключевые слова: национальная идентичность, интерлингвокультурология, психологическое воздействие анимационного продукта, аудиовизуальный перевод, локализация, адаптация.

Введение в проблему

Главным человеческим капиталом в любой стране, безусловно, являются дети. Вкладывая в их воспитание и образование, государство стремится к духовно-нравственному развитию и сохранению национальной идентичности в долгосрочной перспективе. В целях поддержания дружественных и взаимовыгодных отношений в мировом сообществе с ранних лет следует уделять внимание не только межличностному общению и коммуникативным паттернам собственного национального этноса, но и формировать компетенции межкультурного общения, работать над созданием положительного имиджа своей страны в глазах детей других регионов и стран, особенно соседних государств, коим выступает для нас Китай.

Наиболее эффективным инструментом знакомства и формирования толерантности через понимание и принятие чужой культуры, на наш взгляд, является анимационная продукция. В настоящее время в Китае растет популярность многосерийных и полнометражных мультипликационных фильмов российского производства. В связи с этим русская культура с каждым днем все сильнее проникает в сознание китайцев. В данном контексте особый интерес вызывает процесс формирования образа России посредством локализации аудиовизуальных текстов в аспекте интерлингвокультурологии.

Аудиовизуальные произведения часто содержат большое количество лингвокультурных особенностей, заключенных в вербальных и визуальных знаках, которые формируют представление о других культурах. Отрасль перевода, занимающаяся данным типом текстов, называется аудиовизуальным переводом – «одной из самых актуальных областей современного перевода, представляющих собой перевод вербального компонента видеозаписи, в рамках которого подразумевается синхронизация вербальных и невербальных элементов» [4: 38]. Он представляет собой перевод исходных текстов, сочетающих в себе несколько модальностей

восприятия (зрение и слух) и их перенос в другую культуру. Одной из основных задач аудиовизуального перевода считается воздействие на слушателя исходного текста [5]. Из данного утверждения следует, что аудиовизуальный перевод играет важную роль в формировании национально-специфичного образа у реципиентов.

Краткий обзор исследований

Тенденция современного общества – развиваться в русле глобализации – порождает проблему одновременного сохранения национальной идентичности и национальной языковой картины мира, а также приспособления к окружающей действительности путем адаптации и локализации [6]. Система национального языка предопределяется совокупностью универсальных представлений о мире, которые реализуются в том числе и в аудиовизуальном произведении. Национально-культурная идентификация представляет собой многоплановое понятие, затрагивающее практически все стороны жизни человека, в том числе и язык [7]. Культурный код нации – это уникальные культурные особенности, являющиеся закодированной информацией, которая способствует идентификации той или иной нации [8].

Среди наиболее ярких примеров кодирования национально-языковой идентичности является анимационное произведение. Современные мультсериалы естественным образом отражают языковую картину мира страны, создающей произведение. Одной из их основных функций является социализирующая, а именно упрощение процесса интеграции в иноязычное пространство ребенка как основного реципиента анимационной продукции. Текст анимационного фильма представляет собой аутентичный продукт культуры, который можно изучать как «текст культуры», основной чертой которого является структурность, позволяющая выявить необходимые предпосылки для формирования у реципиента образа культуры страны, на языке которой изначально был создан текст [9].

Одной из основных задач аудиовизуального переводчика является локализация аудиовизуального текста, обращенного в область иноязычной культуры. Локализация делает возможной трансляцию аудиовизуальной информации из одной культуры в другую и наоборот. Любая лингвокультура связана с определенной сферой соответствующих концептов, при переносе которых из одной лингвокультуры в другую появляется некое лингвокультурное пространство, где происходит локализация. Такое пространство называется интерлингвокультурной картиной мира. Ее понимание переводчиком в процессе локализации помогает ему правильно подбирать эквиваленты в языке перевода [2]. Принятие решений несет в себе 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. Подобные задачи решаются в рамках интерлингвокультурологии – «лингвистической дисциплины, изучающей проблему вторичной культурной ориентации языка, обращенного в область иноязычной культуры» [3: 62].

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 [10]. 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 формирования целостного образа культуры в сознании аудитории [1].

Результаты и их обсуждение

Рассмотрим процесс сохранения национальной идентичности и формирования образа России на примере аудиовизуального перевода мультсериала «Смешарики» на китайский язык.

