



Ошибки лексико-семантической парадигматики в русских переводах китайскоязычных общественных знаков

Лю Лифэнь¹, Ван Лина²

¹Гуандунский университет иностранных языков и международной торговли, Гуанчжоу, Китай
liulifen1993@163.com

²Шаньдунский педагогический университет, Цзинань, Китай
linawang0122@sina.com

- Аннотация.** В статье рассмотрены ошибки лексико-семантической парадигматики при переводе китайско-язычных общественных знаков на русский язык. Проанализированы особенности ошибочных русских переводов общественных знаков, установлены наиболее подходящие варианты замены. В качестве основных методов исследования использованы сопоставительный анализ, качественный анализ и метод анализа ошибок. На основе оригинальных фотографий, сделанных в городах Китая и России, выявлены проблемы различения омонимов, ошибки в выборе синонимов, некорректное употребление однокоренных слов, смешение гиперонимов и гипонимов в русских переводах общественных знаков.
- Ключевые слова:** общественные знаки, лексико-семантическая парадигматика, семантическое поле, ошибочные переводы, стратегии перевода на русский язык
- Благодарность.** Статья подготовлена при финансовой поддержке гранта научного социального фонда КНР № 22BYU195.
- Для цитирования:** Лю Лифэнь, Ван Лина. Ошибки лексико-семантической парадигматики в русских переводах китайскоязычных общественных знаков // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. Вып. 13 (894). С. 76–82.

Original article

The Errors of lexical-Semantic Paradigmatics in the Russian Translation of Chinese-Language Public Signs

Liu Lifen¹, Wang Lina²

¹Guangdong University of Foreign Languages and International Trade, Guangzhou, China
liulifen1993@163.com

²Shandong Normal University, Jinan, China
linawang0122@sina.com

- Abstract.** This paper uses Russian public signs filmed in China and Russia as corpus, applies comparative analysis, qualitative analysis and error analysis to examine and correct semantic paradigmatic errors in the Russian translation of Chinese public notices, and explains the reasons for such errors. The findings indicate that the main issues in the Russian translation of Chinese public notices include semantic confusion of homonyms, misuse of synonyms, confusion between words with the same root and improper juxtaposition of hypernyms and hyponyms.

- Keywords:** social signs, lexical-semantic paradigmatics, semantic field, erroneous translations, strategies of translation into Russian
- Acknowledgments:** The article was prepared with the financial support of the grant of the Scientific Social Fund of China No.22BY195.
- For citation:** Liu Lifan, Wang Lina. (2024). The errors of lexical-semantic paradigmatics in the Russian translation of Chinese-language public signs. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 13(894), 76–82. (In Russ.)

ВВЕДЕНИЕ

Общественные знаки – это лингвистическое понятие, «объединяющее, с одной стороны, мономодальные, бимодальные или мультимодальные знаки, с другой стороны, вербальные и / или невербальные знаки, характеризующиеся особой коммуникативной целью и выполняющие определенные функции в общественных местах» [Лю Лифэнь, 2023, с. 598]. Они как информационные указатели выступают в качестве «навигатора» или «индикатора» в общественных местах. При некорректном переводе содержания общественных знаков становится затрудненным их понимание и восприятие аудиторией, что приводит к замедлению передачи информации и, как следствие, к неэффективному выполнению их функций.

Для определения проблем перевода общественных знаков с китайского языка на русский на основе системного анализа ошибок лексико-семантической парадигматики в настоящей статье решаются **следующие задачи:**

- 1) с помощью метода анализа ошибок идентифицировать и проанализировать характер ошибок лексико-семантической парадигматики при переводе знаков в общественных местах на русский язык;
- 2) путем сопоставительного анализа систематизировать и классифицировать выявленные ошибки;
- 3) посредством качественного анализа выявить причины возникновения ошибок семантической парадигматики.

