

КОГНИТИВНЫЙ ДИССОНАНС ПРИ ПЕРЕДАЧЕ ПРАВИЛ РУССКОГО ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА В КИТАЙСКОМ ПЕРЕВОДНОМ КИНОДИСКУРСЕ: НА ПРИМЕРЕ КИНОФИЛЬМА «СЛУЖЕБНЫЙ РОМАН»

Цинь Мэн¹, Ирина Советовна Карабулатова²

*Российский университет дружбы народов¹,²
Москва, Россия*

¹*Аспирант кафедры иностранных языков филологического факультета,
e-mail: 3063211605@qq.com*

²*Доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков
филологического факультета*

Аннотация. Статья посвящена проблемам передачи форм русского имени в переводном китайском кинодискурсе на примере кинокомедии Э. Рязанова «Служебный роман». Советско-российская кинематография широко используется при обучении русскому языку в китайской аудитории, поскольку кино позволяет увидеть своими глазами особенности другой лингвокультуры, обнаруживая культурный шок вследствие встречи с этносоциокультурными лакунами. Авторы обращают внимание на разницу в антропонимических моделях в русском и китайском языках, особенности функционирования антропонимов в официально-деловом дискурсе России и Китая, что ярко демонстрирует кинофильм «Служебный роман». Кинодискурсивная практика в учебном дискурсе погружает иноязычных реципиентов в мир языка и культуры изучаемой страны. Авторы впервые рассматривают влияние переводного кинодискурса на формирование норм бизнес-этикета в условиях российско-китайского культурного взаимодействия, подчеркивая, что отсутствие или недостаточное понимание этикетных формул коммуникации способствует ненормативному усвоению шаблонов общения, что может стать причиной этносоциокультурных конфликтов в межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: кинодискурс, межкультурная коммуникация, антропонимы, переводной дискурс, Россия, Китай, «Служебный роман».

Для цитирования: Цинь Мэн, Карабулатова И. С. Когнитивный диссонанс при передаче правил русского официально-делового этикета в китайском переводном кинодискурсе: на примере кинофильма «Служебный роман» // Известия Воронежского государственного педагогического университета. 2021. № 4. С. 209–214. DOI 10.47438/2309-7078_2021_4_209

Введение

Сегодняшний мир глобализации и техногенности широко использует различные средства коммуникации для обеспечения эффективного межкультурного общения, в том числе и в бизнес-коммуникации. При этом переводной кинодискурс демонстрирует нам вариативность интерпретации смысла исходного кинодискурса на тему официально-делового общения на другом языке. Иными словами, «интерпретативно-коммуникативный метод перевода» задает некий общий алгоритм передачи смысла, с отказом от семантико-синтаксической структуры оригинала [1, с. 10], что доминирует в переводном кинодискурсе на базе разнотипных и разнотипных языков, к каковым относятся

русский и китайский [2], обеспечивая появление когнитивных искажений восприятия другой лингвокультуры [3; 4].

Известно, что имя собственное выполняет роль маркера социокультурного фронта в дихотомии «свой – чужой» [5], поскольку обозначает этнолингвокогнитивные приоритеты в том или ином обществе [6], обеспечивая витальность самого общества как цивилизационной структуры.

Сложность передачи русских имен на китайский язык обусловлена разнотипностью языков, поскольку китайский язык – это язык глубинных символов, которые существуют в связке «слог = значимое слово». Например, при обучении русскому языку китайские студенты получают «русское имя», которое не является переводом их настоящих имен, однако апеллирует к фоносемантическим ха-

рактикам благозвучия в родном языке, считая, что носители русского языка не смогут запомнить китайские имена. Отсюда такая популярность имен Иван и его сокращенной формы Ваня, поскольку совпадают по звучанию с титулом 王子 [wángzǐ] «князь», имени Майя – 美貌 [měimào] «красавица». Отсюда такая щепетильность к самому процессу номинации. Однако большинство китайских студентов бывают удивлены, поскольку в России к ним обращаются, используя китайские имена.

