

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПЕРЕВОДА



НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 81-112.4

DOI: 10.55959/MSU2074-6636-22-2024-17-1-143-158

ДВУЯЗЫЧНАЯ РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ДИАХРОНИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКИХ И КИТАЙСКИХ РЕКЛАМНЫХ ВЫВЕСОК В Г. ХАРБИНЕ, КИТАЙ)

Ду Канцзэ

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
Москва, Россия

Для контактов: dkz951029@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются особенности русско-китайского пиджина на фоне русско-китайской межкультурной коммуникации с различных точек зрения становления и развития региональной лингвокультурологии. Проводится диахроническое исследование двуязычной рекламной коммуникации на материале вывесок с точки зрения социолингвистического и собственно лингвистического аспектов. Объектом исследования являются лексика двух видов пиджина: а) из словарей китайско-русского пиджина и харбинского диалекта и б) из китайско-русских двуязычных вывесок в городе Харбине с 1902 года по настоящее время. Анализируется смена доминирующего языка и стратегии перевода в двуязычной рекламной коммуникации.

Ключевые слова: языковые контакты, языковые заимствования, рекламные вывески, двуязычная рекламная коммуникация, стратегии перевода, русско-китайский пиджин

Для цитирования: Ду Кангзе. Двухязычная рекламная коммуникация в диахроническом аспекте (на материале русских и китайских рекламных вывесок в г. Харбине, Китай) // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода, 2024. № 1. С. 143–158. DOI: 10.55959/MSU2074-6636-22-2024-17-1-143-158

Статья поступила в редакцию 12.12.2023;
одобрена после рецензирования 01.04.2024;
принята к публикации 20.04.2024.

BILINGUAL ADVERTISING COMMUNICATION IN A DIACHRONIC ASPECT (BASED ON RUSSIAN AND CHINESE ADVERTISING SIGNS IN HARBIN, CHINA)

Du Kangze

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

For contacts: dkz951029@gmail.com

Abstract. The article discusses the features of the Russian Chinese pidgin against the background of Russian-Chinese intercultural communication from different points of view in terms of the formation and development of regional cultural linguistics. A diachronic study of bilingual advertising communication based on signboards is carried out from the sociolinguistic and linguistic perspectives. The object of the study is the lexicon of two types of pidgin from Chinese-Russian pidgin dictionaries and the Harbin dialect dictionary as long as Chinese-Russian bilingual signs in the city of Harbin from 1902 to the present day. The change of the dominant language and translation strategy in bilingual advertising communication is analyzed.

Keywords: Language contacts, language borrowings, advertising signs, bilingual advertising communication, translation strategies, Russian-Chinese pidgin

For citation: Du Kangze. (2024) Bilingual advertising communication in a diachronic aspect (based on Russian and Chinese advertising signs in Harbin, China). Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 22. Teorija Perevoda — Lomonosov Translation Studies Journal. 1. P. 143–158. DOI: 10.55959/MSU2074-6636-22-2024-17-1-143-158

The article was received on December 12, 2023;
approved after reviewing on April 01, 2024;
accepted for publication on April 20, 2024.

© Du Kangze, 2024

Введение

Постоянные обмены между культурами являются одной из главных движущих сил культурного развития, что оставляют свой след и в языке межкультурного общения. Языковые контакты сопровождаются межкультурным обменом.

В лингвистике многие явления и факты изучаются сравнительно-сопоставительным методом в синхроническом и диахроническом аспектах. Диахроническое исследование позволяет выяснить историческое развитие языковой системы и изучить сопровождающие его социокультурные изменения.

Актуальной областью современного языкознания является изучение контакта языков. Первые контакты между Россией и Китаем относятся к XIII–XIV векам. С тех пор они оказывают влияние на оба языка. Пиджин как язык-посредник и двуязычные рекламные вывески как локации разных языковых знаков можно считать продуктами китайско-русской и русско-китайской коммуникации.

В качестве объекта исследования выступает лексика двух видов: 1) пиджина из словарей китайско-русского пиджина и харбинского диалекта и 2) китайско-русские двуязычные вывески в городе Харбине с 1902 года по настоящее время.

Изучение контакта языков является актуальной областью современного языкознания. Большинство текущих исследований основываются на английском, французском, португальском и испанском языках (Ророва и др., 2020: 18). Русские пиджины особенно активно исследуются в последние три десятилетия. По мнению В.Д. Бондалетова (Бондалетов, 1987: 58) и Н.Б. Мечковской (Мечковская, 2000: 111), пиджин представляет собой смешанный язык, возникший в результате необходимого общения в многоязычных областях. В.Д. Бондалетов подчёркивает «вспомогательный» характер этого языкового явления, которое в конкретных ситуациях выполняет ограниченные коммуникативные функции. Пиджин развивается путём упрощения структуры исходного языка и используется как средство этнического общения в смешанных жилых районах (Виноградов, 1990: 374). Е.В. Перехвальская считает, что пиджин — это упрощённый язык и вспомогательный способ общения, возникающий спонтанно в общении (Перехвальская, 2008: 9). Таким образом, пиджин — это средний язык, созданный в местах, где два (или более) языка вступают в контакт по коммуникационным потребностям, таким как торговля и товарный обмен. Пиджин, имея простую структуру, не используется в качестве родного языка определённой социальной группы.

