

语言景观外译社交语用失误探索

刘丽芬^{1,2} 裴湘琳²

(1. 黑龙江大学 俄语语言文学与文化研究中心, 黑龙江 哈尔滨 150006;

2. 广东外语外贸大学 西方语言文化学院, 广东 广州 510420)

摘要:我国语言景观外译错误屡见不鲜,涉及语言与文化各个层面。错误的语言景观轻则难以发挥其效能,重则诱发不良后果。国内语言景观俄译的社交语用失误主要体现为内外不分、文化误译,前者表现为言辞失当、忽视受众;后者表现为原文文化因子流失、译文和原文文化因子相斥和译文有失得体或触犯禁忌等。本研究旨在为整饬与规范语言景观外译提供借鉴,为政府制定相关政策、规范语言景观外译提供依据,为政府、企业乃至个人拟制外语景观提供参考。

关键词:语言景观;俄译;社交语用;错误分析

中图分类号:H315.9

文献标志码:A

文章编号:1674-6414(2024)06-0100-11

0 引言

我国语言景观研究肇始于1989年,兴盛于2007年,热潮持续至今,多采用实证调查法,运用不同理论分析某城市某领域某机构等语言景观的误译及成因(刘丽芬,2016:53)。研究多取汉译英视角,汉译俄研究起步较晚,主要分析了我国境内俄译语言景观的区域特点及误译类型(王晓娟,2011),探讨了海南(刘丽芬等,2020;吕卉等,2022)、对俄口岸城市(顾俊玲,2013;姜雪华,2017)、对俄边境城市以及俄语国家来华旅游或购物较多的城市(刘丽芬等,2018;Лю Лифэнь,2022;Лю Лифэнь,2023a;Лю Лифэнь,2023b)俄语景观误译及成因,总结了提示、禁止类汉俄语言景观的结构特点及其翻译原则(王晓娟,2014,2015)等。但现有研究较多关注语言误译,对语用失误探讨较少,未见社交语用失误分析方面的文献。本文以在我国境内满洲里、五大连池、绥芬河、哈尔滨、北戴河、三亚、海口、黑河、珲春、霍尔果斯、乌鲁木齐等地拍摄的俄语景观为语料,分析其社交语用失误并阐释其误译原因,以期为整饬与规

收稿日期:2024-03-11

基金项目:国家社会科学基金项目“中俄符号景观‘译+制’双重机理融会研究”(22BYY195)的阶段性研究成果

作者简介:刘丽芬,女,黑龙江大学俄语语言文学与文化研究中心研究员,广东外语外贸大学西方语言文化学院教授,博士生导师,主要从事对比语言学与翻译研究。

裴湘琳,女,广东外语外贸大学西方语言文化学院助理研究员,博士,博士后,主要从事对比语言学与翻译研究。

引用格式:刘丽芬,裴湘琳.语言景观外译社交语用失误探索[J].外国语文,2024(6):100-110.

范我国语言景观外译提供借鉴,为构建城市和谐的语言生态提供参考。

1 社交语用失误

语用失误这一概念首先由珍妮·托马斯(Jenny Thomas, 1983:91-112)提出。托马斯(1983:91,94)认为,语用失误指听话人不能理解说话人所说话语的含义,理解不了说话人的真正意图,即说话人的表述使听话人无法明白其真正意义而形成的交际障碍。何自然等(2004:168)认为,语用失误指在言语交际中导致交际者本人未能取得圆满交际效果的差错的统称,主要表现为说话方式不妥,或不符合特定语言和文化社区的表达习惯,或说话不合时宜等。钱冠连(2002:195)将语用失误定义为“说话人在言语交际过程中使用了符号关系正确的句子,但不自觉地违反了人际规范、社会规约,或者不合时间空间,不看对象,这样性质的错误就叫语用失误”。学者们对语用失误的界定有一个共同点,即无语言错误,却使受话人难以理解,甚至无法理解说话人的意图。