Мультсериал является популярным не только в нашей стране, но и в мировом прокате. В Китае «Смешарики» стали известны под названием 开心球. За основу сюжета взяты приклю-

чения 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 данного сериала в Китае. Поскольку Китай известен 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 с 2010 года, и с 2011 года мультфильм транслируется в эфире на центральном китайском телевидении (CCTV). Эдуард Коновалов, генеральный директор компании Riki Group China, которая продвигает «Смешарики» 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. Мультфильм местами содержит 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 даже ввиду культурных различий между китайцами и русскими. Национальная специфика, являющаяся неотъемлемой частью «Смешариков», при локализации была частично сохранена, что свидетельствует о большом интересе Китая к культуре России. Для переводчиков было важно сохранить те особенности, которые смогут не только приблизить детскую аудиторию к пониманию русского менталитета, но и сформировать положительный образ о стране.

Анализ аудиовизуальных текстов позволил выявить основные аспекты культуры, являющиеся ключевыми для формирования образа России у зрителей мультсериала. Среди них особенно выделяются значимые для страны праздники, поскольку им были посвящены отдельные серии. Они показывают, как сильно русский народ чтит свои традиции и с какой радостью и хлебосольностью отмечает праздники. Одним из наиболее ярких примеров является серия, посвященная празднику Масленицы, так как в процессе локализации она практически не утратила своей национальной специфики.

Название праздника «Масленица», встречающееся в мультфильме, 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. Поскольку в Китае данный праздник не отмечается, то схожий образ с русским чучелом имеет огородное чучело (稻草人), которое дословно переводится как «соломенный человек».

Доступность текста для неподготовленной аудитории, большую часть которой составляют дети, имеет для переводчиков первостепенное значение. Одним из основных способов достижения данной цели становится замена русскоязычного идионима – специфического элемента культуры, ближайшего по значению с китайским родовым понятием. Данный прием именуется «гиперонимией», его главным недостатком являются значительные потери информации при использовании гиперонимов. Так, слово «блины», обозначающее блюдо, которое традиционно едят на Масленицу, было заменено на гипероним 煎饼 (жареные лепёшки), обозначающий китайское блюдо, внешне похожее на русские блины.

Как упоминалось ранее, Китай известен своей жесткой цензурой, которая распространяется и на мультфильмы. Подобная политика в большинстве случаев приводит к перерисовке мульт-

тфильмов, однако в случае серии про Масленицу, как и других серий «Смешариков», визуальный контент корректировке не подвергался – в ней сохранились такие графические элементы как самовар, блины, чучело, баранки и гармошка с целью создания атмосферы русского народного праздника.

При рассмотрении экстралингвистических факторов, не менее важной является сюжетная музыка, поскольку она в зависимости от ситуации может выполнять разнообразные функции, придавая эмоциональную или смысловую характеристику происходящего на экране. В данной серии текст песни «Ягода-малинка», являющейся музыкальным сопровождением, был полностью сохранен, поскольку играет главную роль в создании национального колорита и атмосферы праздника.

Образ русской культуры также связан с конкретными личностями, которые внесли вклад в ее развитие, что показывает Россию как страну с великими людьми, способными изменить мир. «Смешарики» знакомят юных зрителей с русским ученым Д.И. Менделеевым (门得列夫 *méndelièfū* – Менделеев), открывшим периодический закон химических элементов, и с русским изобретателем А.С. Поповым (波波夫 *Bōbōfū* – Попов;), чьим изобретением было радио.

Стоит отметить, что мультфильм отражает толерантность российского народа и продвигает идею терпимости к особенностям различных наций. Данная идея выражается посредством дружественных отношений между героями мультфильма и Пином, немцем, который плохо разговаривает на русском языке. Помимо этого, 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 проверййт!), что является возможным, поскольку русский и немецкий языки 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.

Также одним из способов, к которому прибегли переводчики, стала инкорпорация иноязычной речи – включение в текст элементов иноязычного диалога [2: 191]. В русской версии мультфильма отсутствует субтитрированный перевод высказываний Пина на немецком, но китайские переводчики посчитали необходимым использование субтитров с их параллельным переводом. В Таблице 1 приведены примеры включения элементов немецкой речи в русской и китайской версиях.

Таблица 1 – Примеры инкорпорации немецкой речи

Язык оригинала	Язык перевода
Крош, это я Пин! Натюрлих!	是我啊, 平博士. Natürlich (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!)

В мультсериале часто употребляются русские народные пословицы и поговорки, в которых проявляется духовная культура народа. Переводчиками было принято решение оставить, присутствующие в речи персонажей пословицы и поговорки, однако для устранения многозначности и неправильного понимания реципиентами они были заменены на имеющиеся в китайском языке аналоги (табл. 2).

Таблица 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)

Персонажи часто используют в своей речи уважительные или уменьшительно-ласкательные обороты при обращении к друг-другу. Данный факт указывает на высокий уровень образованности и взаимоуважения в российском обществе. В мультсериале присутствуют такие традиционные русские обращения такие как «любезный», «голубчик мой», «милочка», однако ввиду отсутствия их фиксированного обозначения, они были заменены на генерализированный полионим. Полионимы – это универсальная культурная лексика [2: 23]. Такой лексической единицей послужило обращение 亲爱的 (дорогой, любимый), которое является одним из наиболее распространенных в Китае.

