

УДК 81.25

DOI: 10.34670/AR.2022.23.94.030

**Переводческие стратегии для позиционирования народной культуры провинции Хэйлунцзян в контексте инициативы Китая «Один пояс – один путь»**

**Ван Синьсинь**

Преподаватель,  
Университет г. Хэйхэ,  
164300, Китайская Народная Республика, провинция Хэйлунцзян, Хэйхэ;  
e-mail: 1684929245@qq.com

**Чжан Ян**

Библиотекарь,  
Университет г. Хэйхэ,  
164300, Китайская Народная Республика, провинция Хэйлунцзян, Хэйхэ;  
e-mail: 1684929245@qq.com

Специальный проект фонда операционных расходов фундаментальных научных исследований по основным предметам высшего учебного заведения Хэйхэйского университета провинции Хэйлунцзян в 2021 году «Исследование стратегии перевода при внешней пропаганде народной культуры провинции Хэйлунцзян в контексте предложения «Одного пояса, Одного пути»» (серийный номер: 2021-KYYWF-0729), финансирование. Председатель проекта: Ван Синьсиньее.

### **Аннотация**

Актуальность исследуемой темы обусловлена тем, что продвижение китайской народной культуры является частью глобальной политики Китая, нацеленной на реализацию инициативы «Один пояс – один путь». Статья посвящена актуальной проблеме переводческих стратегий в процессе позиционирования народной культуры провинции Хэйлунцзян в контексте реализации стратегии «Один пояс – один путь». Переводные материалы, посвященные культуре данного региона, являются частью государственной политики Китая в сфере продвижения «мягкой силы», а также одним из важных каналов распространения народной культуры, косвенно содействуя социально-экономическому развитию страны. В статье проводится анализ текущей ситуации, сложившейся в сфере перевода текстов народной культуры в провинции Хэйлунцзян. Автор также анализирует значение внешней пропаганды для создания позитивного имиджа народной культуры провинции Хэйлунцзян, делая акцент на эффективные стратегии перевода для внешней пропаганды народной культуры данного региона. Методология исследования основана на системном анализе и включает в себя методы общенаучной группы (анализ, синтез, дедукция, индукция), а также ряд специальных методов: контент-анализ научной литературы по теме исследования, метод переводческого анализа, метод научного обобщения.

**Для цитирования в научных исследованиях**

Ван Синьсинь, Чжан Ян. Переводческие стратегии для позиционирования народной культуры провинции Хэйлуцзян в контексте инициативы Китая «Один пояс – один путь» // Культура и цивилизация. 2022. Том 12. № 1А. С. 251-258. DOI: 10.34670/AR.2022.23.94.030

**Ключевые слова**

«Один пояс – один путь», народная культура провинции Хэйлуцзян, переводческие стратегии, внешняя пропаганда, Китай.

**Введение**

Актуальность исследуемой темы обусловлена тем, что продвижение китайской народной культуры является частью глобальной политики Китая, нацеленной на реализацию инициативы «Один пояс – один путь».

В конце 2011 года тогдашний генеральный секретарь Коммунистической партии Китая Ху Цзиньтао выступил с речью на тему «мягкой силы» Китая, текст которой впоследствии был опубликован в теоретическом журнале Коммунистической партии «Цю Ши» [Wang Juan, 2011, 167].

**Основная часть**

Ху Цзиньтао сетовал на мрачный декаданс китайской поп-культуры, в частности на множество телевизионных программ-имитаций западных реалити-шоу, которые в то время доминировали на телевидении. Такие шоу, даже более бессодержательные, чем их западные аналоги, подвергались широкой критике со стороны руководства страны за продвижение «потребительской культуры», лишенной гражданских ценностей. Развитие и продвижение китайской народной культуры для противодействия тенденции вестернизации стало частью государственной культурной политики Китая [Горлова, Бычкова, 2018, 4].

Далее акцент на продвижение народной культуры за рубежом был подхвачен Си Цзиньпином, который в начале 2014 года выступил с речью о важности развития культурной «мягкой силы» Китая путем распространения современных китайских ценностей [Харитонов, 2017, 6].

Китай, по словам Си Цзиньпина, должен быть представлен как цивилизованная страна с богатой историей, этническим единством и культурным разнообразием [Yang Kun, 2018, 71]. С тех пор руководство Китая обращает особое внимание на переводные издания, касающиеся китайской народной культуры, для формирования позитивного имиджа Китая на мировой арене.