Научная новизна исследования заключается в том, что впервые предпринята попытка комплексного изучения ошибок в лексико-семантической парадигматике при переводе китайскоязычных общественных знаков на русский язык. В работе описаны основные типы ошибок лексико-семантической парадигматики и предложены адекватные варианты перевода. Актуальность данного исследования обусловлена неизменным интересом современных лингвистов к общественным знакам, их написанию, функционированию и стратегиям перевода, а также необходимостью изучения ошибок в русских переводах общественных знаков. Такого рода исследования не только позволяют

стандартизировать русские переводы, но и помогают более точно передать информацию, что способствует более эффективному функционированию общественных знаков.

Теоретической базой исследования послужили работы китайских и российских ученых, посвященные изучению общественных знаков в китайском и русском языках [Лю Лифэнь, 2023; Лю Лифэнь, Ли Минь, 2023], а также исследованию в области парадигматики [徐盛桓, 1983; Лекант, 2007; Харитончик, 1992; Пуштошило, 2011] и анализу семантического поля [Лысякова, 2005; 吴振国, 2000]. **Практическая значимость** исследования заключается в возможности использования результатов и материалов исследования в вузах гуманитарного направления при разработке спецкурсов по теории перевода и сравнительному анализу функциональной стилистики. Полученные данные также могут найти применение в учебно-методической деятельности при создании учебников и учебных пособий.

Материалы исследования представляют собой 3115 оригинальных фотографий, сделанных первым автором в ходе полевых исследований, проведенных с 2014 по 2019 годы в городах Китая и России, таких как Санья, Маньчжурия, Хэйхэ и др., а также Москва и Санкт-Петербург.

ПАРАДИГМАТИКА И СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ: ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Парадигматика – это тип нелинейного отношения между языковыми единицами, которые могут находиться в одном и том же положении и выполнять одни и те же функции в языковой системе. «Парадигмы слов организуются на основе общих (интегральных) семантических признаков и различаются семантическими дифференциальными признаками» [Лекант и др., 2007, с. 22–23].

Понятие «семантическое поле» приобрело наибольшее распространение «после выхода работы немецкого ученого Г. Ипсена *Der alte Orient und die Indogermanen*, где оно определялось как совокупность слов, обладающих общим значением» [Лысякова, 2005, с. 5]. Китайский ученый У Чжэнго рассматривает семантическое поле как «систематизированную сеть семантических парадигматических отношений, переплетенных по вертикали и

горизонтали» [吴振国, 2000, с. 29]. В связи с этим семантические парадигмы, образованные лексическими единицами, делятся на вертикальную и горизонтальную. Вертикальная парадигма подразделяется на два основных подтипа: отношение «часть – целое» и гипонимия. В отношении «часть – целое» целое – это элемент, который перестает существовать при отсутствии любой из своих частей; часть – это элемент, который не может существовать без целого. Гипонимия – это одно из основных парадигматических отношений в семантическом поле, при котором слова (т. е. гипонимы), обозначающие вид, семантически подчиняются словам (т. е. гиперонимам), соответственно обозначающим род. Горизонтальная парадигма делится на три подтипа: синонимия, антонимия и согипонимия. Синонимия – тип семантических отношений языковых единиц, заключающийся в полном или частичном совпадении их значений; антонимия – тип семантических отношений лексических единиц, выражающих противоположные понятия; согипонимия – это тип семантических отношений, который устанавливается между гипонимами одного гиперонима. «Такие гипонимы называются согипонимами или эквонимами, различаются выделенными в их значениях дифференциальными признаками при наличии какой-то общей семантической части» [Харитончик, 1992, с. 87]. Например, в ряду наименований цветов слова *тюльпан, роза, фиалка* и др. эквонимичны друг другу. Китайский ученый Сюй Шэнхуань утверждает, что парадигматические отношения носят типологический и взаимозаменяемый характер [徐盛桓, 1983, с. 14–15].

