

RU

Китайский компонент в лингвистическом ландшафте культурно-исторической части Коломны

Дубинина М. Н., Колодяжная Д. А.

Аннотация. Цель данного исследования – проследить особенности представленности китайского языка в коммуникативном пространстве города Коломны. Научная новизна определяется тем, что впервые прослеживается присутствие китайского языка в «ландшафте» провинциального туристического города, а перевод определяется как посредник межкультурного диалога между лингвистическим ландшафтом города и адресатом-иностранцем. Полученные результаты демонстрируют наличие ошибок в переводе, связанных с трудностями передачи реалий русской культуры. Подчеркивается необходимость привлечения внимания к бережному отношению к переводу как средству проектирования лингвистического ландшафта и как возможности осуществления межкультурного взаимодействия.

EN

The Chinese Component in Linguistic Landscape of Kolomna's Cultural and Historical Part

Dubinina M. N., Kolodiazhnaia D. A.

Abstract. The purpose of the study is to trace how the Chinese language is represented in communicative space of Kolomna. The study is novel in that it is the first to examine the Chinese language presence in the “landscape” of a provincial tourist town and to define translation as a mediator of the cross-cultural dialogue between the linguistic landscape of a town and a foreign addressee. The research findings show that there are certain errors in translation associated with difficulties of translating the Russian culture realia. The researchers emphasise the need to draw attention to the careful approach to translation as a means for designing the linguistic landscape and as an opportunity for cross-cultural interaction.

Введение

Образ современного города сложно представить без многочисленных вывесок, указателей, пестрящей рекламы. Все это формирует определенную атмосферу или «ландшафт» местности, создавая вербально и визуально культурную уникальность городского пространства. Яркими примерами являются Таймс-сквер, знаменитая площадь в центральной части Манхэттена (Нью-Йорк), чайна-тауны, где китайская община пытается создать уголок родной страны, Брайтон-Бич, получивший известность благодаря деятельности русскоговорящей общины, граффити-районы и арт-зоны в крупных мегаполисах, приграничные города. Лингвистическое конструирование территории (вербальное и невербальное) непосредственно влияет на привлекательность и комфортность местности, поднимая вопросы лингвокультурной особенности и коммуникации города, региона и страны.

В 2020 году был дан старт совместному проекту СПР, НОПриЛ и РосНОУ (грант РФФИ 20011-31742), целью которого является изучение лингвистического ландшафта как важной составляющей современной языковой экологии человека. В рамках данного проекта был объявлен Всероссийский конкурс «Самое, самое в лингвистическом ландшафте России», который заставил авторов «задуматься о проблемах, которые несёт небрежное отношение к качеству визуализированной вербально-графической составляющей социума» [6, с. 59]. Таким образом, актуальность данного исследования обусловлена запросом общества и науки на получение информации о лингвистическом состоянии городской среды.

Теоретической базой исследования выступили представления о лингвистическом ландшафте как важной составляющей современной языковой экологии страны, региона, города, человека (О. Ю. Иванова и др.). Термин «лингвистический ландшафт» был введен Р. Ландри и Р. Борхис, которые выдвинули идею о лингвистическом ландшафте как совокупности языков дорожных знаков, рекламных щитов, названий улиц, названий

мест, коммерческих вывесок, а также общественных знаков на фасадах государственных учреждений [14]. Л. Л. Федорова под языковым ландшафтом представляет «все множество графических и письменных знаков и текстов, которые доступны наблюдателю в общественном пространстве» [12, с. 70]. Е. И. Абрамова отмечает, что лингвистический ландшафт представляет собой «относительно новое направление социолингвистики, которое возникло благодаря возрастающему интересу к мультилингвизму, экологии языка, тенденциям глобализации, когда языки взаимодействуют и создают глобальную среду» [13, р. 48]. В России изучение лингвистического ландшафта, как подчеркивает Т. А. Голикова, вошло в урбанистическую лингвистику и становится продолжением изучения «языка города» [4, с. 149]. Например, С. В. Лихачев, систематизируя и анализируя систему знаков, повсеместно и ежедневно окружающую нас, представляет возможным найти в них отражение культуры общества. Автор пишет: «Надписи служат показателем свободы или авторитарности общества, в них развиваются новые языковые, графические, логические, художественные, коммерческие и другие идеи. Надписи отражают соблюдение этических норм, их содержание. Словом, надписи вполне можно считать зеркалом нашей жизни, поводом для рефлексии общества, и они этим зеркалом уже становятся» [8, с. 8].