При этом, ценности, которые подчеркиваются в такого рода переводных текстах, включают доброжелательность, праведность, честность, целостность и социальную гармонию (причем последнее – со ссылкой на конфуцианскую концепцию идеального государства, в котором все человечество живет в мире и гармонии с природой, Великое единство или Датун) [Yang Kun, 2018, 72].

Другие общенациональные ценности включают: самоотверженную преданность государственной службе; готовность к самопожертвованию ради нации; осознание потребности

в самосовершенствовании; и осознание необходимости быть готовым к любым рискам [Ермакова, Суховская, Погосян, 2017, 3].

Тем не менее, помимо транслирования всему остальному миру общенациональных ценностей, китайская культурная политика включает продвижение регионального культурного разнообразия. Для передачи информации и особенно – для ее дальнейшего адекватного восприятия иноязычным реципиентом (читателем, зрителем или слушателем), огромное значение имеет качество перевода пропагандистских текстов в сфере продвижения региональной культуры Китая.

С целью выявления основных переводческих стратегий в этой сфере нами было проведено данное теоретическое исследование.

Перевод пропагандистских текстов о современной народной культуре провинции Хэйлуунцзян: теоретический аспект

Провинция Хэйлуунцзян – это регион с многовековой историей и богатой культурой. В то же время данная территория является крупной многонациональной провинцией. В Хэйлуунцзяне, помимо национальности хань, проживают также представители 53 этнических меньшинств, таких как маньчжуры, китайские корейцы, монголы, нанайцы и др. [Gao Anji, 2019, 37]. При этом все этнические группы обладают уникальными территориальными особенностями и народной культурой, раскрывающими специфику каждой из них.

В последние годы за рубежом все больше растет интерес к китайской народной культуре, что ставит перед переводчиками текстов культурной направленности особенно трудные задачи государственной важности. В связи с актуальностью данной проблематики стала постепенно пополняться и историография вопроса. С 2004 года было опубликовано более тысячи статей по проблеме перевода текстов культурного содержания [Gao Zheng, 2016, 69]. Однако для распространения народной культуры Хэйлуунцзяна было переведено относительно малое количество работ. К тому же, по материалам перевода культурно-пропагандистского характера видно, что исследователи не придают большого значения качеству перевода и не уделяют должного внимания его содержанию при распространении народной культуры провинции Хэйлуунцзян [Lu Ching, 2019, 52].

Таким образом, существует не так много публикаций, доступных для ознакомления на иностранном (английском) языке. При этом качество перевода изданных материалов для внешней пропаганды, переведенных на английский язык, недостаточно высокое [там же]. Исследователи также отмечают, что существует проблема неточности перевода, которая отражается в следующих аспектах:

- 1) Внешняя пропаганда часто подменяется внутренней, то есть в переводе текст в большей степени нацелен на аудиторию внутри страны, а не на зарубежных реципиентов [Ching Jilan, 2017, 44]. Данная проблема часто отмечается при переводе информации о народной культуре провинции Хэйлуунцзян [там же, 43].
- 2) В переводных текстах также не рассматриваются должным образом региональные культурные различия. В существующих переводных материалах о народной культуре провинции Хэйлуунцзян культурная специфика региона недооценена [там же, 42].

В то же время значение пропаганды народной культуры провинции Хэйлуунцзян определяется тем, что данный регион расположен в геополитическом ландшафте китайской глобальной инициативы «Один пояс – один путь». Именно поэтому так важно наращивание количества высококачественных переводных текстов о специфике региональной культуры провинции Хэйлуунцзян – она является «визитной карточкой» проекта для граничащих с Китаем

государств (России и Монголии).

Однако, несмотря на стратегическую значимость региона, в настоящее время переводческая практика при пропаганде народной культуры провинции Хэйлунцзян все еще находится на начальном этапе: материалов по переводу текстов народной культуры относительно мало, качество перевода низкое, а количества переводных материалов недостаточно [Lu Ching, 2019, 53].

В настоящее время в контексте китайской глобальной инициативы «Один пояс – один путь» государственная власть Китая на всех уровнях постепенно увеличивает свою поддержку межкультурной коммуникации, особенно в сфере продвижения региональных культурных особенностей [там же, 52].

В рамках реализации стратегической инициативы Китая «Один пояс – один путь», переводные материалы, направленные на внешнюю пропаганду, должны стать эффективным методом углубления и продвижения культурного обмена и сотрудничества в странах, расположенных в географическом ареале данной инициативы. Высококачественный перевод на иностранные языки культурных текстов провинции Хэйлунцзян также может стать движущей силой для повышения уровня культурной открытости [Yang Kun, 2018, 70].