Результаты

Кинокомедия Э. Рязанова «Служебный роман», созданная во второй половине XX в., стала культовой в Китае, демонстрируя развитие образа чиновника в современной культуре [7]. Помимо кинофильма, выполненного в прекрасном дубляже с китайской стороны, в 2015 г. вышла театральная постановка в Пекине с максимальным приближением к сюжету кинофильма, которая идет с неизменным аншлагом. Культовый характер этого фильма в КНР способствовал тому, что одна из заглавных песен этого кино прозвучала в проникновенном исполнении китайской певицы Ян Гэ в шестом сезоне российского «Голоса» в 2018 г., покорила российскую аудиторию [8].

В 2005 г. агентство «Синхуа» выпустило специальное руководство, регламентирующее правила перевода русских имен собственных на китайский язык [9], одновременно Ли Е, Чжоу Цзюньин также выпустил в свет специальный справочник по переводу русских имен собственных на китайский язык объемом свыше 45 тысяч слов [10].

Киноискусство помогает погрузиться в специфику этнокультуры изучаемого языка, помогая сократить межкультурную дистанцию. В связи с ростом российско-китайских связей в рамках реализации программы «Один пояс – один путь» [11] многие китайские киностудии стали наращивать дубляж советско-российских фильмов на китайский язык [12], чтобы помочь китайскому зрителю понять «загадку русской души» [13]. Переводчик дубляжа стоит перед дилеммой: 1) оставить всё, как есть; 2) подобрать приемлемый аналог из другого языка, – не допуская когнитивной деструкции при передаче смыслов [14; 15; 16].

Некоторым диссонансом для китайского зрителя, воспитанного в строгой иерархичности общества, становится непринужденность общения в русской официально-деловой среде между начальником и подчиненным. Такое общение является нарушением этикетных норм в китайской культуре [17]. Например, первая встреча Самохвалова и Новосельцева в кабинете у Калугиной с использованием уменьшительных форм имени является недопустимой в китайской среде, поэтому рассматривается китайским зрителем как инвариант нормы российской корпоративной этики.

Китайская корпоративная этика базируется на канонах китайской цивилизации, для которой характерна внешняя эмоциональная отстраненность и даже интактность, особенно в условиях работы, а любое проявление эмоциональности оценивается как неумение владеть собой и «держат свое лицо»,

а следовательно, несдержанный человек недостойн продвижения вверх по социальной лестнице. Восточная культура «держат лицо»/ мяньцзы является доминирующей в китайском социально-корпоративном этикете [18].

Сама культура Китая построена на соблюдении ритуальных правил коммуникации, при этом понятие «держат лицо» соответствует социальным нормам китайского общества. Согласно правил Конфуция, существует пять основных видов взаимодействия в человеческом коллективе: 1) между руководством и подчиненными; 2) между супругами; 3) между членами одной семьи по вертикали «родители и дети»; 4) между старшими и младшими братьями; 5) между друзьями [19, с. 220].

Эмоциональная сдержанность, следование этикетным формулам, отсутствие запанибрательства в китайской традиции официального общения лишь подчеркивают социальный статус человека как сформированный навык внутреннего контроля в соответствии с внешними социальными нормами. Поэтому крепкие объятия, похлопывания по плечу, поцелуи представляются китайской аудитории как удивительные черты советско-русской этикетной культуры. При этом китайские социальные нормы с большой дистанцией между участниками социальной коммуникации восходят к древним традициям культивирования интровертивности в канонах китайской цивилизации [20], которые усваиваются китайцами с самого раннего детства в процессе социализации.

Китайская корпоративная этика предпочитает соблюдение уважительной многоуровневой формулы именования человека: господин/ госпожа + официальная должность (либо титул) + фамилия (но не имя), – при которой возможно лишь обращение на «Вы», без сокращения социальной дистанции. Традиционно в китайском социальном этикете невозможно обращение на «Ты» к учителям, врачам, военным, чиновникам, к пожилым и/ или незнакомым людям. Приветствуется использование обращения на «Вы» между руководителем и подчиненными с обеих сторон. В этом смысле кинофильм «Служебный роман» рвет шаблоны возможного общения на работе в китайской аудитории. Для передачи иноязычных имен китайский язык имеет специальный реестр слогов, рекомендованных для передачи звучания в заимствованных именах собственных. Например: Вера 维拉. Также при встрече Самохвалова и Новосельцева первый радостно восклицает: «Толя! Толя!». Данная сокращенная форма от имени Анатолий передается фонетически Toliya, а фамилия Новосельцев в китайской огласовке звучит как Novocel'etseve. В то же время Верочка звучит как Velychika. Само имя главной героини – как Lyudimila Prokopyevna (жирным шрифтом выделены ударения в китайской озвучке. – Ц. М., К. И.).