Для достижения цели исследования мы ставим следующие задачи: 1) изучить некоторые вопросы употребления иностранного языка в лингвистическом ландшафте; 2) выявить случаи использования китайского языка в исторической части города и проанализировать вариант перевода в соответствии с межкультурными особенностями. Для проведения исследования были выбраны методы сравнительного и лингвистического анализа, осуществлено наблюдение, описание и обобщение материала.

Практическая значимость данной работы заключается в том, что результаты исследования могут найти применение в процессе преподавания иностранных языков, особенностей межкультурной коммуникации, курса перевода, а также привлечь внимание к благоустройству лингвистического ландшафта городов.

Иностранный язык в коммуникативном пространстве города

Однозначно на формирование лингвистического ландшафта оказывают влияние специфика и значимость города, социальный запрос, открытость для туризма, а в рамках вероятной ситуации полиязычия востребованность языка и языковая политика государства.

Важным направлением исследования, на наш взгляд, является степень распространения иностранных языков в городской среде. Таким образом, для исследования ключевыми являются понятия о переводе как форме межкультурной коммуникации, о языке как компоненте культуры, определяющем качество понимания культуры. Нередки случаи некорректного или небрежного перевода, искажающего смысл, что «загрязняет» экологию лингвистического ландшафта для иноязычных гостей города. По мнению Е. В. Белик, «задача перевода – это, с одной стороны, подбор эквивалентных соответствий для передачи коммуникативной установки, с другой стороны, предоставление необходимых для понимания иноязычного текста пояснений, способствующих полноценному восприятию национально-культурной импликации сообщения» [3, с. 290]. Е. Д. Малёнова предполагает, что «существенную роль в создании городского лингвистического ландшафта играет перевод как фактор формирования комфортной мультиязычной среды и повышения туристической привлекательности отдельно взятой территории» [10, с. 172]. В статье автор также выделяет проблемы, которые могут препятствовать созданию комфортной среды: нарушение правил единства терминологии при переводе, использование различных стратегий при переводе наименований аналогичных объектов, наличие смысловых, грамматических и орфографических ошибок. Лю Цзинпэн считает, что точный и правильный перевод в двуязычном или многоязычном ландшафте «всё больше отражает образ города и его языковую жизнеспособность» [9, с. 127]. Анализируя ошибки перевода с русского на китайский язык в лингвистическом ландшафте крупных городов России, автор выделяет орфографические ошибки в иероглифах, семантические ошибки, неправильный выбор слова, проблему перевода предлогов, неточности машинного перевода.

Объектом нашего исследования являются элементы лингвистического ландшафта (ЛЛ) города на китайском языке. В. М. Громова считает, что «изучение ЛЛ позволяет отследить важные тенденции в жизни общества, например, изменение картины мира» [5, с. 240]. С этим утверждением трудно не согласиться. Ведь представление об исторической части города, на наш взгляд, меняется: от представления «культурно-историческое наследие» до «туристическая аттракция», происходит замена культуры культурой индустрии. Так, А. Ю. Башмакова отмечает, что лингвистический ландшафт является одним из факторов, влияющих на результаты туристической деятельности, т.е. туристическую привлекательность региона [2, с. 204]. Также Е. А. Картушина отмечает возможность негативного влияния иноязычных вкраплений, так как их присутствие «может привести к усреднению, нейтрализации отличительных черт городской среды» [7, с. 42].

Китайский язык в коммуникативном пространстве Коломны

С каждым годом город Коломна становится все более популярным среди туристов. В связи с этим власти города стремятся улучшить лингвистический ландшафт города с целью привлечения туристов и создания благоприятных условий для их пребывания в городе. Было принято решение начать благоустройство с жемчужины города – Коломенского кремля. На его территории находится большое количество музеев, соборов

и монастырей, а сама архитектура кремля отлично сохранилась, несмотря на то, что строился он в 1525-1531 годах. На территории кремля было установлено несколько дорожных указателей, которые ведут к тем или иным достопримечательностям (см. Таблицу 1). Надписи представляют собой параллельные тексты на русском, английском и китайском языках. Большая часть из них являются названиями коммерческих предприятий, образовавшихся музеев и мануфактур, которые организуют экскурсии, предлагая погрузиться в историю города, и продают различные изделия. Таким образом, предметом исследования выступил текст указателей на китайском языке, в большинстве случаев перевод эргонимов.