Ввиду этого анализ и изучение стратегии перевода для внешней пропаганды народной культуры провинции Хэйлунцзян имеет большое значение при распространении региональных культурных традиций и ценностей. При этом необходимым условием успеха является точное культурное позиционирование в переводе как фактор успешной реализации внешней пропаганды региональной культуры провинции Хэйлунцзян.

По мнению некоторых исследователей, переводные материалы по народной культуре, созданные специальной для внешней пропаганды — это особая форма перевода [там же, 69]. В отличие от других переводческих жанров, это не только перевод с одного языка на другой, но и перевод, ориентированный на зарубежную целевую аудиторию [там же, 68].

При таком переводе необходимо в полной мере учитывать культурные различия между читателями оригинального текста и читателями языка перевода, включая различия не только в языковых системах, но и в традициях, обычаях и системе культурных ценностей [Ching Jilan, 2017, 37]. В процессе реализации данной разновидности перевода необходимо определить критерии культурного позиционирования и подчеркнуть культурные особенности народа, чтобы реализовать цель внешней пропаганды – привлечение позитивного внимания иноязычной аудитории [Gao Anji, 2019, 37].

В переводимых материалах для внешней пропаганды не следует также делать сплошной перевод, напротив – необходимо выделить только те культурные характеристики народных традиций, которые могут благотворно повлиять на формирование позитивного имиджа провинции Хэйлунцзян. То есть, переводчик, работающий над текстом культурного содержания для внешней пропаганды, является отчасти и творцом такого текста, поскольку он сам производит отбор и акцентуацию информации [там же, 36].

Что же касается техники перевода материалов для внешней пропаганды, следует учитывать особенности восприятия у англоязычных читателей: текст должен быть как можно более кратким и понятным; содержание должно быть основано на фактах, а в тексте необходимо избегать повторов мысли или назидательной стилистики [там же, 35]. Таким образом, для целей внешней пропаганды региональной китайской культуры переводчику необходимо в процессе перевода выполнить определенную предварительную обработку имеющейся тематической

информации.

Еще одна задача перевода для внешней пропаганды заключается в том, чтобы раскрыть миру характерную народную культуру Хэйлунцзяна в рамках международного культурного обмена и сотрудничества.

Работа переводчика, таким образом, заключается еще и в содействии открытости различных культур, при соблюдении определенных правил речевого этикета для языка перевода. При переводе для внешней пропаганды необходимо учитывать культурные различия между аутентичным и переводным текстами культурного содержания [там же, 35]. Например, при переводе на английский язык, очень важным является культурное различие между субъектами межкультурной коммуникации: переводчиком и реципиентом. С точки зрения культурной коммуникации, сближаясь с культурой изучаемой страны, читатели могут увидеть «другой» Китай, а также красочную и разнообразную иностранную культуру, которую они стремятся понять, что, несомненно, является важным для успеха межкультурной коммуникации. С этой точки зрения, характерная народная культура Хэйлунцзяна может привлечь людей со всего мира и стать объектом всеобщего внимания [Wang Juan, 2011, 55].

При этом интерес иноязычных читателей могут вызвать только те переводы, в которых максимально сохранена самобытность региональных китайских культур. Таким образом, переводчику, работающему над текстами культурного содержания для внешней пропаганды, необходимо максимально сохранять культурные коды собственной страны. К тому же, только действительно воссоздав при переводе характерную народную культуру, которая полностью отличается от культуры целевого языка, переводчик поможет реципиенту почувствовать особенности народной культуры провинции Хэйлунцзян. Разумеется, для перевода этого уровня необходимо четко определить набор переводческих стратегий.

Такое понятие, как переводческая стратегия, давно и прочно укрепилось в общей переводческой практике. Оно подразумевает под собой порядок действий переводчика в процессе работы с конкретным текстом. В данной ситуации уместно использовать понятие «действия переводчика».

В первую очередь, нужно определить четкие границы таких понятий, как переводческая стратегия и переводческие действия. Под переводческими действиями подразумевается комплекс определенных действий, позволяющих осуществлять перевод, тогда как переводческая стратегия означает определенный алгоритм действий, который осознанно подбирается переводчиком для перевода одного определенного текста, либо текстов, объединенных в группы.

Таким образом, стратегия перевода означает не что иное, как алгоритм действий переводчика, который он осознанно разрабатывал экспериментальным путем. Стратегия направлена на создание продукта, в качестве которого в данном случае выступает переведенный текст, при этом обязательно должна учитываться профессиональная этика переводчика.

