

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>
World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2023, Том 14, № 3 / 2023, Vol. 14, Iss. 3 <https://sfk-mn.ru/issue-3-2023.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/07FLSK323.pdf>

5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Чистова, Е. В. Экокогнитивное моделирование как неометод исследования взаимодействия языков и цивилизаций в контексте перевода (на примере русско-китайского маркетингового перевода) / Е. В. Чистова // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2023. — Т. 14. — № 3. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/07FLSK323.pdf>

For citation:

Chistova E.V. Eco-cognitive modeling as a new method of research languages and civilizations interaction in the translation context (using the example of Russian-Chinese marketing translation). *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*. 2023; 14(3): 07FLSK323. Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/07FLSK323.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

УДК 81”33

Чистова Елена Викторовна

АНО ВО «Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского», Москва, Россия

Доцент

Кандидат филологических наук, доцент

E-mail: kovelena82@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4016-7935>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=717002

Экокогнитивное моделирование как неометод исследования взаимодействия языков и цивилизаций в контексте перевода (на примере русско-китайского маркетингового перевода)

Аннотация. В данной статье приводится обоснование несостоятельности традиционных переводоведческих методов исследования в связи со значительной трансформацией производственных процессов в современной индустрии перевода и с переориентацией России на внешнеполитические отношения с Китаем. В работе представлен метод экокогнитивного моделирования профессиональной коммуникации, позволяющий исследовать наиболее востребованные виды перевода (научно-технический, синхронный, маркетинговый, аудиовизуальный, межкультурная медиация) в русско-китайской языковой паре с учетом большого количества факторов, влияющих на принятие переводческого решения. Автором подробно описана технология метода, которая включает выявление всех взаимодействующих элементов, создающих единую надындивидуальную когнитивную систему, в рамках которой происходит обмен знаниями и опытом как во взаимодействии «переводчик — другие участники процесса», «переводчик — искусственный интеллект», так и в целом «переводчик — среда». Учет взаимодействующих элементов дает возможность адекватно установить наблюдательские позиции для наибольшего контекстуального захвата и фиксации когнитивного процесса профессиональной коммуникации. Полученный материал делится на когнитивные события, соответствующие одному результативному фрагменту процесса, приводящему к достижению производственной задачи. В каждом когнитивном событии, ограниченном временными рамками, подробно исследуется мультимодальный комплекс когнитивных реакций и ожиданий, отражающий социальное взаимодействие в различных его проявлениях.

Внедренческий потенциал метода заключается в извлечении имплицитного процедурного знания, фиксируемого в учебно-методических разработках для развития необходимых переводческих компетенций (технологической, медиаторской и др.). В качестве апробации метода экокогнитивного моделирования автором приводится пример маркетингового перевода в ходе локализации русскоязычного сайта под целевую аудиторию носителей китайского языка. В работе демонстрируется алгоритм выявления процедурного знания, демонстрируемое переводчиком в ходе прогнозирования ожиданий потенциальных пользователей сайта и принятия переводческого решения на основе полученных данных.

Ключевые слова: теория и практика перевода; межкультурная коммуникация; медиация; китайский язык; Китай; маркетинговый перевод

Введение в проблему

Согласно идеям В.В. Жириновского о цивилизационном подходе к анализу места и роли той или иной страны в мировой истории [1], внешнеполитический курс России всегда должен быть разнонаправленным, т. е. внешняя политика России должна быть открыта на все стороны света — запад и восток, юг и север [2]. Однако начало XXI века знаменуется в большей степени ориентацией на взаимодействие с западной цивилизацией, в связи с чем наблюдается некоторый перекос в научных исследованиях разных областей. Так, например, значительная лакуна образовалась в межкультурных, лингвистических и дидактических разработках в контексте взаимодействия с южными и восточными странами. Между тем «суть предложенного В.В. Жириновским цивилизационного проекта для России в XXI веке заключается в формировании Евразийского союза, укреплении межкультурных связей в Шанхайской организации сотрудничества, в группе стран БРИКС и Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества (АТЭС)» [2]. В последнее десятилетие, особенно начиная с 2021 года, мы являемся свидетелями резкой диверсификации международных отношений и переориентирования на партнерство с другими экономическими секторами. Это автоматически приводит к изменениям во многих профессиональных сферах.