Вместе с тем проникновение западных черт в китайскую жизнь способствует смешению западной и восточной систем корпоративного общения [21]. Первоначально аналоговый перенос использования сокращенных форм имени по отношению к русским

коллегам старшего возраста, уменьшительно-ласкательных форм, встречающихся в русском деловом общении, провоцирует когнитивные обобщающие деструкции на всю систему русского официально-делового этикета. Например, кинокомедия «Служебный роман» показывает, что в русском деловом общении возможны разнообразные коммуникативные ситуации, избивающие применением обращения на «Ты», подталкивая китайского реципиента к мысли о том, что такой стиль коммуникации является не только рекомендуемым, но и желательным при выстраивании межкультурного русско-китайского делового общения. Например, Людмила Прокофьевна Калугина может обращаться на «Ты» к своей секретарше Верочке и к проформу Шурочке и т. д. Однако попытки распространить такой стиль общения в русско-китайскую коммуникацию вызывают недопонимание у русских партнеров, что обусловило создание в Китае специальных справочников по регламентации бизнес-коммуникации [22] во избежание этнокультурного шока у иностранных партнеров в переговорной практике с китайцами [21].

Для китайского зрителя является неприемлемым общение между сотрудниками с употреблением уменьшительно-ласкательных имен или прозвищ (типа: Юрочка, Юрка, Наденька, Верочка, Шурочка, Оля/ Оленька), либо сокращенных форм имени (Юра, Надя, Вера), либо смещения форматов уменьшительно-ласкательного имени и фамилии (типа: «Верочка, пригласите ко мне Новосельцева»), поэтому такие словоупотребления воспринимаются как нонсенс, или особенности русского официально-делового этикета. Использование таких форм в качестве образца для подражания в реальной деловой межкультурной коммуникации приводит к появлению грубых ошибок из-за незнания стилистических норм речевого этикета.

Китайская антропонимическая модель двучленна в отличие от русской трехчленной модели [23]. Для китайской культуры в соответствии с доминантой конфуцианства регламент обращения включает в себя обозначение по фамилии или роду, в связи с тем что традиционное китайское самосознание ориентировано на семью, а не на индивидуальность, поэтому рабочий коллектив и даже вся страна рассматривается в китайской лингвокультуре как семья. Отдельную проблему представляют русские отчества, поскольку в китайской лингвокультуре формула «имя + отчество» отсутствует, что вызывает сложности понимания у китайских реципиентов.

Библиографический список

1. Анисимов В. Е., Борисова А. С., Консон Г. Р. Лингвокультурная локализация кинозаголовков // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2019. № 23. С. 435–459.
2. Ван Ляньцэн. Перевод имен собственных с русского на китайский язык (на материале перевода повести О. Мандельштама «Египетская марка») // Мир русскоговорящих стран. 2020. № 2 (4). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perevod-imen-sobstvennyh-s-russkogo-na-kitayskiy-yazyk-na-materiale-perevoda-povesti-o-mandelstama-egipetskaya-marka> (дата обращения: 28.10.2021).
3. Владимирова Т. Е. Этика «Лица» как доминанта китайского стиля общения // Научный вестник МГТУ ГА. 2006. № 102. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etika-litsa-kak-dominanta-kitayskogo-stilya-obshcheniya> (дата обращения: 28.10.2021).
4. Заварзина Г. А. Диахроническая модель слова «чиновник» в русском языке: семантические особенности и векторы развития // Русистика. 2021. Т. 19, № 2. С. 155–166.

Исходя из этого, предпочтительными будут такие формы обращения, как товарищ директор/ господин (жа) директор, товарищ Калугина, господин Самохвалов, профессор Чжоу, доктор Лу и т. п. Поэтому использование просто имени в корпоративной культуре считается грубым нарушением социальных норм, не говоря уже о том, что уменьшительные имена в китайской культуре отсутствуют. При этом ситуация, когда подчиненный Новосельцев спорит с директором Калугиной и с ее заместителем Самохваловым, совершенно недопустима в китайской корпоративной этике, равно как и открытый конфликт с начальником или открытый обмен мнениями с руководством.