Китаизация городского ландшафта современного города, естественно, не сравнима с масштабами англизации, однако представляет яркую особенность городов Дальнего Востока России и крупных центров, привлекающих китайских туристов. Представляет интерес исследование «Отражение русско-китайского взаимодействия в текстах городских вывесок (на материале языка Владивостока)», в котором раскрываются экстралингвистические и лингвистические особенности городских вывесок. Авторы рассматривают структуру текста вывески, представленную тремя компонентами: идентификатор, квалификатор и дифференциатор. В русском и китайском компонентах обнаруживается расхождение, а наиболее ценным, т.е. информативным для адресата-китайца оказывается квалификатор [11, с. 160].

Ценными в данном случае являются знания о традициях и особенностях наименования предприятий или коммерческих образований в Китае. Так, Э. А. Агашкина, рассматривая основные способы эргономического словообразования, приводит особенности и правила из Положения о регистрации названий предприятий, а именно: название предприятия должно состоять из 2 и более иероглифов; нельзя использовать названия административных единиц, за исключением случаев, когда эти названия могут иметь другое значение; в названии предприятия допустимо использование фамилии и имени основателя; формулировка сферы деятельности предприятия должна отражать характер экономической деятельности предприятия или включать в себя слова, характеризующие его деятельность; термин, употребляющийся в названии и называющий область деятельности компании, должен быть употреблен в соответствии с ее фактической сферой деятельности [1, с. 8].

Таблица 1. Тексты указателей

Указатель на русском	Указатель на китайском
Коломенский кремль	科洛姆纳克里姆林宫
Музей «Калачная»	卡拉奇面包博物馆
Музей «Душистые радости»	香味博物馆
Музей истории со вкусом «Коломенская пастила»	科洛姆纳软果糖博物馆
Музей-усадьба «Дом Самовара»	茶壶博物馆
Музейная фабрика пастилы в Коломне	科洛姆纳软果糖厂
Музей-резиденция «Арткоммуналка. Ерофеев и другие»	苏联住宅博物馆
Музей «Кузнечная слобода»	铁艺斯洛博达 铁艺与民间工艺博物馆
Коломенская мастерская народных промыслов	科洛姆纳工艺美术博物馆
Культурный центр «Дом Озерова»	奥泽洛夫故居文化馆
Музей российской фотографии	俄罗斯摄影博物馆

Перевод как средство межкультурной коммуникации

В исторической части города нам удалось найти 11 указателей, целью которых является сориентировать гостей города. Наше внимание привлек перевод названий местных достопримечательностей и мануфактур на китайский язык. На указателях использованы приемы транскрипции, калькирования, лексико-семантические замены и др., которые не всегда учитывают особенности языка и культурных представлений адресата-китайца. Приведем несколько примеров.

1. Музей «Душистые радости»

«Душистые радости» – это музейная лавка, которая специализируется в основном на изготовлении и продаже мыла ручной работы. Китайский вариант указателя представлен как 香味博物馆 (xiāngwèi bówùguǎn) – музей ароматов. Однако такой перевод может смутить гостей из Поднебесной. Использование 香味 характерно для еды, цветов, например 食物的香味, 茉莉花的香味. Более корректным является использование слова 芳香 «благоухающий» – 芳香博物馆 (музей ароматов). Однако в данном случае будет отсутствовать классификатор, информирующий адресата-китайца. Следует отразить на указателе непосредственно ассортимент магазина 香皂博物馆 – музей душистого мыла. Перевод самого эргонима в данном случае затруднен, так как перевод может получиться очень объемный, длинный и сложный для восприятия из-за сильных различий между китайским и русским языками, например 让生活乐趣的芳香产品.