Одной из наиболее чувствительных к подобным изменениям является переводческая сфера. В связи с этим одним из самых востребованных направлений переводческой деятельности как индикатора межкультурных связей сегодня выступает восточный вектор, в частности, ориентир на Китай. Наиболее востребованными видами перевода в русско-китайской языковой паре, на наш взгляд, выступают синхронный перевод, устный последовательный перевод, научно-технический, аудиовизуальный и маркетинговый перевод.

В рамках реализации устного последовательного, аудиовизуального и маркетингового видов перевода особенно остро встают проблемы межкультурной коммуникации, требующие трансформации предоставления данных переводческих услуг в формате межкультурной медиации. Таким образом, при подготовке специалистов по переводу обучение навыкам устного перевода или перевода аудиовизуальной и локализационной продукции недостаточно, необходимо в большей степени уделять внимание «медиаторской» (посреднической) компетенции как способности привести представителей разных по культурно-историческому развитию типу обществ к взаимопониманию. Иначе говоря, помимо «чистого» перевода следует также обучать учету многих других немаловажных факторов, связанных с различным восприятием одних и тех же коммуникативных ситуаций и реагированием на них.

Рассматривая особенности синхронного и научно-технического видов перевода в отношении русско-китайской языковой параллели, стоит отметить, что наиболее остро в этой связи встает вопрос о развитии технологической компетенции будущих переводчиков-китаистов. Помимо классических навыков «перекодирования с одного языка на другой», в образовательном

процессе следует сразу подключать различные автоматизированные средства в помощь переводчику, что значительно трансформирует производственные процессы и требует пересмотра как образовательных программ, так и учебно-методического обеспечения.

Таким образом, в проблематику данной статьи входит, во-первых, несоответствие многих имеющихся лингводидактических материалов, предназначенных для русско-китайской языковой пары, требованиям современной индустрии перевода, и во-вторых, отсутствие методов исследования, позволяющих фиксировать формирующееся в новых производственных условиях процедурное знание и внедрять его в образовательный процесс.

Краткий обзор исследований

Аналитический обзор научных работ, посвященных проблемам перевода в русско-китайской языковой паре, показывает неугасающий интерес ученых к исследованиям различных лексико-семантических категорий в контексте межкультурной коммуникации и перевода. Так, по-прежнему актуально изучение фразеологизмов, идиом, паремий, реалий, метафор, цветообозначений, культурных лакун, антропонимов, топонимов, соматизмов, эвфемизмов, сленгизмов и др. с точки зрения межкультурной асимметрии, важности со-изучения языка и культуры, а также лингвокультурологических особенностей для организации эффективной межкультурной коммуникации и внедрения культурного компонента в лингводидактику перевода [3–5 и мн. др.]. Продолжают встречаться работы по исследованию особенностей перевода отдельных грамматических и синтаксических категорий, например модальных частиц, междометий, предлогов, осложненных и сложных предложений и т. д.

Отметим, что в основном все эти работы выполняются на материале художественных текстов прозаического и поэтического характера посредством классического сравнительно-сопоставительного анализа исходного текста и текста перевода. Имеющиеся исследования перечисленных лингвистических категорий, встречающихся в устном дискурсе [6], чаще всего в речи политиков [7], также фундируются на текстоцентрическом подходе, что оставляет без внимания многие факторы успешного межкультурного общения и предоставления медиаторских услуг. Наиболее продвинутыми в этом ключе следует считать исследования, ориентированные на учет невербальной коммуникации и языка жестов в межкультурном общении, например [8], а также работы, раскрывающие проблемы косвенного перевода с китайского языка на русский через язык-посредник — английский [9]. Актуальность подобных научных исследований носит практико-ориентированный характер и отвечает тенденциям современной индустрии перевода. Что в устном последовательном, что в синхронном, что в научно-техническом видах перевода все чаще приходится иметь дело либо с вторичными текстами, либо с различными креолизованными вариантами английского языка.