Контакты русского и китайского языков

Традиция гласит, что пиджин был основан на базе западноевропейских языках, таких как английский. Книга Сюй Лайди (2007) «Исследование китайско-русского языкового контакта» создала прецедент для изучения китайско-русского языкового контакта. В этом трактате обсуждается влияние русского языка на китайский с точки зрения лексики, морфологии, синтаксиса и семантики. Это первая и единственная академическая монография в Китае и за рубежом, комплексно и систематически изучающая китайско-русские языковые контакты. Исследование показывает, что русский язык оказал влияние на многосложность структуры, аффиксы и фразовую лексикализацию китайского языка. В российских академических кругах наиболее изученным языком-пиджином является русско-китайский вариант, который в разные исторические периоды имел разные названия, такие как кяхтинский диалект, дальневосточный пиджин, забайкальский русско-китайский пиджин, владивостокский русско-китайский пиджин и др. Е.А. Оглезнева выделяет две основные разновидности русско-китайского пиджина: кяхтинскую и дальневосточную, которые хронологически разделены более чем столетием (Оглезнева, 2017: 167–168).

В межкультурной коммуникации в результате контакта языков оформляются межэтнические языки, к которым относятся в основном лингва франка (*Lingua Franca*), пиджин и койне (Алферов и др., 2010: 85). Лингва франка используется носителями разных языков как язык политики и коммерции. В современной социолингвистике термин Лингва франка относится к любому языку, который устно опосредуется в межэтнической коммуникации. Лингва франка может быть заимствован из языка одной из этнических групп региона. Это стилистически нейтральный язык. Пиджин представляет собой разговорный язык, используемый в торговле и других сферах деятельности. Здесь смешиваются элементы европейских языков с элементами родного языка. Некоторые пиджины расширяют свои коммуникативные функции. Вспомогательные языки-посредники могут превращаться в основной язык одной или нескольких этнических групп или новых этнических общностей и таким образом стали креольскими языками. Койне как разговорный язык межплеменного и наддиалектного общения родственных этнических групп более обширен в своих социальных функциях и этнических диалектных основах по сравнению с лингва франка (Там же: 86).

Согласно китайским учёным Ю Ручзе и Чжоу Цзяян (2009), у языковых контактов в основном четыре результата: 1) языковая ассимиляция; 2) языковое заимствование (лексический ввоз и вывоз); 3) языковое скрещивание (возникновение пиджинов и креольских языков); и 4) появление билингвизма или диглоссии.

Центральное место в изучении языковых контактов традиционно занимает проблема лексических заимствований, которые количественно превосходят фонетические и грамматические заимствования, ввиду их прямой связи с фактами материальной и духовной культуры (Виноград, 2010: 35).

Кяхтинский пиджин

В истории коммуникации на китайско-российских приграничных территориях важную роль играл пиджин. На заре развития торговли в приграничных районах распространённой формой рекламы служила устная реклама. В целях преодоления языковых барьеров среди купцов постепенно сформировался особый язык-посредник — пиджин.

Кяхтинский пиджин использовался с середины VIII века на границе России и Китая (при династии Цин) в торговых городах Кяхта и Маймайчэн. Кяхтинский пиджин с лексикой русского языка и грамматической структурой китайского языка использовали в основном китайские купцы при общении с русскими. Согласно словарям кяхтинского пиджина, сфера использования кяхтинского пиджина в основном охватывает названия различных единиц измерения и валют, названия продукции, народные обычаи и географические наименования России и т.д. (Попова, 2017: 17), что отражает особенности как русского и китайского языков (включая диалекты Сибири и провинции Шаньси), так и социальных, экономических и межнациональных отношений в приграничье России и Китая (Ророва *et al.*, 2020: 18).

Пиджин как язык-посредник начал оформляться с заимствования. В семантических и культурологических переходах, приведённых заимствованием в различные периоды того или иного языка, отражается неограниченное влияние переводческой деятельности на словесность (Гарбовский, 2011: 13). Стадии адаптации при заимствовании включают внедрение, сосуществование и замещение (Аристова, 1978: 57).

Главной формой заимствования в Кяхтинском пиджине является внедрение путём транслитерации. Например, слово «консул» транслитерируется в «*匡苏勒 (куан су ле)*». Одновременно, в связи с

географическим положением Кяхтина, он отражает произносительные нормы шаньсиского диалекта (Попова, 2017: 40). Например, иероглиф «艮» читается [iŋ] (ин) в стандартном китайском языке, но в шаньсиском диалекте он имеет другое чтение — [niŋ](нин), и «西艮各 (си нин гэ)» как кяхтинский вариант слова «снег», соответствуя правилу транслитерации (Там же: 44).