不同学者对语用失误的类型也有不同划分,托马斯将其分为语用语言失误和社交语用失误,即语用失误的“二分法”。李元胜(2004:113)在“二分法”的基础上增加了语用失误的非语言因素。刘绍忠等(2001:34)把语用失误细分为语用个体关联失误、语用社会关联失误、语用语言关联失误、语用认知关联失误和语用文化关联失误五类。本文基于托马斯二分法,分析语言景观俄译的社交语用失误。

社交语用失误是翻译中常见的现象,指译者因不了解或不能准确把握或忽视交际双方的社会、文化背景差异和交际规约而导致语言形式选择上的失误,与交际双方的身份、地位、会话的语域、话题的熟悉程度等因素有关。社交语用失误主要是由于社会文化差异,如不同的社会文化规则、社会距离、禁忌语、价值观等引起的,是由于跨文化交际时对社会文化因素的评估不匹配造成的,涉及社会距离、强加、损益、面子、权责、义务等(Thomas, 1983:104)。由调查可知,国内语言景观俄译的社交语用失误主要体现为内外不分、文化误译。

2 语言景观译写内外不分

语言景观设置的目的应明确,需因事而设,按需而设(何自然等,2020)。语言景观外译也是如此,要根据外国受众的需求为其提供出行、生活等的语言帮助,外国受众无用及缺乏得体性,不能树立良好国际形象的语言景观可不译。但许多城市为标示其国际化水平,常常不加选择地进行语言景观外译,未体现内外有别。我国语言景观撰写存在言辞失当,俄译也存在内外不分、忽视受众。

2.1 言辞失当:语言景观撰写不得体

“言辞失当”指语言景观使用的语言或表达方式不得当、不恰当或不符合社会规范,使

用粗俗、不文雅、侮辱性、歧视性甚至攻击性的语言。语言不仅是一种交际工具,更是一种文化符号,言语的方式往往能传递出某种文化水平和道德素养(刘楚群,2019:74)。得体的语言要合乎交际双方的伦理道德规范,言语要合乎伦理角色规范。言语行为合乎伦理角色规范既是整个社会言语行为秩序的要求,也是个体言语交际的需要,是取得理想交际效果的重要前提(陈汝东,2001:94)。

学界对语言景观的研究更多关注翻译问题,却忽视了汉语景观本身的得体性。传统社会有一套符合“仁义礼智信”的言语行为规范准则,当今由于社会转型、民众观念的改变,语言使用上出现了某些低俗化倾向,低级庸俗甚至恶俗下流的语言现象时有所见(刘楚群,2019:74),在我国语言景观中一些言辞失当、完全越过“不得体”底线的现象屡见不鲜,如:

(1)大门前禁止停车,好狗不堵门(公路局大门口)。

(2)串门就是互相残杀,聚会就是自寻短见(疫情标语)。

(3)不要屁股脸的人,办不要脸的酒;不知耻的人去帮忙,不要脸的人去吃酒(为治理滥办酒席风)。

这类语言景观或出语伤人,或带恐吓之意,有语言景观变身詈骂语之嫌,对此类语言景观需酌情考虑,若与国外受众无关,则采取不译;若对国外受众起到指示、提示提醒、禁止等作用的可采用增、减、编、述、缩、并、改、仿等变通手段进行翻译,决不可全译。尽管在所调查语料中未发现此类语言景观外译,但在语言景观外译时需有所选择,以防患于未然。同时,我们也要纯洁汉语景观撰写,根据不同场景、不同受众选择健康的语言和适切的表达方式,构建和谐的社会与和谐的语言生态。

2.2 忽视受众:语言景观译写不可取

语言景观外译取舍要视译语受众的需要以及相关性的而定,万不可不分青红皂白一股脑儿译成外语。事实上,我国语言景观外译并未做到内外有别,将不该对外只能对内的标语、口号、警示信息、机构名称等直接译成俄文,有的与外宾完全不相干或对外宾毫无用途,有的还会给他们留下不好印象,损害民族和国家形象。语言景观外译并不是见一个译一个,应该遵循“三贴近”原则,即贴近中国发展的实际、贴近国外受众对中国文化信息的需要、贴近国外受众的思维习俗(李长春,2004:27)。因此,只针对国内受众且与外国受众无关的信息,不具备普遍意义的信息可不译。如:

(4)一胎少二胎好、五讲、四美、三热爱、八荣八耻。

(5)计生办、党委办公室、审计处、教师半价、军人、80岁老人以及1.2米以下儿童免票。

(6)在此小便违者罚款50元。

(7)公共场所请勿喧哗。

(8) 请勿随地吐痰。



图 1

例(4)是只针对国民的宣传性语言景观。例(5)是只为国内特定受众提供信息、起指示作用的语言景观。还有国内有而国外无的某些陋习可不译,如例(6)(7)和(8)(见图1)。考虑到俄罗斯人一般无此类不良行为习惯,从尊重译语民族文化和维护原语国家形象的角度出发,建议此类语言景观不译,否则会伤害民族感情。

3 语言景观汉外转换文化误译

“特定的文化常将某种烙印烙在语言上,语言的内容足以反映出某一时代社会生活的各面影。社会的现象,由景观生活到全部社会意识,都沉淀在语言里面。”(罗常培,2018:62)语言景观是语言的一种现实表现形态,充分反映社会各个方面的语言运用特点以及社会道德、价值观念、传统习俗、公共教养等社会文化诸因素的影响。因此,研究语言景观规范,不能局限于语言结构的内部语音、词汇、语法等,必须同时考虑语言结构以外的相关社会文化因素(龚千炎,1992:3)。在我们所调查的语言景观中,有关语言景观俄译文化误译现象很普遍。我们将携有文化特点的语言景观分为三块:一是原文含有文化元素,二是原文与译文均含文化元素,三是译语含文化元素。下面从原文文化因子流失、译文与原文文化因子相斥、译文有失得体或触犯禁忌三方面展开分析。

3.1 原文文化因子流失

原作是作者生活圈内的产物,不可避免地含有该民族的文化印迹。基于译者和作者共同的经验范围,译者与作者共享原作信息,但这一信息一般局限于原作“透明窗格”里的信息。原作中还含有一些“隐蔽窗格”信息,如成语、典故俗语、俚语、风土人情、风俗习惯、政治制度、经济结构、宗教信仰等许多源语文化的深厚积淀。原作之外,作者的写作动机、原作的创作背景以及作者的生活环境等均不是透明的,是隐蔽的(卢彩虹,2016:94-95)。这些因素为翻译增添了难度,正如王佐良(1989:34)所言:译者“处理的是个别的词,面对的是两大片文化”。在一种文化里一些不言而喻的东西,在另一种文化里却要费很大力气解释。翻译及其一切因素均取决于文化的轴心地位,围绕且只围绕这一轴心波动(孔德亮,2005:58)。这也就决定了翻译最大的困难所在。

语言景观内容包罗万象,一个国家的政治、经济、文化,乃至民族思维、价值取向等均有

体现。如我国旅游景区的一些语言景观俄译未体现旅游资源特色和所蕴含的中华文化,激不起外国客人对中国文化的好奇与兴趣,妨碍中国文化的传播与接受。如例(9)(见图2),原译完全照字面义译为 водаспряталзолото(水隐藏了金子),即使是此意,该译也不正确(还有书写、语法错误)。作为具有指示功能的标牌一般用名词词组,照字面义可译为改译1),但此处并非此意。“流水藏金”系三亚兰花世界一景点,景区标牌对“流水藏金”的介绍为:“盈盈的流水与色彩艳丽的兰花,巧夺天工的巨石营造出山水动静,天地生成的瑰丽景观,流水潺潺,蓄金于水,兰财满园,从南山引流下来的福泽之水,滋润着兰花,花团锦簇,祈福游人。”由此可知,“流水藏金”并非藏有真正的金子,而是运用隐喻,指以“盈盈流水”浇灌“珍贵的兰花”,此处的金子指兰花,若译成改译2),似乎该标牌的隐喻义失去一半;要译出隐喻义,可采用增译法,将兰花比作宝藏,同时还要译出兰花的繁盛,可译为改译3),此译传达出了这一标牌所蕴含的真正内涵。