Работы по аудиовизуальному переводу также имеют широкую направленность в рамках частной теории перевода, в основном отражая специфику переводческих проблем в русско-китайской языковой паре и базируясь на традиционных методах исследования — переводческом анализе текстовой части кинофильмов, видеоигр, роликов и др. [10; 11]. Подобная картина складывается и в маркетинговом переводе, исследования которого посвящены названиям брендов, фильмов, слоганов, туристическим текстам, заголовкам глянцевого журналов, новостных статей, книг и мн. др. узконаправленным категориям [12–14]. Методологическая уязвимость подобных исследований заключается, во-первых, в игнорировании других участников переводческого процесса, способных повлиять на принятие решения, например в случае полной непричастности переводчиков к формулировкам названий кинофильмов, в большинстве случаев определяемым продюсерами и маркетологами.

Во-вторых, посредством традиционных методов переводоведческих исследований сложно учитывать особенности мультимодальной среды аудиовизуальных произведений, также играющей значимую роль в создании финального варианта перевода, принимая во внимание не только прагматический аспект, но и технологические условия исходного и переводного артефактов.

Несмотря на то, что рынок переводческих услуг в большей доле запрашивает переводчиков научно-технических текстов, работ, посвященных данному виду перевода, встречается довольно мало. В основном это исследования, описывающие особенности перевода терминов различной тематики: военной, медицинской, политической, экономической, нефтегазовой, внешнеторговой, публицистической и других видов профессиональной деятельности [15]. Появляются статьи по представлению цифровых технологий в помощь переводчику [16; 17]¹, а также по востребованному в данном контексте автоматизированному [18] и машинному переводу. Однако большинство перечисленных исследований все же проводятся на материале текстов художественных произведений и новостных статей [19]. Наибольшей аппликативностью, на наш взгляд, обладают работы, направленные на создание параллельных корпусов с дискурсивно-структурной разметкой [20] или мультимодальным аннотированием, базирующихся на материале официально-деловых и/или научно-технических текстов.

Таким образом, краткий обзор научной литературы, посвященной переводческим проблемам и методам исследований в контексте русско-китайской языковой пары выявил, во-первых, определенную несостоятельность традиционной методологии в плане фиксации нового процедурного знания, формирующегося по причине модификации производственных процессов в современной индустрии перевода. Во-вторых, в ходе аналитического обзора обнаружено несоответствие исследуемых тем актуальным практико-ориентированным запросам, относительно существующих рыночных долей современных переводческих услуг, связанных с взаимодействием с представителями китайской лингвокультуры.

Целью данной статьи является представление нового метода исследования, отвечающего современным трендам переводческой деятельности, обладающего более широким контекстуальным захватом факторов, которые влияют на переводческое решение, а также позволяющего определить круг дальнейших исследовательских перспектив.

Результаты и их обсуждение

Метод экокognитивного моделирования профессиональной коммуникации

В качестве неометода в данной работе представляется экокognитивное моделирование. Эвристический потенциал метода распространяется как на человеческую коммуникацию в целом, так и на человеко-машинную, в том числе профессиональную коммуникацию.

Метод экокognитивного моделирования может широко использоваться в исследовании когнитивно-коммуникативных паттернов, прививаемых представителям той или иной культуры с детства и в процессе взаимодействия в различных профессиональных кругах. Представляется возможность фиксации мультимодальных комплексов, например, конструирующих поведение бизнесменов во время переговоров или маркетологов во время создания нового рекламного продукта. Подобное процедурное знание впоследствии используется как дидактический материал для заимствования лучших международных практик или для адекватного восприятия коммуникативных ситуаций и гармоничного реагирования на

¹ Гурулева Т.Л. Цифровые ресурсы переводчика китайского языка: учебное наглядное пособие. Сер. Частная теория перевода. Китайский язык. — М.: ООО «Издательский дом ВКН», 2022. — 158 с.

них в процессе межкультурной медиации. Практическая ценность также прослеживается в использовании полученных данных для алгоритмизации переводческих действий, осуществляемых в новых производственных условиях, например в ходе автоматизированного перевода.

Технология метода, впервые описанная в [21] заключается в том, что на первом этапе выявляются взаимодействующие элементы, формирующие когнитивную систему в процессе коммуникации. Используя экокognитивную модель профессиональной коммуникации (рис. 1), исследователь определяет участников коммуникативного акта, происходящего в естественной гетерогенной среде, объекты материального мира, способные разделить когнитивную нагрузку с человеком, а также каналы связи и семиотические модусы, влияющие на результат коммуникации.