Слова в кяхтинского пиджине употребляются в том виде, как были внесены в словарь, без изменения по окончаниям (Бичурин, 1831: 142–43). Сообщение между двумя сторонами основывалось на учебниках и словарях.

Кроме того, по сравнению с исходным языком фонологическая система языка пиджин упрощена. Наиболее характерной чертой является редукция фонем. Например, окончания русских прилагательных *-ский, -ская, -ское, -ские* были приведены к единой форме «史坎 (сы кэ)»: «必利史坎 (би ли сы кэ)» — «близкий» (Попова, 2017: 45). Окончание «史坎 (сы кэ)» также используется в словах, обозначающих людей, государства и народности, например, «哈之牙史坎 (хацзыясыкэ)» — «хозяин» (Там же: 46).

Как уже упоминалось выше, кяхтинский пиджин использует лексику русского языка и грамматический строй китайского языка. На синтаксис в кяхтинском пиджине влияет порядок слов в предложении, в частности вопрос в утвердительно-отрицательной форме в китайском языке. Например, 地未力念未力 *ti vei-liə? nie vei-liə?* 'ты верь не верь' 你信不信 (Попова, 2017: 49);

Времена в китайском языке выражаются не посредством спряжения глаголов, а посредством добавления служебных слов. Например, суффикс «了» добавляется после глагола для обозначения действия, которое уже было завершено в прошлом, и служебное слово «正» для обозначения действия в настоящее время. В словарях кяхтинского пиджина в качестве суффикса завершения действия также используется иероглиф «了».

Кроме того, кяхтинском пиджине отсутствуют падежи, числа и род существительных. 地白/地伯 *ti-piə?* (диби) может одновременно означать «тебя» и «тебе». Например, 牙地白念無扛力納 *ia ti-piə? nie u-k'v̄-liə?-na?* 'я тебе не укарина' 我不惹你 (Там же: 50). А 牙 *ia* (я) может означать и «я», и притяжательное местоимение «мой».

При контакте китайского и русского языков в этот период русский язык стал доминирующим благодаря своему относительно высокому экономическому положению. Это типичная черта воздействия экономических факторов на языковую ситуацию (Сюй, 2007: 177).

Харбинский вариант китайско-русского пиджина

После подписания «Договора о КВЖД (Китайско-Восточная железная дорога)» (1896 г.), большое количество русских инженеров, рабочих, офицеров и солдат отправились в Северо-Восточный Китай. Харбин стал крупнейшим центром расселения русских эмигрантов. Для устранения языковых барьеров в общении с русскими харбинцы смешали транслитерированный русский язык с родным языком. Так, в Харбине родился особый язык — харбинский вариант китайско-русского пиджина (Ван, 1995: 16). Он используется не только в устной речи, но и в названиях улиц, церкви, продуктов питания, табака, вин, музыкальных инструментов, медицинских учреждений и т.д.

По сравнению с исходным русским языком харбинский вариант китайско-русского пиджина носит характеристики местного диалекта. Например, харбинцы часто путают произношения [s] с [sh] (Ли, 1997: 47), так что слово «союз» в русском языке транслитерируется в «沙油子 (*ша ю цзи*)», и «самовар» в «沙莫瓦尔 (*ша мо ва эр*)». Другой заметной фонетической чертой местного диалекта является «проглатывание» слогов, что тоже оказывает влияние на процесс транслитерации. Например, при полной транслитерации слово «копейка» должно перевести в «戈比卡 (*гэ би ка*)», но окончательным вариантом в харбинском варианте китайско-русского пиджина является «戈比 (*гэ би*)». Окончание слова не использовалось.

Интересен и подбор китайских лексико-семантических вариантов для передачи значений слов русского языка: например, «плита» (печь, встроенная в стену для отопления) транслитерируется как «壁里搭 (*би ли да*)» в значении “встроенная в стену”, а «мадам» (жена, госпожа) транслитерируется как «马大妈 (*тетя Ма*)». Подбор харбинцами омонимов, стимулируя ассоциации со значением иностранных слов, отражает богатство воображения, мудрость и чувство юмора местных людей. Бывают и ситуации, когда актуализация лингвистического знака изменяется при передаче средствами другого языка (Миронова, 2018: 546). Например, первоначальная форма транслитерации русского «нитрон» — «尼(ни)龙 (*лун в значении “драгон”*)», что является чистой транслитерацией. В исходном слове «рон» намекает на волокно, а 龙 (*лун*) в китайском языке потеряло такую функцию. Позже, «尼龙» заменяли новый вариант транслитерации «尼(ни)纶 (*лунь в значении “тонкое хлопковое полотно”*)», что в семантическом плане ближе к исходному слову.

В отличие от кяхтинского пиджина, где заимствование в основном осуществляется путём внедрения, в харбинском варианте китайско-русского пиджина отмечаются все стадии адаптации. Новые для харбинцев русские продукты как суп («*苏泊汤 (су бо тан)*») и малина («*马林果 (ма линь го)*») были внедрены в китайский язык в виде заимствований, в то же время слова «*полиция*» («*笆篱子 (па ли цзы)*») и «*базар*» («*八杂市 (па за ши)*»), прошедшие стадию сосуществования, заменили лексические кальки на китайском языке.