Выводы и заключение

Выполнив сравнительно-сопоставительный анализ исходного анимационного произведения с его переводом на китайский язык, мы пришли к следующим выводам:

1. Присутствие наименований фактов традиционной культуры позволяет китайской аудитории познакомиться с русской культурой, а также подчеркивают ее национальную специфику;
2. Русский колорит был передан не в полном объеме, т.е. частично утрачен при стилизации текста ввиду того, что в Китае мультсериал ориентирован на детскую аудиторию, обладающую недостаточными фоновыми знаниями о русской культуре;
3. Экстралингвистическая информация, присутствующая в мультсериале, является основным маркером русской культуры. По данной причине образ России будет формироваться через визуальный и аудиальный каналы восприятия, которые являются основными согласно возрасту аудитории.

Подводя итоги, можем констатировать, что русская культура набирает все большую популярность в Китае, формируя положительный образ страны не только через СМИ, но и посредством мультипликационной продукции, делая это с корректировкой на возрастные особенности аудитории. Таким образом Россия предстает перед китайскими детьми 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.

Сохранение русской национальной идентичности посредством лингвокультурного трансфера анимационного произведения является пропедевтическим фундаментом сближения двух культур, понимания особенностей менталитета инокультурного человека с ранних лет, частичного нивелирования чужеродности в межкультурном общении благодаря формированию необходимых фоновых знаний через развлекательных контент. Добиваясь создания положитель-

ного, адаптированного для восприятия, образа России, переводчики-локализаторы мультсериала тем самым вносят большой вклад в развитие русско-китайского человеческого капитала, способного взаимодействовать на международном уровне на условиях взаимопринятия и взаимопонимания.

Библиография

1. Бочегова Н.Н. Диалог культур в аспекте интерлингвокультурологии // Вестник КГУ. № 2. 2018. С. 11–14.
2. Кабакчи В.В., Белоглазова Е.В. Введение в интерлингвокультурологию. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. 255 с.
3. Кабакчи В.В. Типология текста иноязычного описания культуры и инолингвокультурный субстрат // Лингвистика текста и дискурсивный анализ: традиции и перспективы. СПб: СПбГУЭФ, 2007. С. 51–70.
4. Калинина С.И., Степанова М.М. Разработка стратегий перевода аудиовизуальных новостных сообщений // Вопросы методики преподавания в вузе. 2016. №5. С. 37–44.
5. Костров К.Е. Аудиовизуальный перевод: проблемы качества // Вестник ВолГУ. Сер. 9. Вып.13. 2015. С. 142–146.
6. Максименко О.И., Подлегаева Е.П. Интерпретация интертекста в мультисемиотичном анимационном дискурсе (переводческая проблема) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. № 1. 2020. С. 104–110.
7. Маслова В.А. Homo lingualis в культуре: монография. М.: Гнозис, 2007. 318 с.
8. Савицкий В.М. Лингвокультурные коды: к обоснованию понятия // Вестник МГОУ. Сер.: Лингвистика, 2016 № 2. С. 55–62.
9. Федорова И.К. Проблемы киноперевода в аспекте зрительского восприятия // Вестник Московского университета. Сер. 22. Теория перевода. 2014. № 2. С. 63–76.
10. Чистова Е.В. Когнитивные стратегии конструирования интерлингвокультурологического дискурса в переводе с русского на китайский язык // Лингвистика в эпоху глобализации: сб. статей к юбилею В. В. Кабакчи / под редакцией Е.В. Белоглазовой. СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2018. С. 138–144.

NATIONAL IDENTITY AND THE IMAGE OF RUSSIA VIA AUDIOVISUAL TRANSLATION (ON THE MATERIAL OF ANIMATED SERIES IN CHINESE)

Chistova E.V.^{1,2}, Ekzarkhova A.S.¹

¹Siberian Federal University

²Institute of World Civilizations

Abstract. The paper is devoted to Russian national identity representation via audiovisual translation of the animated series "Smeshariki" into Chinese. The replicas of the animated series' characters are used as a unit of analysis. Using the method of continuous sampling and the method of comparative analysis the peculiarities of stylization and construction of the text addressed to the area of Russian culture for the Chinese audience of an early age are revealed. Studying the changes taking place during the localization made it possible to identify the degree of reflection completeness of the Russia image for the children's audience and the prevailing trends in the process.

Key words: national identity, child psychology, interlinguoculturology, animation product, audiovisual translation, localization, adaptation.