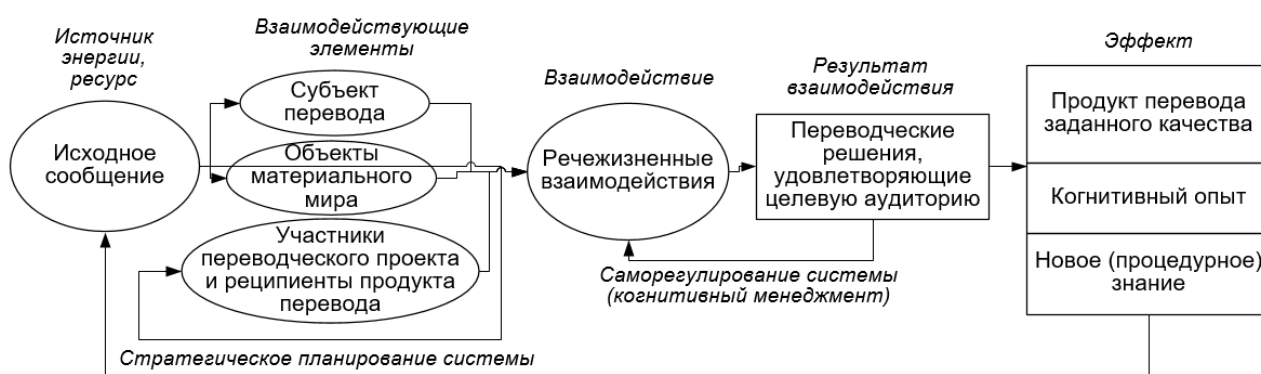


Рисунок 1. Экокognитивная модель профессиональной коммуникации в переводческом проекте (разработано автором)

Определение взаимодействующих элементов помогает на втором этапе правильно установить наблюдательные позиции и задает релевантные параметры для проведения экокognитивного эксперимента. С одной стороны, это может быть видеофиксация человеческого общения или человеко-машинной интеракции. С другой, для получения экологических данных могут привлекаться методы психолингвистики и/или социолингвистики, а также мультимодальный дискурс-анализ.

Полученные эмпирические данные в формате видеозаписей на третьем этапе фрагментируются на когнитивные события, представляющие интерес с точки зрения извлечения неявного процедурного знания. Последнее может быть представлено в формате мультимодальных комплексов, демонстрирующих те или иные когнитивно-поведенческие паттерны социального взаимодействия. Альтернативой методу анализа когнитивного события или его дополнением могут выступать ассоциативные эксперименты, опросы, интервью, беседы, анкетирование и другие методы, экологичным путем направленные на получение общественного мнения также с целью описания имплицитного процедурного знания.

Заключительным этапом является систематизация, классификация и фиксация полученного процедурного знания в формате учебно-методических и дидактических пособий, научных публикаций, нормативно-регулирующих документов, инструкций, лингвистического контента для цифровых продуктов и т. п.

Апробация метода экокognитивного моделирования на примере маркетингового перевода

В качестве иллюстрации того, как работает предложенный метод, рассмотрим процесс перевода веб-сайта ООО «Туристический центр «Сибирь»». Актуализация экокognитивной

модели профессиональной коммуникации (рис. 1) происходит при получении задания — локализовать веб-сайт туристической компании, планирующей выход на китайский рынок. Подразумевается, что контент сайта после перевода будет аттрактивным для носителей китайского языка и привлечет как можно больше посетителей. Определим взаимодействующие элементы: субъект перевода — переводчик (китаец-билингв, проживающий с детства в России), объекты материального мира — технические, лингвокультурологические и лингвистические характеристики переводимого сайта, сайты китайских туристических компаний в качестве аналоговых текстов, электронные словари и поисковые системы. Участники переводческого проекта и реципиенты продукта перевода — заказчик (владелец русскоязычного сайта), веб-дизайнер, проектирующий веб-пространство сайта на китайской платформе, программист, размещающий информацию на китайском сайте, потенциальные туристы, желающие посетить Сибирь после ознакомления с информацией на сайте. Для того чтобы локализованный сайт стал «рабочим», на определенных этапах необходимо взаимодействие всех участников проекта. Приведем пример коммуникации переводчика и потенциальных пользователей сайта на этапе прогнозирования аттрактивности переводимого контента.