Таким образом, на основе разных парадигматических отношений между лексическими единицами формируются разные семантические поля. Однако при конкретном употреблении лексических единиц поля часто проявляется неправильная семантическая парадигматика как в одном семантическом поле, так и в разных семантических полях. В исследованных нами русских переводах китайскоязычных общественных знаков в основном присутствуют четыре типа ошибок семантической парадигматики: проблема различения омонимов; ошибка в выборе синонимов; некорректное употребление однокоренных слов; смешение гиперонимов и гипонимов.

ПРОБЛЕМА РАЗЛИЧЕНИЯ ОМОНИМОВ

По мнению А. И. Головни, омонимия – это «семантическое отношение не связанных по значению слов, совпадающих по своему написанию и произношению» [Головня, 2007, с. 13]. При переводе китайскоязычных общественных знаков на русский часто возникает проблема различения омонимичных слов,

т. е. неправильная интерпретация омонимичных выражений. Например, на рисунке 1 слово «выход» ошибочно переведено как «экспорт». Это связано с тем, что «выход» и «экспорт» в китайском языке имеют одинаковое звучание и написание (*чу коу* 出口), т. е. при одинаковой материальной форме эти слова обладают значениями, независимыми друг от друга. Данная омонимическая интерференция при переводе общественных знаков на русский язык может быть вызвана недостаточным уровнем владения русским языком у переводчика и неспособностью правильно интерпретировать различие между двумя словами.

Аналогично, на рисунке 2 в русском переводе общественного знака 鸿发粮油鲜蛋经销部 выявлены грамматическая (буквальное сочетание двух имен существительных «нефть» и «магазин») и прагматическая ошибки (перевод не соответствует принятым образцам русскоязычных общественных знаков. «Русские вывески часто приводят не название «Магазин», а название продаваемых товаров» [Лю Лифэнь, Ли Минь, 2023, с. 212]). Кроме того, главной ошибкой в данном примере является смешение единиц «масло» и «нефть». В китайском языке единицы «масло» и «нефть» являются омонимами в определенных контекстах, для обоих слов применим китайский перевод «ю». Однако в китайском общественном знаке 鸿发粮油鲜蛋经销部 слово 油 (*ю*) означает «масло» (食用油 *ши юн ю*), а не «нефть» (石油 *ши ю*). Эта ошибка сильно затрудняет понимание данного информационного знака, поэтому с учетом правил и стандартов русскоязычных общественных знаков, более уместным вариантом перевода является «РИС МАСЛО ЯЙЦО».



Рис. 1. 景区出口



Рис. 2. 鸿发粮油鲜蛋经销部

ОШИБКИ В ВЫБОРЕ СИНОНИМОВ

Синонимы – это лексические единицы, имеющие одинаковые или близкие значения, но отличающиеся по форме и звучанию. По степени эквивалентности синонимы делятся на полные (абсолютные) и частичные (относительные). Первые, полностью совпадающие по значению и характерной сочетаемости,

встречаются очень редко, «наибольшее количество таких единиц приходится на долю научной терминологии» [Пуштошило, 2011, с. 92]. Вторые частично идентичны по смыслу и употреблению. При неверной замене слова на частичный аналог смысл предложения, в котором слово находится, может измениться и привести к неправильной интерпретации.

Например, на рисунке 3 общественный знак 小洞天, расположенный в городе Санья провинции Хайнань, переводится как «Маленький Тун Тянь». Слово *маленький* чаще всего применяется к небольшим по размеру и количеству объектам. Однако 小洞天 – это довольно большое помещение, но оно меньше по размеру, чем так называемый 大洞天 (Большой Тун Тянь). Поэтому более подходящим вариантом перевода является синонимом к слову *маленький* – *малый*, применяемый к довольно большим объектам, но меньшим по размеру, чем другие.

В примере, приведенном на рисунке 4, лексическая единица 柱石 ошибочно переведена как *опора*. Слово *опора* имеет два основных значения: «место, на котором можно что-то укрепить» и «предмет, служащий для поддержки чего-либо». Кроме того, *опора* может использоваться в переносном значении (т. е. сила, на которую можно опереться). В китайской легенде 南天一柱 означает «колонну, поддерживающую небо». В современном китайском языке этот фразеологизм используется для описания человека, занимающего важное положение, или для описания предмета, играющего большую роль в определенной области. Из этого следует, что более правильным переводом будет слово *колонна*.