Выводы

Переводной кинодискурс всегда культурно обусловлен, привнося этносоциокультурную специфику языка той страны, где будет демонстрироваться фильм, поскольку следование буквальному переводу может создать трудности интерпретации событий, изображаемых на киноэкране. Перенос постановочных ситуаций русского корпоративного общения в условиях кинокомедии на реалии действительного межкультурного российско-китайского бизнес-диалога может вызвать когнитивный диссонанс у обеих сторон коммуникации.

Обилие инвариантов именования героев в русской модели общения вызывает путаницу и неоднозначное отношение к допустимой модели использования личного имени в российской корпоративной культуре межличностного общения у китайских реципиентов, что требует дополнительного лингвострановедческого комментария.

Китайская корпоративная этика апеллирует к конфуцианской модели межличностного общения, для которой характерны выдержка и интактность, а проявление эмоций считается нарушением этикетных форм социально-делового ритуала общения.

Несмотря на особую популярность кинокомедии «Служебный роман» на китайском кинорынке, нельзя сбрасывать со счетов, что сам кинодискурс продвигает допустимые модели официально-делового общения в русской лингвокультуре, но не допустимые в рамках международного бизнес-диалога.

Конфликт интересов

Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

5. Заварзина Г. А., Ахмед С. Джамил. Словосочетания с согласованными и несогласованными определениями-эпитетами в художественной прозе К. Г. Паустовского // Известия Воронежского государственного педагогического университета. 2021. № 1. С. 184–188. DOI 10.47438/2309-7078_2021_1_184.

6. Карабулатова И., Лагуткина М. Образ Китая в лингвоинформационной модели современного медиадискурса (на материале русских и китайских СМИ) // Вестник Северного (Арктического) федер. ун-та. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2021. № 21 (4). С. 40–53. URL: <https://doi.org/10.37482/2687-1505-V124>

7. Корячкина А. В. Англоязычный художественный кинодискурс и потенциал его интерпретативного перевода : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб. : 2017. 25 с.

8. Ли Е, Чжоу Цзюньин. Русско-китайское руководство по переводу географических названий и прилагательных // Пекинская коммерческая пресса. 2005 [李夜周俊英俄汉地名形容词译名手册.北京商务印书馆.2005].

9. Маслов А. А. Китай: колокольца в пыли. Странствия мага и интеллектуала. М. : Алетей, 2005. 376 с.

10. Маслов А. А. Наблюдая за китайцами: скрытые правила поведения. М. : Рипол классик, 2010. 282 с.

11. Ратникова И. Э. Антропонимия русского и китайского языков типологические сходства в ономастологии собственных имен // Весник БДУ. Сер. 4. 2014. № 1. С. 41–46.

12. Савчук И. П., Карабулатова И. С. Мифолингвистическая интерпретация сакрального геополитонима СИБИРЬ как «окно Овертона» в военном кинодискурсе // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Филология и искусствоведение. 2021. Вып. 1 (268). С. 54–61.

13. Сложности межкультурной коммуникации в русско-китайском диалоге: когнитивные искажения или языковая игра? / А. Ницзяти, И. С. Карабулатова, Ю. Линь, Ф. Б. Саутиева // Вопросы современной лингвистики и изучения иностранных языков в эпоху искусственного интеллекта : сборник научных трудов Международного научного форума, посвященного Всемирному Дню науки за мир и развитие. М. : РУДН, 2020. С. 311–320.

14. Ся Н. В., Ся Цзялян. Трудности перевода названий российских фильмов на китайский язык // Языки. Культуры. Перевод. 2017. № 1. С. 182–189.

15. Феномен «РУССКОЙ ДУШИ» и традиция русского консерватизма: новые теоретико-методологические подходы и обыденное восприятие консерватизма / А. М. Федулов, С. Г. Кареева, И. С. Карабулатова [и др.] // Социально-экономические и гуманитарно-философские проблемы современной науки. Москва : Уфа : Ростов-на-Дону, 2015. Т. 2. С. 103–112.

16. Чен М.-Дж. Китайский бизнес изнутри : практическое пособие по выстраиванию деловых отношений с китайскими партнерами / [пер. с англ. Н. Г. Печерицы]. М. : Эксмо, 2009. 282 с.