2. Музей «Калачная»

В данном случае в языке перевода не нашлось даже приблизительного эквивалента слова «калач», поэтому переводчиками было принято решение использовать фонетический метод и не подкреплять его описательным переводом, что привело к ошибке. Слово 卡拉奇 (kālāqí) переводится с китайского языка как Карачи (город в Пакистане) или Калач (город в Воронежской области, Россия). Ни первое, ни второе не имеет никакого отношения к тому хлебобулочному изделию, которое выставлено в музее в качестве экспоната. В китайском языке многие названия отражают именно внешние данные предмета, например 白面包 (bái miànbāo) – белый

хлеб, 黑面包 (hēi miànbāo) – черный хлеб, 圆面包 (yuán miànbāo) – круглый хлеб, 牛角面包 (niújiǎo miànbāo) – круассан. Вероятно, будет уместно с помощью описательного перевода отобразить внешний вид калача, который традиционно выглядит как дверной замок: 俄罗斯挂锁型面包博物馆 (éluósī shì guàsuǒ xíng miànbāo bówùguǎn) – «музей русского хлеба в виде замка».

3. Музей-усадьба «Дом Самовара»

При переводе этого названия (茶壶博物馆) была допущена лексическая ошибка. Слово 茶壶 (chá hú) переводится как «чайник для заварки», а самовар – это совсем другой предмет. В китайском языке есть полный эквивалент этого слова – 茶炊 (chá chuī). Мы предлагаем добавить небольшое уточнение и перевести как 俄罗斯茶炊博物馆 – музей русского самовара.

4. Музей «Кузнечная слобода»

В названии данного музея встречается безэквивалентная лексика, поэтому перевод «铁艺斯洛博达» 铁艺与民间工艺博物馆 может вызвать некоторые трудности для понимания. Слово «слобода», во-первых, культурно-национально окрашено, во-вторых, оно является архаизмом. В китайских текстах можно встретить следующие варианты перевода: 斯洛博达村, 斯洛博达宫. Интересно отметить, что у китайского туриста, активного пользователя Сети и интернет-магазинов, представления о «слободе» могут быть тесно связаны с подсолнечным маслом торговой марки «Слобода», которое импортируется в Китай и переводится как 斯洛博达. Туристам из Китая, незнакомым близко с русской культурой, никакой информации указатель со словом 斯洛博达 не несет. С одной стороны, мы полагаем, что перевод будет уместно передать тремя компонентами: идентификатор, квалификатор и дифференциатор: «铁匠斯洛博达» 俄罗斯铁匠艺术与民间工艺博物馆 (музей кузнечного мастерства и народных ремесел). С другой стороны, возможно исключить использование слова «слобода». В Китае также существуют поселения, где жители и по сегодняшнее время владеют и передают из поколения в поколение кузнечное мастерство – 铁匠村. Таким образом, перевод достопримечательности возможен как «铁匠村» 俄罗斯铁匠艺术与民间工艺博物馆.

Заключение

В результате проведенного исследования мы пришли к следующим выводам. Во-первых, говоря об употреблении иностранного языка в лингвистическом ландшафте города, следует рассматривать востребованность, информативность, сохранение и степень передачи культурных смыслов, сохраняя таким образом «экологию» лингвокультурного ландшафта. Во-вторых, случаи использования китайского языка в языковом ландшафте города Коломны не являются многочисленными. ЛЛ еще недостаточно благоустроен, так как перевод названий достопримечательностей на китайский язык имеется только на территории Коломенского кремля, хотя это только малая часть исторического богатства города, которое стоит посетить туристам из Китая. К тому же сами заведения не обеспечены нужной печатной продукцией на китайском или даже английском языках: в ресторанах нет меню на английском или китайском языках, в музеях экспонаты и брошюры подписаны только на русском языке. Это касается и Московской области в целом. Более того, благоустройство лингвистического ландшафта – это очень ответственное и сложное занятие, потому что переводчик в ответе за то, как турист воспримет предложенную информацию, ведь, как звучит девиз нашего проектного исследования в рамках Всероссийского конкурса «Самое, самое в лингвистическом ландшафте России», «неправильно переведешь – не туда людей заведешь!». Перевод определяется как фактор понимания культуры России и Китая, как средство сохранения и передачи самобытности и национального колорита местности. Перспективы дальнейшего исследования заключаются в дальнейшем изучении и обобщении результатов исследования китайского компонента в составе лингвистического ландшафта исторических и туристических мест Московской области. Обращает на себя внимание вопрос корректности перевода, возможности передачи реалий русской культуры и необходимости семантически верного употребления слов.