Высказывание с русскоязычного сайта: *Ваша охота и рыбалка начнется сразу после прибытия на озеро Таймыр. Каждый день наша компания организывает вертолетные перелеты в места рыбалки и охоты.*

Предлагаемый вариант перевода: 抵达泰梅尔湖后驴友们将从这里启程开始打猎及垂钓活动。我们将用直升飞机运送驴友们到达各个活动地点并随时待命 (обратный перевод: *После прибытия на озеро Таймыр друзья начнут здесь охотиться и ловить рыбу. Наша компания будет использовать вертолеты для перевозки друзей в различные места и зоны ожидания*).

Из рассуждений переводчика: «В русском языке на сайте используется обращение на «Вы» и иногда «уважаемые туристы». Обращение на китайском языке строится по-другому — например, «туристы», что переводится как 游客 (yóukè). Я не буду использовать эту лексему, так как речь идет не о рядовом путешественнике, а об активном отдыхе ... познавательном ... на это не каждый решается. Это определенный вызов человеку. В качестве нужного обращения здесь я применил лексику 驴友 (Lǔyǒu), не имеющую прямых аналогов в русском языке. Звучит будто 旅友 (Lǚ yǒu), сокращенное от 旅行的朋友 (Lǚxíng de péngyǒu — путешествующий друг). Только графически 驴 совсем не 旅, просто звучат одинаково, в данном сочетании оба читаются вторым тоном, но значение 驴 — «осел». В китайской культуре это животное имеет очень положительные коннотации, то есть трудолюбивый, упрямый. Отсюда и турист получается любопытный, живущий по принципу «получаешь знания — получаешь деньги!» Это точно зацепит!» (из стенограммы интервьюирования переводчика).

Анализ стенограммы иллюстрирует установку субъекта перевода на социальные и аксиологические ориентиры (знание, богатство, дружба, трудолюбие) для создания аттрактивного обращения к целевому пользователю сайта. Очевидно также его эмпатичное отношение к читателю сайта, позиционирующему себя не просто в качестве туриста, а своего рода путешественника-исследователя, что в полной мере отражено в переводе.

Для верификации вариантов перевода (驴友, 游客, 旅友) был проведен целевой опрос 46 носителей китайского языка из города Чжэнчжоу провинции Хэнань и 16 этнических китайцев, проживающих в РФ. Возраст опрашиваемых составил от 20 до 37 лет, виды занятости разные: студенты, учителя, агенты по работе с иностранными гражданами, служащие банка, бизнесмены и др. По результатам опроса с небольшим перевесом лидирует наиболее

традиционный вариант 游客 (турист) — 4,33 балла из 5 возможных, далее 旅友 (путешествующий друг) — 4,15 балла и 3,91 балла набирает вариант 驴友 (трудолюбивый путешественник) (рис. 2).

Подобная расстановка мнений носителей китайского языка требует дополнительных объяснений. Несмотря на то, что разница в баллах небольшая, все три варианта могли бы быть уместны в переводе сайта, однако необходимо учитывать особое понимание понятия креативности, а в след за ним и аттрактивности в восточных культурах. Дело в том, что новизна и утилитарность воспринимаются ими с опаской выхода за рамки традиционного, о чем подробно пишет в своих работах А.В. Хархурин [22]. Изучив этот феномен, ученый предлагает добавить в критерии креативности эстетику и аутентичность, наиболее релевантные для представителей восточных культур. Предложенный аттрактивно-креативный вариант перевода (驴友 — трудолюбивый путешественник) принадлежит переводчику-билингву, который по определению не испытывает боязни неизведанного, а наоборот, открыт к новому и обладает знанием культурных концептов обеих стран. Выбирая именно этот вариант, он рассчитывает на современных китайцев, «более ориентированных на западное восприятие действительности и не боящихся изведывать новые маршруты» (цитаты из стенограммы интервьюирования переводчика).