17. Шогенова Л. А. Особенности социальной коммуникации и этикета в китайской культуре: традиционные основы и современность // Обсерватория культуры. 2018. Т. 15, № 4. С. 460–467. DOI: 10.25281/2072-3156-2018-15-4-460-467.

18. Ян Гэ: Если я выкрутилась в России – сможете и вы // РИА Новости. 2019. 09 июня.

19. Яшкина А. А., Зайцева К. А. Переводческие трансформации с русского на китайский язык на примере кинофильма «Иван Васильевич меняет профессию» // Вестник научного общества студентов, аспирантов и молодых ученых. 2015. № 3. С. 240–243.

20. Cognitive distortions in the reflection of civic identity in China: on the material of Russian-language media of East and Western / Y. Lin, I. S. Karabulatoва, A. N. Shirobokov et al. // Amazonia Investiga. 2021. № 10 (44). С. 115–125. URL: <https://doi.org/10.34069/AI/2021.44.08.11>

21. Karabulatoва I. S. The problems of linguistic modeling of new Eurasian linguistic personality in multi-linguistic and mental environment (by example of onomasphere) // Middle-East Journal of Scientific Research. 2013. № 17 (6). С. 791–795. DOI: 10.5829/idosi.mejsr.2013.17.06.12262.

22. Xinhua Russian Name Translation Manual. Beijing Commercial Press, 2005 = 辛华俄语姓名译名手册.北京商务印书馆, 2005.

23. 案例份折, 跨文化商务交流. 北京 : 对外经济贸易大学出版社 = [Аньли Фэньчжэ. Кросс-культурные бизнес-коммуникации: случаи и анализ]. Пекин : Дуйвай цзиньцзи маои дасюэ чубньшэ, 2007. 310 с.

Reference

1. Koryachkina A. V. *Angloyazychnyi khudozhestvennyi kinodiskurs i potentsial ego interpretativnogo perevoda*. Avtoref. diss. kand. filol. nauk [English-language feature film discourse and the potential of its interpretative translation. Cand. philol. sci. diss. abstr.]. Saint Petersburg, 2017. 25 p.

2. Nitszyati A., Karabulatoва I. S., Lin'Yu., Sautieva F. B. [The difficulties of intercultural communication in the Russian-Chinese dialogue: cognitive distortions or language game?] *Voprosy sovremennoi lingvistiki i izucheniya inostrannykh yazykov v epokhu iskusstvennogo intellekta*. [Questions of modern linguistics and the study of foreign languages in the era of artificial intelligence]. Moscow, RUDN Publ., 2020, pp. 311–320.

3. Yashkina A. A., Zaitseva K. A. *Perevodcheskie transformatsii s russkogo na kitaiskii yazyk na primere kinofil'ma «Ivan Vasil'evich menyaet professiyu»* [Translation transformations from Russian into Chinese on the example of the movie "Ivan Vasilyevich changes his profession"]. *Vestnik nauchnogo obshchestva studentov, aspirantov i molodykh uchenykh*, 2015, no. 3, pp. 240–243.