В харбинском варианте китайско-русского пиджина также обнаружится смешение личного и притяжательного местоимения. Например, «*Зафта плати. Ваша надо кушай (Плати завтра, тебе нужно кушать)*». И личные формы глагола часто заменяются повелительным наклонением (Жун, 2011: 137).

Кяхтинский пиджин и харбинский вариант китайско-русского пиджина имеют много общего. Оба языка-посредника отражает произносительные нормы местных китайских диалектов и в основном существуют в разговорной речи. Кроме того, заимствование слов осуществляется преимущественно через транслитерацию. Но по сравнению с кяхтинским пиджином слов русского происхождения в харбинском варианте китайско-русского пиджина было гораздо больше. При этом они обладают расширенной сферой использования. Были отмечены сосуществование и замещение слов, принадлежащих к китайскому языку и пиджинам. Проведён анализ характеристик грамматической структуры двух разновидностей русско-китайских пиджинов.

Лингвистические и переводческие особенности двуязычных рекламных вывесок в г. Харбине

Многоязычие постепенно становится масштабным явлением в рекламных текстах (Ritter, 2021: 963). Исследования двуязычных вывесок магазинов как составляющего лингвистического ландшафта позволяют представить письменные знаки в двуязычном/многоязычном городском пространстве (Миронова, 2023: 175–176). В Харбине с начала XX века появилось большое количество многоязычных рекламных вывесок, которые составляют уникальный сегмент ономастического пространства города Харбина, демонстрируя культурную специфику приграничного города и его языковую ситуацию. Среди них самые популярные представляют собой двуязычные вывески на китайском и русском языках. Вывески как вид наружной рекламы должны содержать информацию, раскрывающую профиль предприятия и его наименование (Евстафьев и

др., 2005: 119). Текст вывесок может включать в себя идентифицирующий, классифицирующий и дифференцирующий компоненты, которые вместе или отдельно выполняют собственную функцию рекламы. Идентифицирующий компонент представляет собой общее название типа городского объекта (ресторан, магазин, аэропорт и т.д.); квалифицирующим компонентом служит уточняющий профиль городского объекта или услуг (магазин цветов и т.д.); а дифференцирующий компонент — это индивидуальное название объекта (Михайлюкова, 2017: 157).

Диахронический анализ двуязычных вывесок позволяет следить за изменениями в нормах русского и китайского языка. С начала XX века до Октябрьской революции в Харбине прибыло большое количество русских эмигрантов (Ши, 2003: 269). В то время Китай находился под властью династии Цин, и направление написания китайских иероглифов на вывесках было справа налево согласно тогдашним языковым нормам, а русские буквы писались слева направо, что вызывало разницу в расположении текстов в двуязычных вывесках. Например, вывеска торгового центра «*仁顺兴*» содержит две части: «*仁 (ин) 顺 (сун) 兴 (хин) (кантонское произношение)*» на китайском языке и «*т/д ИНСУНХИН*» на русском языке. «*仁顺兴*» пишется справа налево, а «*т/д ИНСУНХИН*» пишется слева направо. Стоит отметить, что китайская часть вывески содержит только название магазина как дифференцирующий компонент, а в русской части добавляет т/д (торговый дом) как идентифицирующий компонент, чтобы россияне лучше понимали профиль магазина.

После 1919 года китайские интеллектуалы выступили за языковую реформу, с целью изменить направление письма. В 1954 г. реформа осуществилась (Лю, 1998: 4). На вывеске магазина «*特别宝*» (“тэ пие бао” в значении “очень хороший”) китайская часть и русская часть — «*ПОБЕДА ГОТОВОЕ ПЛАТЬЕ МЕХА ПРИЁМ ЗАКАЗОВ*» пишутся в одну сторону. Здесь слово “ПОБЕДА” не буквально переводится на китайский язык, вместо этого подбираются иероглифы, похожие по произношению на оригинальный текст, причём имеющие благоприятные значения на китайском языке.

Двуязычные рекламные вывески на вербальном уровне реализуются графическими средствами русского языка (кириллические буквы) и китайского языка (иероглифы). После Октябрьской революции магазины с двуязычными вывесками в основном были ориентированы на русских эмигрантов, ассортимент товаров и услуг охватывал все стороны жизни. Доминирующим языком был

русский язык. В связи с резким сокращением числа русских эмигрантов в Харбине и развитием туристической индустрии Харбина магазины с двуязычными вывесками ориентированы в основном на российских туристов и жителей Китая, основной ассортимент — сувениры, рестораны и импортные товары. Доминирующий язык изменился с русского на китайский.

Вывески содержат упоминания профиля предприятия и его наименование. Названия предприятия как иностранные имена собственные могут переводиться тремя способами: фонетическим заимствованием, калькированием и комбинированным способом (Фролова, 2011), что почти не изменилось со временем.