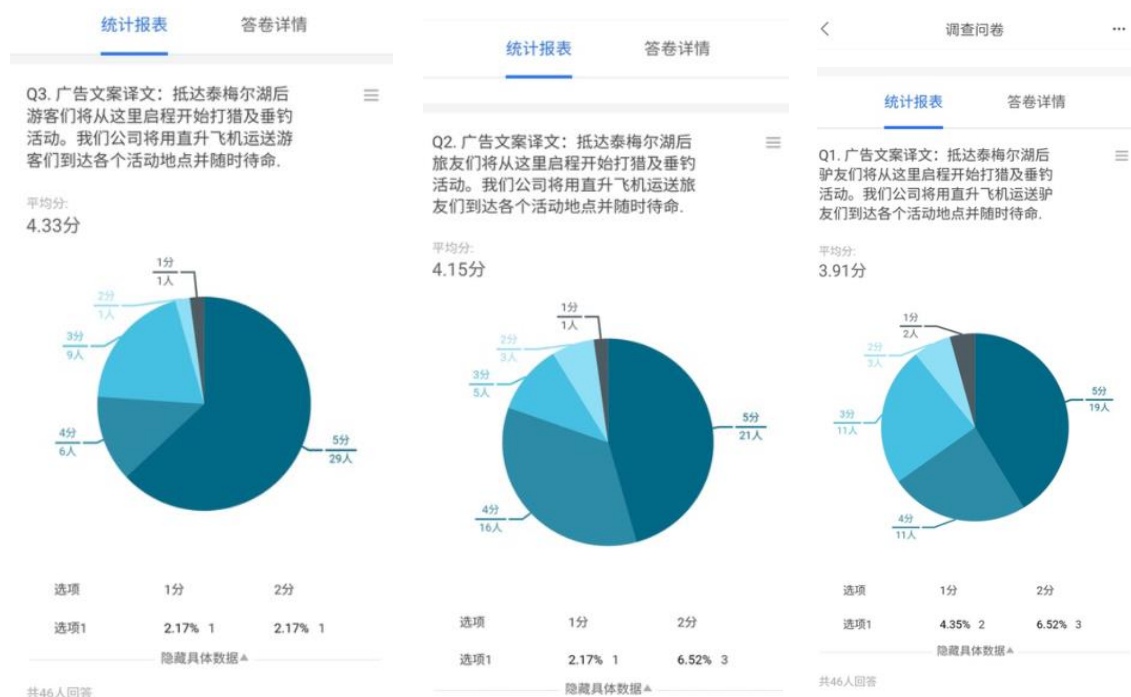


Рисунок 2. Результаты опроса потенциальной целевой аудитории (составлено автором)

Таким образом, в результате взаимодействия переводчика и потенциальных пользователей сайта в формате опроса субъекту перевода необходимо принять решение, удовлетворяющее большую часть целевой аудитории. При запуске сайта возможно лучше выбрать более традиционный вариант обращения — 游客 (турист). В качестве процедурного знания следует зафиксировать тот факт, что прогнозы специалиста-локализатора, будь то даже носитель языка, но не проживающий постоянно в стране языка перевода, и мнение потенциальных пользователей сайта могут различаться. Подобного рода маркетинговые тексты рекомендуется проверять на восприятие целевой аудиторией. В таком случае шансы на реальную аттрактивность продукта перевода значительно увеличиваются, что благотворно сказывается на последующие продажи туристических услуг.

Выводы и заключение

В переводческой деятельности метод экокognитивного моделирования направлен на извлечение процедурного знания в ходе принятия производственных решений. Посредством предлагаемой технологии представляется возможность фиксации мультимодальных комплексов, описывающих взаимодействия различных специалистов как одной сферы, так и разных профессиональных областей, в том числе кросс-культурных коллективов в процессе обсуждения ими переводческих задач и совместной их реализации. Практическая значимость метода наблюдается в получении имплицитных знаний о доминирующих факторах и алгоритмах принятия переводческих решений.

В круг дальнейших исследовательских перспектив входит апробация метода экокognитивного моделирования на материале других востребованных видов перевода в русско-китайской языковой паре:

- проведение экокognитивных экспериментов по фиксации комментирующего дискурса зрителей на предмет их восприятия и удовлетворенности продуктом перевода художественного или аудиовизуального произведения;
- видеонаблюдение за взаимодействиями участников переводческих / локализационных / краудсорсинговых проектов (редакторов, программистов, дизайнеров, продюсеров, спонсоров, заказчиков и пр.) на предмет извлечения процедурного знания принятия решений на основе коллективного когнитивного опыта;
- видеофиксация когнитивно-коммуникативных паттернов взаимодействия переводчика и клиента (носителя китайского языка, говорящего на английском как языке-посреднике) на предмет извлечения маркеров невербальной коммуникации, приводящих к межкультурному взаимопониманию;
- видеонаблюдение за профессиональной коммуникацией китайских бизнесменов во время деловых встреч на предмет выявления когнитивно-коммуникативных моделей их взаимодействия с целью разработки лингводидактических материалов по межкультурной медиации;
- выявление эффективных переводческих практик, фиксируемых на экране монитора в ходе выполнения китайско-русского автоматизированного перевода для алгоритмизации переводческих действий;
- применение приема мультимодальной конвертации контента, обеспечивающего дублирование или преобразование русскоязычного вербального контента в иную мультимодальную форму с сохранением или адаптацией смысла под маркетинговые и лингвокультурологические особенности китайского рынка и мн. др.

В заключение стоит отметить, что приведенный список исследовательских перспектив может пополняться в зависимости от востребованности того или иного вида перевода, а также от необходимости усовершенствования образовательного процесса по той или иной переводческой дисциплине.

ЛИТЕРАТУРА

1. Жириновский В.В. Геополитика и русский вопрос. — М.: Изд. дом «Галерея», 1998. — 496 с.
2. Слоботчиков О.Н. Жириновский как философ: монография. — М.: Изд-во Ин-та мировых цивилизаций, 2018. — 120 с.
3. Кан Инань, Мамонтов А.С. Национально-культурная специфика наименований предметов и явлений традиционного русского быта с позиции представителя китайской лингвокультуры // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. — 2021. — Т. 18. — № 1. — С. 77–82.
4. Пяо Л. Обучение китайских студентов русскому коммуникативному поведению: научно-методические аспекты разработки учебных материалов (ситуация поздравления) // Педагогическое образование. — 2022. Т. 3. — № 1. — С. 169–172.
5. Ян Ф. Введение культурного компонента в содержание обучения переводу китайских студентов-русистов // Современное педагогическое образование. — 2021. — № 10. — С. 254–256.
6. Ахмадеева Э.Р., Павлюк Е.В. Лингвокультурологические особенности перевода устных и письменных китайских текстов // Новые горизонты русистики. — 2022. — № 17. — С. 99–105.
7. Назарова А.А., Кривошеева Е.И. Отражение лингвокультурологического и прагматического аспектов при переводе на китайский язык выступлений В.В. Путина и Д. Трампа // Тенденции развития науки и образования. — 2020. — № 60-7. — С. 80–83.
8. Долгих О.В., Рукавишников О.И. Особенности языка жестов как невербального средства коммуникации при переводе с китайского на русский язык // Материалы секционных заседаний 58-й студенческой научно-практической конференции ТОГУ. В двух томах. Ответственные за выпуск: И.Н. Пугачев, А.В. Казарбин. — Хабаровск: Изд-во Тихоокеанского гос. ун-та, 2018. — С. 384–386.
9. Прошина З.Г. Проблемы посреднической функции восточноазиатских вариантов английского языка для русских коммуникантов // Филологические науки. Научные доклады высшей школы. — 2021. — № 6-2. — С. 206–213.
10. Воложанина Т.С., Бабаева К.М. Проблемы аудиовизуального перевода с китайского языка на английский язык и русский язык // Гуманитарные науки и вызовы нашего времени: сборник научных статей по итогам II Всероссийской научной конференции с международным участием. — Санкт-Петербург: Изд-во Санкт-Петербургского гос. эконом. ун-та, 2020. — С. 72–74.
11. Реутова А.С., Постоечко И.А. Особенности перевода компьютерных игр с китайского языка на русский язык // Межкультурный диалог в пространстве стран Азиатско-тихоокеанского региона: материалы III Международной студенческой научно-практической конференции. — Хабаровск: Изд-во Тихоокеанского гос. ун-та, 2020. — С. 145–149.
12. Чжан Ц., Лю Ч. О некоторых особенностях перевода туристических текстов с китайского языка на русский // Научный диалог. — 2018. — № 9. — С. 132–144.