Рис. 3. 小洞天



Рис. 4. 南天一柱

НЕКОРРЕКТНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ ОДНОКОРЕННЫХ СЛОВ

Однокоренные слова – это слова, имеющие общий корень и образующиеся путем присоединения приставок и суффиксов. В русском переводе китайскоязычных общественных знаков нередко встречаются ошибки в выборе однокоренных слов. В качестве примера приведен рисунок 5, где общественный

знак 请勿翻越 переведен как «не лезут перила». Глагол *лезть* (爬) в данном контексте не подходит, правильным переводом является «перелезть» (翻越). Несмотря на то что глаголы «лезть» и «перелезть» являются однокоренными, они имеют разные значения. Поскольку 请勿翻越 – это запрещающий общественный знак, следует использовать формулу «нельзя / запрещается / запрещено + инфинитив» или «не + инфинитив (НСВ)». Предлагаемый вариант перевода: «Запрещается / Запрещено перелезть через перила» или «Не перелезть через перила».

На рисунке 6 общественный знак 名鸽烤吧 переведен как «жаркое голубь». В данном переводе допущены орфографическая ошибка (употреблена буква «п» вместо «л» в слове *голубь*) и грамматическая ошибка (неправильное согласование прилагательного *жаркое* с существительным *голубь*). Помимо перечисленных выше ошибок в этом примере наблюдается неправильный выбор однокоренного слова: прилагательное *жаркий* (*жаркий климат, жаркий день*) не подходит в данном случае, нужно использовать слово *жареный*, поэтому правильным вариантом перевода является «Жареный голубь». Аналогичная ситуация представлена на рисунке 7, где лексическая единица 男装 переводится как «муж магазин». В этом переводе встречается несколько ошибок: употребление слова *муж* вместо *мужчина*, имя существительное должно сочетаться с родительным падежом другого существительного для обозначения принадлежности другому предмету или лицу, кроме того, в русском переводе опущена ключевая единица *одежда* (装 / 衣服). В связи с этим вариант перевода «Мужская одежда» или «Магазин мужской одежды» считается оптимальным.



Рис. 5. 请勿翻越



Рис. 6. 名鸽烤吧



Рис. 7. 鳄鱼恤

СМЕШЕНИЕ ГИПЕРОНИМОВ И ГИПОНИМОВ

По мнению Т. И. Янгайкиной, гипонимия – это «иерархическая организация элементов семантического поля, основанная на родо-видовых отношениях, представляющая собой включение семантически однородных единиц в соответствующие классы наименований» [Янгайкина, 2007, с. 253]. Слова, соответствующие видовым понятиям, выступают как гипонимы по отношению к слову, соотносящемуся с родовым понятием – гиперониму.

В русском переводе китайскоязычных общественных знаков часто встречаются ошибки, связанные с гипонимией и гиперонимией, т. е. употребление гипонимов вместо гиперонимов или наоборот. Например, на рисунке 8, где обнаружено несколько орфографических ошибок (слово *сувенирный* написано как «сувернирый», буква «з» написана как «э» в слове *магазин*, и вместо буквы «и» использована английская буква «N»), общественный знак 时尚文具 переведен как «сувернирый магаэNн» (礼品店). В данном случае слово *канцелярский* (办公用的) переведено как «сувенирный» (纪念品的). Нетрудно заметить, что *сувенирный* оказывается гиперонимом по отношению к слову *канцелярский*, исходно наделенному более узким значением. Представленный перевод «сувернирый магаэNн» имеет слишком широкий семантический диапазон. Для уточнения информации в вывеске магазина мы ссылаемся на образцы русскоязычных общественных знаков, собранные автором в России (см. рис. 9 и рис. 10). Варианты перевода «ОФИСМАГ», «Для офиса и школы» или «Товары для офиса и учебы» считаются наиболее адекватными.