В процессе культурного перевода обычно используются два метода: адаптация и расхождение. Метод адаптированного перевода — это стратегия перевода текста в соответствии с ярко выраженными характеристиками культуры целевого языка. Метод перевода расхождения в основном не вносит никаких изменений и сохраняет культурный колорит исходного языка в неизменном виде, таким образом, выявляя его специфику [Lu Ching, 2019, 44].

Таким образом, выбор стратегии перевода для пропаганды народной культуры провинции Хэйлунцзян должен определяться в соответствии с содержанием конкретных материалов и итоговыми целями перевода. Необходимо учитывать не только лингвистические факторы, но

также имеющие отношение к культуре региональные аспекты. Поэтому взаимосвязь между двумя переводческими стратегиями расхождения и адаптации представляет собой диалектическое единство, а не взаимоисключение. При переводе текстов культурного содержания с одного языка на другой, необходимо объединять две стратегии, применяя стратегию перевода расхождения в качестве основной и стратегию адаптации в качестве вспомогательной.

Для эффективного распространения уникальной китайской культуры наличие специалистов по культурному переводу является необходимым фактором и обязательным условием. Однако в настоящее время в Китае работает относительно мало переводчиков, специализирующихся на переводе текстов народной культуры для внешней пропаганды, и еще меньше переводчиков, которые специализируются на региональной народной культуре. В значительной степени это неизбежно препятствует реализации стратегии выхода культуры Китая на международный уровень, а также негативно влияет на скорость процесса ее реализации. Поэтому, если необходимо успешно завершить работу по внешней пропаганде народной культуры китайских провинций, необходимо сформировать базу для подготовки переводчиков, специализирующихся на культурных текстах для внешней пропаганды [Xu Zhiwei, 2015, 11].

Для решения этой кадровой проблемы, на этапе высшего образования, высшие учебные заведения должны предлагать курсы, связанные с переводом на английский язык по соответствующим специальностям, например – фольклористика [Yang Kun, 2018, 68]. Академическое сообщество Китая также должно уделять больше внимания переводческой деятельности и совместно работать над подготовкой специалистов по переводу текстов народной культуры.

### Заключение

Проведенное нами исследование позволяет сделать следующие выводы:

1) В процессе выхода культуры Китая на международный уровень, региональные особенности провинций страны становятся предметом для изучения и рассматриваются как инструмент продвижения позитивного имиджа Китая на мировой арене. Внешняя пропаганда и перевод текстов народной культуры провинции Хэйлуцзян нацелены на ее эффективное распространение среди иноязычных реципиентов (читателей, зрителей, слушателей).

2) Создание международного позитивного имиджа провинции Хэйлуцзян является важным звеном в реализации глобальной инициативы Китая «Один пояс – один путь». Ввиду этого, государству и академическому сообществу необходимо придавать большее значение переводу текстов народной культуры Хэйлуцзяна при внешней пропаганде, уделять внимание подготовке специалистов по переводу и совместно работать над тем, чтобы народная культура Хэйлуцзяна вышла на международный уровень. Эти меры позволят развить «мягкую силу» культуры Хэйлуцзяна и способствовать региональному экономическому развитию.

### Библиография

1. Горлова И.И., Бычкова О.И. Культура как «Мягкая сила»: инструменты и точки приложения // Теория и практика общественного развития. 2018. № 18. С. 1-5.
2. Ермакова Л.И., Суховская Д.Н., Погосян Л.Р. Развитие культурных индустрий в Китае // Концепт. 2017. № 5. С. 1-5.
3. Харитонов А.И. Основные проблемы «мягкой силы» с китайской спецификой // Гуманитарный акцент. 2017. № 2. С. 34-39.

4. Ching Jilan. The role and practice of «Chinese English» in the translation of Shaanxi folk culture for external propaganda and translation // Shaanxi Education. 2017. No. 5. P. 34-49.
5. Gao Anji. Foreign Propaganda Translation and International Dissemination of Intangible Cultural Heritage: Current Situation and Strategy // Journal of Zhejiang University of Science and Technology. 2019. No. 2. P. 34-49.
6. Gao Zheng. A study of translation strategies in external propaganda from the point of view of the One Belt, One Road strategy // Journal of Beihua University. 2016. No. 6. P. 68-72.
7. Lu Ching. Consideration of the principles and methods of reflecting folk culture in materials with external propaganda from the point of view of teleology // Journal of the Hunan Engineering Institute. 2019. No. 8. P. 43-56.
8. Wang Juan. Brief summary of folklore. Beijing: Peking University Press, 2011. 171 p.
9. Xu Zhiwei. Research on the promotion of folk culture and its translation strategy // Journal of Changchun Normal University. 2015. No. 8. P. 10-23.
10. Yang Kun. A Study of Translation for External Propaganda of Characteristic Folk Culture in the Context of «One Belt, One Road» // Collection of the Great River. 2018. No. 3. P. 67-79.