Список источников

1. Агашкина Э. А. Эргонимы современного китайского языка в словообразовательном аспекте // Диалог культур - диалог о мире и во имя мира: материалы X Международной студенческой научно-практической конференции. Комсомольск-на-Амуре: Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, 2019. С. 6-11.
2. Башмакова А. Ю. Лингвистический ландшафт: туристическая привлекательность Тюмени // Фундаментальные проблемы гуманитарных наук: опыт и перспективы развития исследовательских проектов РФФИ: материалы Всероссийской научной конференции с международным участием / науч. ред. Н. А. Матвеева; отв. ред. Т. П. Сухотерина. Барнаул: Алтайский государственный педагогический университет, 2020. С. 203-206.
3. Белик Е. В. Перевод как разновидность межкультурной коммуникации // Преподаватель XXI век. 2013. № 2. Ч. 2. С. 289-294.
4. Голикова Т. А. Методология лингвокультурных исследований в России: аналитико-тематический обзор // Вестник Тверского государственного университета. Серия «Философия». 2020. № 4 (54). С. 149-166.

5. Громова В. М. Описание лингвистического ландшафта как инновационная модель изучения взаимодействия языков в современном мире // *Инновационный контекст развития методики преподавания иностранных языков, филологии и межкультурной коммуникации: материалы Научно-практической конференции с международным участием* / отв. ред. В. А. Маевская. СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2013. С. 239-241.
6. Иванова О. Ю. Лингвистический ландшафт: социокультурные и коммуникативные аспекты // *Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики*. 2020. № 4 (32). С. 53-60.
7. Картушина Е. А. Иноязычные эргонимы и объявления в языковом ландшафте столичного города (на примере Москвы и Хельсинки) // *Многоязычие в образовательном пространстве*. 2020. Т. 12. С. 36-45.
8. Лихачёв С. В. Язык надписей в современном обществе. М.: Ин-т управления и информатики, 2010. 194 с.
9. Лю Цзинпэн. Лингвистический ландшафт: исследование и анализ перевода с русского на китайский язык в крупных городах России // *Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода*. 2019. № 2. С. 121-129.
10. Малёнова Е. Д. Роль перевода в создании мультиязычного городского лингвистического ландшафта // *Перевод и культура: взаимодействие и взаимовлияние: сборник тезисов IV Общероссийской научной онлайн-конференции с международным участием*. Н. Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова, 2020. С. 171-173.
11. Петрова Т. И., Михайлюкова Н. В., Петрова В. И. Отражение русско-китайского взаимодействия в текстах городских вывесок (на материале языка Владивостока) // *Коммуникативные исследования*. 2019. Т. 6. № 1. С. 152-169.
12. Федорова Л. Л. Языковой ландшафт: город и толпа // *Вестник Новосибирского государственного университета. Серия «История, филология»*. 2014. Т. 13. Вып. 6. Журналистика. С. 70-80.
13. Abramova E. I. Linguistic landscape as an object of sociolinguistics // *Russian Linguistic Bulletin*. 2016. № 2 (6). P. 48-49.
14. Landry R., Bourhis R. Y. Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study // *Journal of Language and Social Psychology*. 1997. Vol. 16. № 1. P. 23-49.

Информация об авторах | Author information

RU

Дубинина Мария Николаевна¹, к. пед. н.
Колодяжная Дарья Александровна²

^{1,2} Государственный социально-гуманитарный университет, г. Коломна

EN

Dubinina Maria Nikolaevna¹, PhD
Kolodiazhnaia Daria Alexandrovna²

^{1,2} State University of Humanities and Social Studies, Kolomna

¹ maria_solomatina@mail.ru, ² darya_ko1999@mail.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 12.03.2021; опубликовано (published): 30.04.2021.

Ключевые слова (keywords): лингвистический ландшафт; семиотика города; полиязычие; китаизация ландшафта; эргоним; linguistic landscape; town semiotics; multilingualism; landscape Sinicisation; ergonym.