Рис. 8. 时尚文具



Рис. 9. ОФИСМАГ



Рис. 10. Товары для офиса и школы

В некоторых случаях наблюдается слишком узкий семантический диапазон в переводах, когда гипонимы используются вместо гиперонимов (см. рис. 11 и рис. 12). На рисунке 11 общественный знак 新视明眼镜 переведен как *Очки «Синь Ши Мин»*. Очки (眼镜) – это оптический прибор,

предназначенный для коррекции зрения или для защиты глаз от вредного воздействия. «Оптика» или «Салон оптики» (眼镜店) – это место, где можно получить профессиональную помощь в выборе очков и линз, а также найти модные аксессуары для зрения. Слово «очки» выступает как гипоним по отношению к слову «оптика», исходно наделенному более широким значением. Ввиду этого, гипероним «оптика» больше соответствует информации, содержащейся в китайскоязычной вывеске магазина. Аналогично на рисунке 12 общественный знак 5楼新亚灯饰 переведен как «Люстра 5 этаже». В данном переводе пропущен предлог «на», выражающий пространственное значение. Кроме того, 灯饰 (т. е. приборы, служащие для освещения) переводится как *люстра* (подвесной потолочный светильник). Лексическая единица *люстра* определяет только один тип ламп и обозначает более узкое, видовое понятие. В этом случае гипероним *лампы*, имеющий более обобщенное родовое значение в лексико-семантической системе, является более подходящим вариантом перевода.



Рис. 11. 新视明眼镜



Рис. 12. 5楼新亚灯饰



Рис. 13. 帅清池洗浴

В китайскоязычных общественных знаках также встречаются ошибки, связанные с неправильным употреблением лексических единиц, находящихся в одном семантическом поле. Как показано на рисунке 13, общественный знак 帅清池洗浴 – это место (помещение), оборудованное для мытья человека, но он переведен как «ванна» – емкость (резервуар) для мытья или купания, поэтому в данном случае следует исправить слово «ванна» на «баня». Хотя «ванна» и «баня» принадлежат к одному лексико-семантическому полю, они имеют совершенно разные значения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, некорректный перевод содержания общественных знаков мешает их пониманию и восприятию, задерживает передачу информации и выполнение их функций.

С точки зрения лексико-семантической парадигматики при переводе китайскоязычных общественных знаков на русский язык наиболее часто встречаются следующие четыре типа ошибок:

- 1) проблема различения омонимов, т. е. возникновение омонимической интерференции;
- 2) ошибки в выборе синонимов: замена слова на частичный аналог по смыслу и употреблению;
- 3) некорректное употребление однокоренных слов, т. е. использование лексических

единиц с одинаковым смысловым корнем, но отличающихся приставками и суффиксами;

- 4) смешение гиперонимов и гипонимов: необоснованное использование гипонимов вместо гиперонимов или, наоборот, в рамках родо-видовых отношений.

Таким образом, для качественного перевода китайскоязычных общественных знаков требуется не только достаточное знание русского языка, но и развитые навыки смыслового и лингвистического анализа текста, а также владение стратегиями и методами перевода.