### **Translation strategies for positioning the folk culture of Heilongjiang Province in the Chinese initiative “One Belt – One Road”**

**Xinxin Wang**

Lecturer,  
Heihe University,  
164300, Heihe, Heilongjiang province, People’s Republic of China;  
e-mail: 1684929245@qq.com

**Yang Zhang**

Librarian,  
Heihe University,  
164300, Heihe, Heilongjiang province, People’s Republic of China;  
e-mail: 1684929245@qq.com

#### **Abstract**

The relevance of the topic under study is due to the fact that the promotion of Chinese folk culture is part of China's global policy aimed at implementing the “One Belt – One Road” initiative. The article is devoted to the actual problem of translation strategies in the process of positioning the folk culture of Heilongjiang Province in the context of the implementation of the “One Belt – One Road” strategy. Translated materials dedicated to the culture of this region are part of China’s state policy in the field of promoting «soft power», as well as one of the important channels for the folk culture promotion, indirectly contributing to the socio-economic country development. The article analyzes the current situation in the field of folk culture in Heilongjiang province. The author also analyzes the importance of external propaganda for creating a positive image of the folk culture of Heilongjiang province, focusing on the study and generalization of effective translation strategies for the external promotion of the folk culture of this region. The research methodology is based on system analysis and includes the methods of the general scientific group (analysis, synthesis, deduction, induction), as well as a number of special methods: content analysis of scientific literature on the research topic, the method of translation analysis, the method of scientific generalization.

**For citation**

Wang Xinxin, Zhang Yang (2022) Perevodcheskie strategii dlya pozitsionirovaniya narodnoi kul'tury provintsii Kheiluntszyan v kontekste initsiativy Kitaya «Odin poyas – odin put'» [Translation strategies for positioning the folk culture of Heilongjiang Province in the Chinese initiative “One Belt – One Road”]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 12 (1A), pp. 251-258. DOI: 10.34670/AR.2022.23.94.030

**Keywords**

One Belt – One Road, folk culture of Heilongjiang Province, translation strategies, foreign propaganda, China.

**References**

1. Ching Jilan (2017) The role and practice of «Chinese English» in the translation of Shaanxi folk culture for external propaganda and translation. *Shaanxi Education*, 5, pp. 34-49.
2. Ermakova L.I., Sukhovskaya D.N., Pogosyan L.R. (2017) Razvitie kul'turnykh industrii v Kitae [Development of cultural industries in China]. *Kontsept* [Concept], 5, pp. 1-5.
3. Gao Anji (2019) Foreign Propaganda Translation and International Dissemination of Intangible Cultural Heritage: Current Situation and Strategy. *Journal of Zhejiang University of Science and Technology*, 2, pp. 34-49.
4. Gao Zheng (2016) A study of translation strategies in external propaganda from the point of view of the One Belt, One Road strategy. *Journal of Beihua University*, 6, pp. 68-72.
5. Gorlova I.I., Bychkova O.I. (2018) Kul'tura kak «Myagkaya sila»: instrumenty i tochki prilozheniya [Culture as Soft Power: tools and points of applicatio]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* [Theory and practice of social development], 18, pp. 1-5.
6. Kharitonov A.I. (2017) Osnovnye problemy «myagkoi sily» s kitaiskoi spetsifikoi [The main problems of soft power with Chinese characteristics]. *Gumanitarnyi aktsent* [Humanitarian accent], 2, pp. 34-39.
7. Lu Ching (2019) Consideration of the principles and methods of reflecting folk culture in materials with external propaganda from the point of view of teleology. *Journal of the Hunan Engineering Institute*, 8, pp. 43-56.
8. Wang Juan (2011) *Brief summary of folklore*. Beijing: Peking University Press.
9. Xu Zhiwei (2015) Research on the promotion of folk culture and its translation strategy. *Journal of Changchun Normal University*, 8, pp. 10-23.
10. Yang Kun (2018) A Study of Translation for External Propaganda of Characteristic Folk Culture in the Context of «One Belt, One Road». *Collection of the Great River*, 3, pp. 67-79.