Значения китайской части и русской части в двуязычных вывесках могут полностью совпадать, частично совпадать или совершенно не совпадать, что зависит от стратегии рекламных кампаний и процесса перевода.

В процессе перевода для облегчения понимания часто добавляются морфемы или слова, представляющие определённую концептуальную категорию в китайском и русском языках. Например, при переводе названия ресторана «*库兹明 (бук. Кузьмин) / Кузьмин фастфуд*» добавили *фастфуд* как дифференцирующий компонент. А в названии ресторана в русской части «*老俄侨 (бук. Старые русские эмигранты) / Блюда русских эмигрантов*» добавили идентифицирующий компонент *Блюда*. Иногда значения китайской части и русской части совершенно не совпадают. Например, «*老俄楼 (бук. Старый русский дом) / Россия Ресторан*». Здесь тоже добавили *ресторан* как идентифицирующий компонент.

В случае полностью совпадающих значений китайской части и русской части отмечается отличие двух языков на грамматическом уровне. В китайских вывесках компоненты имеют относительно стабильный порядок слов, что, как правило, составляет «*дифференцирующий + квалифицирующий + идентифицирующий компонент*». Порядок компонентов не обязательно сохраняется при переводе. Например, название «*白桦林俄罗斯商品 (бук. “Берёза” русские продукты)*» было переведено как «*Русские продукты “Берёза”*», «*伊戈尔俄品优选 (бук. «Игорь» русские товары)*» было переведено на «*Продуктовый магазин “Игорь”*».

С изменением языковой ситуации в Харбине наблюдаются изменения в составе компонентов в рекламных вывесках. Например, «*布拉吉 (Платье в харбинском варианте китайско-русского пиджака)*» раньше было определяющим компонентом, отражающим профиль магазина и позже стало дифференцирующим компонен-

том (например, «*布拉吉西餐厅*» (Европейский ресторан «Платье»), «*八杂市*» (Базар в харбинском варианте китайско-русского пиджина), также перешедшее за рамки определяющего компонента, трансформируется в дифференцирующий (например: «*八杂市美食街*» (Рынок вкусной еды «Базар»). Причиной такого изменения является упадок роли пиджина, который, став символом экзотики, уже мало используется в повседневном общении.

В процессе перевода двуязычных вывесок ошибки в расшифровке смыслов исходного речевого произведения могут быть вызваны непониманием понятий, заключённых в словах или словосочетаниях, а также комплексным непониманием синтаксической структуры высказывания (Гарбовский, 2007: 51). Например, название кафе «Кафе “РУ”» было переведено в «*鲁咖啡 (бук. ЛУ Кофе)*». *鲁 (Лу) в китайском языке служит распространённой фамилией, а “РУ” в исходном русском языке намекает на “русский” или “Россия”.*

Структуры знания, называемые фреймами, схемами или планами, влияют на адекватную когнитивную обработку переводчиками ситуаций общения (Миронова, 2013: 544). Фрейм следует понимать как двустороннюю когнитивную сущность: с одной стороны — это своего рода информационная система о конкретных прецедентах или типичных ситуациях реальности, с другой стороны, структура представляет собой динамическую когнитивную категорию. Это происходит в сознании человека, знающего реальность, под воздействием определённых стимулов, которые активируют имеющуюся у него информационную систему (Гарбовский, 2007: 51), что тоже может привести к ошибкам. Например, на двуязычной вывеске «*丽丽娅列巴坊*» было переведено на «*Лилия Хлебфан*». В китайском наименовании «*丽丽娅*» («Ли ли я» в знач. «Лилия») — дифференцирующий компонент, «*列巴*» («Ле па» в знач. «хлеб») представляет собой квалифицирующий компонент, и «*坊*» («фан» в знач. «лавка») служит идентифицирующим компонентом. Но в процессе перевода переводчик подсознательно принял «*фан*», транслитерированное с китайского «*坊*», как когнитивную категорию. Переводчик объединил его со словом «*хлеб*», таким образом создал новое слово «*Хлебфан*», которое было трудно понять носителям русского языка.

Заключение

В итоге отметим, что кяхтинский пиджин и харбинский вариант китайско-русского пиджина находятся под влиянием диалектов. На кяхтинский пиджин фонетически влияет шаньсиский диалект, а на харбинский вариант — харбинский диалект. Выяснились

характеристики грамматической структуры двух разновидностей русско-китайских пиджинов. Обе разновидности можно отнести к незрелым языковым формам, но харбинский вариант более развит с точки зрения словарного запаса и представленности ассимилированной лексики. Как показывают диахронические исследования, экономические и социальные изменения приводят к смене доминирующего языка в двуязычной коммуникации.

Наличие общих компонентов в рекламных вывесках в разные периоды позволяет раскрыть характеристики жанра вывески. Диахронический анализ состава трёх компонентов и ситуации использования пиджина в рекламных вывесках позволяет наблюдать изменения в социо-экономической и языковой ситуациях в Харбине.

Исследование переводческой деятельности как основного звена двуязычных вывесок показывает, что стратегия перевода рекламных вывесок в основном осталась неизменной и проясняет причины некоторых переводческих ошибок с точки зрения лингвистики и понимания смысла текстов.