Перспективы дальнейшего исследования заключаются в возможности изучения ошибок лексико-семантической синтагматики при переводе китайскоязычных общественных знаков в рамках дальнейших исследований.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Лю Лифэнь. 公示语 (общественные знаки) и 语言景观 (языковой ландшафт): лингвистические термины и стоящие за ними понятия // Вестник СПбГУ. Востоковедение и африканистика. 2023. Вып. 3. С. 588–602.
2. Лю Лифэнь, Ли Минь. Анализ ошибок в порядке слов при переводе знаков для общественных мест в Китае на русский язык // Политическая лингвистика. 2023. Вып. 4. С. 208–216.
3. 徐盛桓 (1983). 聚合和组合 [J]. 外语教学. №10: 12–21 = Xu Sheng huan. (1983). Paradigmatics and syntagmatics. Teaching foreign languages. 1983. № 10. P. 12–21. (In Chinese)
4. Лекант П. А. [и др.] Современный русский язык / П. А. Леканта, Е. И. Диброва, Л. Л. Касаткин, Е. В. Клобуков. М.: Дрофа, 2007.
5. Харитончик З. А. Лексикология английского языка. Минск: Вышэйшая школа, 1992.
6. Пуштошило Е. П. Лексикология. Фразеология. Лексикография: учебно-методический комплекс по русскому языку для студентов педагогических специальностей. Гродно: ГрГУ, 2011.
7. Лысякова М. В. Лексико-семантические парадигмы: лингвистический статус, критерии разграничения // Вестник РУДН. Лингвистика. 2005. Вып. 7. С. 5–17.
8. 吴振国. 模糊语义的聚合 [J]. 语言研究. 2000. №4: 29–35 = У Чжэнго. Парадигматика семантической нечеткости // Языковое исследование. 2000. Вып. 4. С. 29–35.
9. Головня А. И. Омонимия как системная категория языка. Минск: БГУ, 2007.
10. Янгайкина Т. И. Гипонимические (родо-видовые) отношения между лексическими единицами в мокшанском литературном языке // Вестник Чувашского университета. 2007. Вып. 1. С. 251–258.

REFERENCES

1. Liu Lifen (2023). 公示语 (social signs) and 语言景观 (linguistic landscape): linguistic terms and the concepts behind them. Vestnik of St. Petersburg State University. Oriental and African studies, 3, 588–602. (In Russ.)
2. Liu Lifen, Li Min. (2023). Analysis of errors in the order of words when translating signs for public places in China into Russian. Political Linguistics, 4, 208–216. (In Russ.)
3. 徐盛桓 (1983). 聚合和组合 [J]. 外语教学. №10: 12–21 = Xu Sheng huan. (1983). Paradigmatics and syntagmatics. Teaching foreign languages, 10, 12–21. (In Chinese)
4. Lekant, P. A. et al. (2007). Modern Russian language / P. A. Le can ta, E. I. Dibrova, L. L. Kasatkin, E. V. Klobukov. Moscow: Drofa. (In Russ.)
5. Kharitonchik, Z. A. (1992). Lexicology of the English language. Minsk: Higher School. (In Russ.)
6. Pustoshilo, E. P. (2011). Lexicology. phraseology. Lexicography: an educational and methodological complex in the Russian language for students of pedagogical specialties. Grodno: Grodno State University.

7. Lysyakova, M. V. (2005). Lexico-semantic paradigms: linguistic status, criteria of differentiation. Vestnik of People's Friendship University of Russia. Linguistics, 7, 5-17. (In Russ.)
8. 吴振国 (2000). 模糊语义的聚合 [J]. 语言研究. №4: 29–35 = Wu Zhengguo. (2000). Paradigmatics of fuzzy semantics. Language studies, 4, 29–35. (In Chinese)
9. Golovnya, A. I. (2007). Homonymy as a system category of language. Minsk: Belarusian State University. (In Russ.)
10. Yangaikina, T. I. (2007). Hyponymic (genus-species) relations between lexical units in the Moksha literary language. Vestnik of Chuvash University, 1, 251–258.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Лю Лифэнь

доктор филологических наук
профессор Исследовательского центра переводоведения и Института европейских языков и культур
Гуандунского университета иностранных языков и международной торговли

Ван Лина

кандидат филологических наук
старший преподаватель Института иностранных языков
Шаньдунского педагогического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Liu Lifen

Doctor of philology
Professor at the Translation Studies Research Center and the Institute of European Languages and Cultures
of Guangdong University of Foreign Languages and International Trade

Wang Lina

PhD in philology
Senior Lecturer at the Institute of Foreign Languages
of Shandong Normal University

Статья поступила в редакцию одобрена после рецензирования принята к публикации	28.09.2024	The article was submitted approved after reviewing accepted for publication
	16.10.2024	
	21.10.2024	