4. Zavarzina G. A., Akhmed S. Dzhamil. Slovosochetaniya s soglasovannymi i nesoglasovannymi opredeleniyami-epitetami v khudozhestvennoi proze K. G. Paustovskogo [Phrases with agreed and uncoordinated definitions-epithets in K. G. Paustovsky's fiction]. *Izvestiya Voronezhskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 2021, no. 1, pp. 184–188. doi: 10.47438/2309–7078_2021_1_184
5. Karabulatova I.S. The problems of linguistic modeling of new Eurasian linguistic personality in multi-linguistic and mental environment (by example of onomasphere). *Middle East Journal of Scientific Research*, 2013, no. 17 (6), pp. 791–795. doi: 10.5829/idosi.mejsr.2013.17.06.12262
6. Van Lyan'tsen'. Perevod imen sobstvennykh s russkogo na kitaiskii yazyk (na materiale perevoda povesti O. Mandel'shtama «Egipetskaya marka») [Translation of proper names from Russian into Chinese (based on the translation of O. Mandelstam's story "The Egyptian Stamp")]. *Mir russkogovoryashchikh stran*, 2020, no. 2 (4). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/perevod-imen-sobstvennykh-s-russkogo-na-kitayskiy-yazyk-na-materiale-perevoda-povesti-o-mandelshstama-egipetskaya-marka> (accessed 10/28/2021).
7. Zavarzina G. A. Diakhronicheskaya model' slova «chinovnik» v russkom yazyke: semanticheskie osobennosti i vektory razvitiya [Diachronic model of the word "official" in the Russian language: semantic features and vectors of development]. *Rusistika*, 2021, no. 19 (2), pp. 155–166.
8. Yan Ge. Esli ya vykrutilas' v Rossii – smozhete i vy [If I got out of it in Russia, so can you]. *RIA Novosti*, 2019, June 9th.
9. Xinhua Russian Name Translation Manual. Beijing Commercial Press, 2005 = 辛华俄语姓名译名手册.北京商务印书馆, 2005.
10. Li E, Chzhou Tszyun'in. Russko-kitaiskoe rukovodstvo po perevodu geograficheskikh nazvanii i prilagatel'nykh [Russian-Chinese guide to the translation of geographical names and adjectives]. *Pekinskaya kommercheskaya pressa*, 2005 = 李夜周俊英俄汉地名形容词译名手册.北京商务印书馆, 2005.
11. Karabulatova I., Lagutkina M. Obraz Kitaya v lingvoinformatsionnoi modeli sovremennogo mediadiskursa (na materiale russkikh i kitaiskikh SMI) [The image of China in the linguoinformational model of modern media discourse (based on the material of Russian and Chinese media)]. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) feder. un-ta. Seriya: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 2021, no. 21 (4), pp. 40–53. Available at: <https://doi.org/10.37482/2687-1505-V124>
12. Sya N. V., Sya Tszyalyan. Trudnosti perevoda nazvanii rossiiskikh fil'mov na kitaiskii yazyk [Difficulties in translating the titles of Russian films into Chinese]. *Yazyki. Kul'tury. Perevod*, 2017, no. 1, pp. 182–189.
13. Fedulov A.M., Karepova S.G., Karabulatova I.S. e.a. Fenomen «RUSSKOI DUSHI» i traditsiya russkogo konservatizma: novye teoretiko-metodologicheskie podkhody i obydennoe vospriyatие konservatizma. [The phenomenon of the "RUSSIAN SOUL" and the tradition of Russian conservatism: new theoretical and methodological approaches and everyday perception of conservatism]. *Sotsial'no-ekonomicheskie i humanitarno-filosofskie problemy sovremennoi nauki*. Moscow, Ufa, Rostov-on-Don, 2015, no. 2, pp. 103–112.
14. Lin Y., Karabulatova I.S., Shirobokov A.N., Bakhus A.O., & Lobanova E.N. Cognitive distortions in the reflection of civic identity in China: on the material of Russian-language media of East and Western. *Amazonia Investiga*, 2021, no. 10 (44), pp. 115–125. Available at: <https://doi.org/10.34069/AI/2021.44.08.11>
15. Anisimov V. E., Borisova A. S., Konson G. R. Lingvokul'turnaya lokalizatsiya kinozagolovkov [Linguistic and cultural localization of movie titles]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta družby narodov. Seriya: Lingvistika*, 2019, no. 23, pp. 435–459.
16. Savchuk I. P., Karabulatova I. S. Mifolingvisticheskaya interpretatsiya sakral'nogo geopolitonima SIBIR'' kak «okno Overtona» v voennom kinodiskurse [Mytholinguistic interpretation of the sacred geopolitonym SIBERIA as an "Overton window" in the military film discourse]. *Vestnik Adygeiskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya i iskusstvovedenie*, 2021, no. 1 (268), pp. 54–61.
17. Shogenova L. A. Osobennosti sotsial'noi kommunikatsii i etiketa v kitaiskoi kul'ture: traditsionnye osnovy i sovremennost' [Features of social communication and etiquette in Chinese culture: traditional foundations and modernity]. *Observatoriya kul'tury*, 2018, no. 15 (4). pp. 460–467. DOI: 10.25281/2072-3156–2018-15-4-460-467.
18. Vladimirova T. E. Etika «Litsa» kak dominanta kitaiskogo stilya obshcheniya [The ethics of the "Face" as the dominant of the Chinese style of communication]. *Nauchnyi vestnik MGTU GA*, 2006, no. 102. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/etika-litsa-kak-dominanta-kitayskogo-stilya-obshcheniya> (accessed 28.10.2021).
19. Maslov A. A. *Kitai: kolokol'tsa v pyli. Stranstviya maga i intellektuala* [China: bells in the dust. The wanderings of a magician and an intellectual]. Moscow, Aleteiya Publ., 2005. 376 p.
20. Maslov A. A. Nablyudaya za kitaitami: skrytye pravila povedeniya [Observing the Chinese: hidden rules of behavior]. Moscow, Ripol classic Publ., 2010. 282 p.
21. Chen M.-Dzh. *Kitaiskii biznes iznutri : prakticheskoe posobie po vystraivaniyu delovykh otnoshenii s kitaiskimi partnerami* [Chinese business from the inside: a practical guide to building business relations with Chinese partners]. Moscow, Eksmo Publ., 2009. 282 p.
22. 案例份折, 跨文化商务交流. 北京: 对外经济贸易大学出版社 = An'li Fen'chzhe. Kross-kul'turnye biznes-kommunikatsii: sluchai i analiz. Beijing, Duivai tszin'tszi maoi dasyue chubn'she Publ., 2007. 310 p.