Список литературы

Алферов А.В., Кустова Е.Ю. Введение в интеракционную теорию языка. Часть I. Социоллингвистика. Учебное пособие. Пятигорск: Пятигорский государственный лингвистический университет, 2010.

Аристов В.М. Англо-русские языковые контакты: (Англицизмы в русском языке). Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1978.

Бичурин Н.Я. Письмо из Кяхты // Московский телеграф, 1831. № 21. С. 141–144.

Бондалетов В.Д. Социальная лингвистика: Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по спец. «Рус. яз. и лит.». М.: Просвещение, 1987.

Виноградов В.А. Языковые контакты и языковые заимствования. // Вопросы филологии, 2010. № 2. С. 6–10.

Гарбовский Н.К. Теория перевода. М.: Изд-во Моск. ун-та Москва, 2007.

Гарбовский Н.К. Перевод и «переводной дискурс» // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода, 2011. № 4. С. 3–19.

Евстафьев В.А. Что, где и как рекламировать: Практические советы / Евстафьев В.А., Ясонов В. Н., СПб.: Питер, 2005.

Мечковская Н.Б. Социальная лингвистика: Пособие для студентов гуманитар. вузов и учащихся лицеев. 2-е изд., испр. М.: Аспект Пресс, 2000.

Миронова Н.Н. Когнитивные аспекты перевода художественной литературы // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода, 2013. № 3. С. 77–83.

Миронова Н.Н. Семиотика дискурса как механизм формирования когнитивного пространства литературного произведения // Когнитивные исследования языка, 2018, № 34. С. 543–546.

- Миронова Н.Н. Лингвистический ландшафт как объект междисциплинарных исследований // Языки. Культуры. Перевод, 2023. С. 175–180.
- Михайлюкова Н.В. Тексты вывесок как жанр рекламного дискурса (на материале языка г. Владивостока) // Филологические науки. Вопросы теории и практики, 2017. № 3–2 (69). С. 128–133.
- Михайлюкова Н.В. Тексты городских вывесок: диахронический аспект описания (на материале языка г. Владивостока) // Вестник ЮУрГПУ, 2017. № 2. С. 155–163.
- Перехвальская Е.В. Русские пиджины. СПб.: Алетейя, 2008.
- Перехвальская Е.В. Исследования по русским пиджинам: сборник статей / Под ред. Е.В. Перехвальской. Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2014.
- Попова И.Ф. Словари кяхтинского пиджина / пер. с китайского, публикация, транскрипция, исследование и приложение И. Ф. Поповой и Таката Токио. М.: Наука: Восточная литература, 2017.
- Оглезнева Е.А. Современный русско-китайский пиджин: к вопросу о его территориальном варьировании и эволюции // Приграничный регион в историческом развитии: партнерство и сотрудничество: материалы международной научной конференции, 2017. С. 166–169.
- Фролова Л.В. Особенности перевода иностранных имён собственных на китайский язык // Россия и Китай: аспекты взаимодействия и взаимовлияния. Материалы III Международной научно-практической конференции, 2011. С. 43–46.
- Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: Советская энциклопедия, 1990.
- Porova I.F. Tokio T. (2020) Vocabularies of Chinese Pidgin Russian for Kihakhta Trade. *Studia Orientalia Slovaca*, 19 (2), pp. 17–62.
- Ritter Anna. (2021) Language choice and language contact in print advertisements for Russian speaking immigrants in Germany. *Russian Journal of Linguistics*, 25 (4), pp. 958–980.
- 王忠亮. (1995) 哈尔滨地区使用的中俄洋泾浜. *词库建设通讯* (6): 16–17.
- Ван Чжунлян. (1995) Китайско-русский пиджин, используемый в районе Харбин // Информация о конструкции лексикона. № 6. С. 16–17.
- 荣洁. (2011) 俄侨与黑龙江文化: 俄罗斯侨民对哈尔滨的影响. 哈尔滨: 黑龙江人民出版社.
- Жун Цзе. (2011) Русские эмигранты и Хэйлунцзянская культура: Влияние русских эмигрантов на Харбин. Харбин: Народное издательство «Хэйлунцзян».
- 徐来娣. (2007) 汉语语言接触研究哈尔滨: 黑龙江人民出版社.
- Сюй Лайди. (2007) Исследование китайско-русского языкового контакта. Харбин: Народное издательство «Хэйлунцзян».
- 石方. 刘爽. 高凌. (2003) 哈尔滨俄侨史. 哈尔滨: 黑龙江人民出版社, 2003.
- Ши Фан, Лю Шуан, Гао Лин. (2003) История русских заморских китайцев в Харбине. Харбин: Народное издательство «Хэйлунцзян».
- 游汝杰. 周嘉彦. (2009) 社会语言学教程. 上海: 复旦大学出版社.
- Ю Руцзе, Чжоу Цзяян. (2009) Учебник по социалингвистике. Шанхай: Издательство Фуданьского университета.