13. Сунь Б. Презентационный текст на корпоративном сайте: проблема перевода с русского языка на китайский // Вестник Гродненского государственного университета имени Янки Купалы. — Серия 3. Филология. Педагогика. Психология. — 2021. — Т. 11. — № 1. — С. 63–69.
14. Акбаш В.А., Назарова А.А. Особенности перевода названий иноязычных брендов на китайский язык // Актуальные проблемы востоковедения: материалы IX Междунар. научно-практ. конференции по востоковедению. — Хабаровск: Изд-во Тихоокеанского гос. ун-та, 2020. — С. 315–320.
15. Фэй Ц. О передаче культурной специфики китайского политического текста в переводе (на материале издания «Си Цзиньпин о государственном управлении») // Политическая лингвистика. — 2019. — № 6(78). — С. 219–224.
16. Гращенко Л.А., Федоров А.В. Количественные оценки качества доступных сервисов машинного перевода с китайского языка на русский // Современные проблемы физико-математических наук: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием: в 2 частях. — Орел: Изд-во Орловского гос. ун-та им. И.С. Тургенева, 2018. — С. 335–340.
17. Дуданов Т.В. Наиболее актуальные электронные ресурсы для перевода с китайского языка и на китайский язык // Инновации. Наука. Образование. — 2021. № 48. — С. 2617–2623.
18. Маланханова А.Е. Использование современных информационно-коммуникационных технологий в обучении переводу экономического дискурса с китайского языка на русский язык // Преподаватель XXI век. — 2016. — № 3-1. — С. 145–152.
19. Гао Ц. К вопросу о качестве перевода новостных сообщений с русского языка на китайский Гугл-переводчиком: достигим ли идеал "信, 达, 雅" // Русский язык и культура в зеркале перевода. — 2022. — № 1. — С. 99–110.
20. Мухин М.Ю., Ян И. Проект создания китайско-русского параллельного корпуса официально-деловых текстов с дискурсивно-структурной разметкой // Вестник Южно-Уральского государственного университета. — Серия: Лингвистика. — 2016. — Т. 13. — № 4. — С. 23–31.
21. Чистова Е.В. Когнитивный менеджмент мультимодальной коммуникации синхронных переводчиков: монография. — Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2022. — 224 с.
22. Kharkhurin A.V. Creative problem-solving strategies differ across cultures, in: Blame, Sway, and Vigilante Tactics: How Other Cultures Think Differently and Implications for Planning. — US Department of Defense Strategic Multilayer Assessment Periodic Publication, 2018. — P. 27–30.

Chistova Elena Viktorovna

University of World Civilizations named after V.V. Zhirinovsky, Moscow, Russia

E-mail: kovelena82@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4016-7935>

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=717002

Eco-cognitive modeling as a new method of research languages and civilizations interaction in the translation context (using the example of Russian-Chinese marketing translation)

Abstract. The paper provides the justification for the failure of traditional translation research methods in connection with the significant transformation of production processes in the modern translation industry and with the reorientation of Russia to foreign policy relations with China. The paper presents the method of eco-cognitive modeling of professional communication that allows to study the most popular types of translation (scientific and technical, synchronous, marketing, audiovisual, intercultural mediation) in the Russian-Chinese language group taking into account a greater number of factors influencing the adoption of a translation decision. The author describes in detail the technology of the method that includes the identification of all interacting elements that create a universe supra-individual cognitive system within which knowledge and experience are exchanged both in the interaction «translator — other participants of the process», «translator — artificial intelligence», and in general «translator — environment». Consideration of interacting elements makes it possible to adequately establish observer positions for the greatest contextual capture and fixation of the cognitive process of professional communication. The resulting material is divided into cognitive events corresponding to one productive fragment of the process leading to the achievement of the production task. In each cognitive event limited by a time frame, a multimodal complex of cognitive reactions and expectations is studied in detail, reflecting social interaction in its various manifestations. The implementation potential of the method consists in extracting implicit procedural knowledge recorded in educational and methodological materials for the development of the necessary translation competencies (technological, mediation, etc.). As the approbation of the eco-cognitive modeling method, the author provides the example of marketing translation during the Russian-language website localization for the target audience of Chinese native speakers. The paper demonstrates an algorithm for identifying procedure knowledge demonstrated by the translator in the course of predicting the expectations of potential site users and making a translation decision based on the data obtained.

Keywords: theory and practice of translation; intercultural communication; mediation; Chinese; China; marketing translation