23. Ratnikova I. E. Antroponimiya russkogo i kitaiskogo yazykov tipologicheskie skhodstva v onomasiologii sobstvennykh imen [Anthroponymy of the Russian and Chinese languages: typological similarities in the onomasiology of proper names]. *Vesnik BDU. Ser. 4*, 2014, no. 1, pp. 41–46.

Поступила в редакцию 20.10.2021

Подписана в печать 28.12.2021

COGNITIVE DISSONANCE IN THE TRANSMISSION OF THE RULES OF RUSSIAN OFFICIAL BUSINESS ETIQUETTE IN THE CHINESE TRANSLATED FILM DISCOURSE: ON THE EXAMPLE OF THE MOVIE “OFFICE ROMANCE”

Qin Meng¹, I. Sovetovna Karabulatova²

*Peoples' Friendship University of Russia^{1, 2}
Moscow, Russia*

¹*Postgraduate Student of the Department of Foreign Languages, Faculty of Philology,
e-mail: 3063211605@qq.com*

²*Dr. Philolog Sci., Professor of the Department of Foreign Languages, Faculty of Philology,
e-mail: radogost2000@mail.ru*

Abstract. The article is devoted to the problems of the transfer of forms of the Russian name in the translated Chinese film discourse on the example of E. Ryazanov's film comedy “Office Romance”. Soviet-Russian cinematography is widely used in teaching Russian to Chinese audiences because cinema allows you to see with your own eyes the features of another linguistic culture, revealing cultural shock due to an encounter with ethno-socio-cultural lacunae. The authors draw attention to the difference in anthroponymic models in the Russian and Chinese languages, the peculiarities of the functioning of anthroponyms in the official business discourse of Russia and China, which is clearly demonstrated by the movie “Office Romance”. Film discursive practice in educational discourse immerses foreign-speaking recipients in the world of the language and culture of the studied country. For the first time, the authors consider the influence of translated film discourse on the formation of business etiquette norms in the context of Russian-Chinese cultural interaction, emphasizing that the absence or insufficient understanding of etiquette formulas of communication contributes to the non-normative assimilation of communication patterns, which can cause ethno-socio-cultural conflicts in intercultural communication. However, the absence or insufficient understanding of etiquette formulas of communication contributes to the non-normative assimilation of communication patterns, which can cause ethno-socio-cultural conflicts in intercultural communication.

Key words: film discourse, intercultural communication, anthroponyms, translated discourse, Russia, China, “Office romance”

Cite as: Qin Meng, Karabulatova I.S. Cognitive dissonance in the transmission of the rules of Russian official business etiquette in the Chinese translated film discourse: on the example of the movie “Office romance”. *Izvestiya Voronezhskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [Izvestia Voronezh State Pedagogical University], 2021, no. 4, pp. 209–214 (in Russian). DOI 10.47438/2309-7078_2021_4_209

Received 20.10.2021

Accepted 28.12.2021