References

Alferov A.V., Kustova E.YU. (2010) *Vvedenie v interaktsionalnuyu teoriyu yazika. Chast I. Sotsiolingvistika. Uchebnoe posobie* = Introduction to the interactional theory of language. Part I. Sociolinguistics. Textbook. Pyatigorsk: Pyatigorsky gosudarstvenny lingvistichesky universitet (In Russian).

Aristova V.M. (1978) *Anglo-russkie yazikovye kontakti: (Anglitsizmi v rusском yazike)* = English-Russian language contacts: (Anglicisms in the Russian language). Leningrad: Izd-vo Leningr. un-ta (In Russian).

Bichurin N.YA. (1831) *Pismo iz Kyakhti* = Letter from Kyakhta. *Moskovsky telegraf*, 21, pp. 141–144 (In Russian).

Bondaletov V.D. (1987) *Sotsialnaya lingvistika: Ucheb. posobie dlya studentov ped. in-tov po spets. «Rus. yaz. i lit.»* = Social linguistics: Textbook for students of pedagogical specialties of “Russian language and literature” in institutes. Moscow: Prosveshchenie (In Russian).

Evstafev V.A. (2005) *Chto, gde i kak reklamirovat: Prakticheskie sovety* = What, where and how to advertise: Practical advice. *Evstafev V.A., Yasonov V.N.*, Saint Petersburg: Piter (In Russian).

Frolova L.V. (2011) *Osobennosti perevoda inostrannikh imen sobstvennikh na kitaysky yazik* = Features of translating foreign proper names into Chinese. *Rossiya i Kitay: aspekti vzaimodeystviya i vzaimovliyaniya. Materiali III Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*, pp. 43–46 (In Russian).

Garbovskiy N.K. (2007) *Teoriya perevoda* = Translation theory. Moscow: Izd-vo Mosk. un-ta Moskva (In Russian).

Garbovskiy N.K. (2011) *Perevod i «perevodnoy diskurs»* = Translation and “translation discourse”. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 22. Teoriya perevoda*, 4, pp. 3–19 (In Russian).

Mechkovskaya N.B. (2000) *Sotsialnaya lingvistika: Posobie dlya studentov gumanit* = Social linguistics: Textbook for humanities students. *vuzov i uchashchikhsya litseev. 2-e izd., ispr.* Moscow: Aspekt Press (In Russian).

Mikhaylyukova N.V. (2017) *Teksti vivesok kak zhanr reklamnogo diskursa (na materiale yazika g. Vladivostoka)* = Texts of signs as a genre of advertising discourse (based on the language of Vladivostok). *Filologicheskie nauki. Voprosi teorii i praktiki*, 3–2 (69), pp. 128–133 (In Russian).

Mikhaylyukova N.V. (2017) *Teksti gorodskikh vivesok: diakhronichesky aspekt opisaniya (na materiale yazika g. Vladivostoka)* = Texts of city signs: diachronic aspect of description (based on the language of Vladivostok). *Vestnik YUURGGPU*, 2, pp. 155–163 (In Russian).

Mironova N.N. (2013) *Kognitivnie aspekti perevoda khudozhestvennoy literature* = Cognitive aspects of the translation of fiction. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 22. Teoriya perevoda*, 3, pp. 77–83 (In Russian).

Mironova N.N. (2018) *Semiotika diskursa kak mekhanizm formirovaniya kognitivnogo prostranstva literaturnogo proizvedeniya* = Semiotics of discourse as a mechanism for the formation of the cognitive space of literary work. *Kognitivnie issledovaniya yazika*, 34, pp. 543–546 (In Russian).

Mironova N.N. (2023) Lingvistichesky landshaft kak obekt mezhdistsiplinarnikh issledovany = Linguistic landscape as an object of interdisciplinary research. *Yaziki. Kulturi. Perevod*, pp. 175–180 (In Russian).

Oglezneva E.A. (2017) Sovremenny russko-kitaysky pidzhin: k voprosu o ego territorialnom varirovani i evolyutsii = Modern Russian Chinese pidgin: on the issue of its territorial variation and evolution. *Prigranichny region v istoricheskom razviti: partnerstvo i sotrudnichestvo: materiali mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii*, pp. 166–169 (In Russian).

Perekhval'skaya E.V. (2008) Russkie pidzhini = Russian pidgins. Saint Petersburg: Aleteyya (In Russian).

Perekhval'skaya E.V. (2014) Issledovaniya po russkim pidzhinam: sbornik statey = Research on Russian pidgins: collection of articles. Pod red. E.V. Perekhval'skoy. Moscow, Berlin: Direkt-Media (In Russian).

Popova I.F. (2017) Slovarei kyakhtinskogo pidzhina = Dictionaries of Kyakhta pidgin, per. s kitayskogo, publikatsiya, transkriptsiya, issledovanie i prilozhenie I.F. Popovoy i Takata Tokio. Moscow: Nauka: Vostochnaya literatura (In Russian).

Popova I.F. Tokio T. (2020) Vocabularies of Chinese Pidgin Russian for Kiakhta Trade. *Studia Orientalia Slovaca*. 19 (2), pp. 17–62 (In English).

Ritter Anna. (2021) Language choice and language contact in print advertisements for Russian speaking immigrants in Germany. *Russian Journal of Linguistics*, 25 (4), pp. 958–980 (In English).

荣洁. (2011) 俄侨与黑龙江文化: 俄罗斯侨民对哈尔滨的影响. 哈尔滨: 黑龙江人民出版社.

Rong Jie. (2011) Russian expatriates and Heilongjiang culture: The impact of Russian expatriates on Harbin. Harbin: Heilongjiang people's publishing house (In Chinese).

石方. 刘爽. 高凌. (2003) 哈尔滨俄侨史. 哈尔滨: 黑龙江人民出版社.

Shi Fang. Liu Shuang. Gao Ling. (2003) History of Russian overseas in Harbin. Harbin: Heilongjiang people's publishing house (In Chinese).

Vinogradov V.A. (2010) Yazikovie kontakti i yazikovie zaimstvovaniya = Language contacts and language borrowing. *Voprosi filologii*, 2, pp. 6–10 (In Russian).

王忠亮. (1995) 哈尔滨地区使用的中俄洋泾浜 [J]. *词库建设通讯* (6): 16–17.

Wang Zhongliang. (1995) Sino-Russian pidgin used in Harbin area. *Dictionary Construction Newsletter*, 6, pp. 16–17 (In Chinese).

徐来娣. (2007) 汉俄语言接触研究. 哈尔滨: 黑龙江人民出版社.

Xu Laidi. (2007) Research on Chinese-Russian language contact. Harbin: Heilongjiang people's publishing house (In Chinese).

Yartseva V.N. (1990) Lingvistichesky entsiklopedichesky slovar = Linguistic encyclopedic dictionary. Gl. red. V.N. Yartseva. Moscow: Sovetskaya enciklopediya (In Russian).

游汝杰. 周嘉彦. (2009) 社会语言学教程. 上海: 复旦大学出版社.

You Rujie. Zhou Jiayan. (2009) Sociolinguistics tutorial. Shanghai: Fudan University Press (In Chinese).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ:

Ду Канцзэ — аспирант Высшей школы перевода (факультета) МГУ имени М.В. Ломоносова. 119991, г. Москва, Ленинские горы, МГУ, ГСП-1, дом 1, корп. 51; dkz951029@gmail.com

ABOUT THE AUTHOR:

Du Kangze — Postgraduate Student at the Higher School of Translation and Interpretation, Lomonosov Moscow State University; Building 51, the 1st Building of Humanities, 1 Leninskie gory, Moscow 119991, Russia; dkz951029@gmail.com

Конфликт интересов: положения и точки зрения, представленные в данной статье, принадлежат автору и не обязательно отражают позицию какой-либо организации или российского научного сообщества.

Conflict of interests: the ideas and opinions presented in this article entirely belong to the author and do not necessarily reflect the position of any organization or the Russian scientific community as a whole. The author state that there is no conflict of interests.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ:

Павленко Вероника Геннадиевна — доцент, ГБОУ ВО «Ставропольский государственный педагогический институт», Российская Федерация, Ставропольский край, г. Ставрополь, ул. Ленина, 417 «А»; verony79@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0003-3247-4879>

ABOUT THE AUTHOR:

Veronica G. Pavlenko — Associate Professor at the State Budgetary Educational Institution of Higher Education “Stavropol State Pedagogical Institute”, 417 “A” Lenin St., Stavropol, Russia; verony79@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0003-3247-4879>

Конфликт интересов: положения и точки зрения, представленные в данной статье, принадлежат автору и необязательно отражают позицию какой-либо организации или российского научного сообщества.

Conflict of Interest: The ideas and opinions presented in this article entirely belong to the author and do not necessarily reflect the position of any organization or the Russian scientific community as a whole.

Корректор *А. В. Игумнов*

Компьютерная верстка *В. Н. Кокорев*

Журнал зарегистрирован в Министерстве печати и информации РФ.

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-28752 от 4 июля 2007 г.

Адрес редакции: 119991, ГСП-1, Москва, Ленинские горы, Первый гуманитарный корпус, к. 1150. *Тел.:* 8 (495) 932-80-72

Подписано в печать 23.05.2024. Формат 60×90/16. Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 10,75. Уч.-изд. л. 10,01. Тираж 50 экз. Изд. № 12710. Заказ №

Издательство Московского университета.

119991, Москва, ГСП-1, Ленинские горы, д. 1, стр. 15.

Тел.: (495) 939-32-91; e-mail: secretary@msupress.com

Отдел реализации. Тел.: (495) 939-33-23; e-mail: zakaz@msupress.com

Сайт Издательства МГУ: <http://msupress.com>

Отпечатано в соответствии с предоставленными материалами в ООО «Амирит».

410004, г. Саратов, ул. Чернышевского, 88. Тел.: 8-800-700-86-33 | (845-2) 24-86-33.

E-mail: zakaz@amirit.ru Сайт: amirit.ru