(9) 流水藏金

原译:водаспряталзолото

改译1)Золото в текущей воде/Золото, скрытое в струях воды

改译2)Орхидеи в струях воды

改译3)Цветущие сокровища-орхидеи, скрытые в струях воды

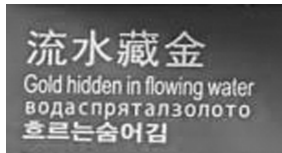


图2



图3

在富有民族文化特色的旅游景点,为了传承和弘扬该景区的民族特色,常见用少数民族语言书写的标牌,翻译此类语言景观需酌情采用不同的策略。如例(10)(见图3),原译将“约会”采用音译,令俄语受众不解,若采用意译,易于俄语受众理解,但丧失了民族语言所蕴含的文化义。当然,无论是译为“Юэхуэйвань”,抑或音译成“Пэнлай”,译语受众均无法理解,甚至不懂苗语的汉语读者也不解“朋莱”之意。因此,标牌制作者在标牌原文下一行括号里标注了“朋莱”之义:苗语:约会湾。译成俄语时,可有两种选择,一是译为改译1),先译出 Бухта “Пэнлай”,再在其后加注,这样既译出了原文文化内涵又传播了苗族文化。二是采用意译,译为改译2),可节省版面,因该标牌不仅译成俄语,还译成了英语、韩语、日语等多个语种。尽管此种译法丧失了部分文化含义,但却准确传递了信息。

(10) 朋莱湾

原译:Бухта Юэхуэйвань

改译1)Бухта “Пэнлай”(свидания)

改译 2) Бухта свидания



图 4



图 5

不同民族,由于地域、习俗、宗教,甚至社会发展程度不同,常常出现文化错位,给翻译设下陷阱。背负译语文化的译者,若不能正确解读原文文本要传达的文化信息,就会掉入陷阱(黄天源,2006:39)。移植(保留)原文的形象化语言,就等于为译语读者提供了了解异域文化的机会。译语读者不断接触此类新鲜形象,也有利于提高其对异域文化的解释和消化能力。因此,对原文中文化内涵丰富的词语(即文化负载词),应尽量采取保留形象的移植译法,使之成为译语的“新鲜血液”(成昭伟等,2008:141)。如例(11)(见图4),原译与汉语店名不对等,汉语店名中无人名“谢廖沙(Серёжа)”,而且“臭皮匠”一词未译,也许是译者将“臭皮匠”译为“Серёжа”。当然,若只提供信息,指出其经营项目,该词可不译,倘若非要译,须了解“臭皮匠”这一典故的文化内涵。“臭皮匠”源于典故“三个臭皮匠,胜过诸葛亮”。作为店名,若直译,会让其中的文化含义丧失殆尽,且令俄语受众无法领会。对该类具有文化含义词语的翻译一般可采用音译加注,附加相关背景知识,这样既可保留原文的形象和修辞效果,又可传播中国文化(成昭伟等,2008:141)。但作为标牌,局限于版面空间,在不影响主要信息传递的情况下,建议不译,只需译出店名功能(见改译),达到交际目的即可。

(11) 臭皮匠制鞋部

原译:изготовление “обуви у Серёжи”

改译:Обувная мастерская

各个民族、各种文化因其地理、物候、历史发展等影响,同一信息在不同语言中有不同形式,也可能出现表现形式的空缺,这一空缺多是各民族特有的文化负载词,一语中大多文化负载词在另一语中找不到对应词,于是就出现了文化空缺。“文化空缺”指某民族文化元素在另一民族文化中根本不存在,或某民族文化特点在另一民族文化中找不到对应词来表达的现象,反映在语言层面即词汇空缺,也称文化空缺词。在所调查的语言景观俄译中,文化词错误不多。如例(12)(见图5),原译让人疑惑不解,也许译者将“麻辣”音译为 Малая(麻辣雅),多了个字母 я。“麻辣烫”属中国特色,俄语无对应表达,翻译时一般采用音译,直接将汉语词用俄语发音写出来,初次出现时可辅以解释,该标牌翻译可借用俄语译文,见改译1)和改译2)(刘丽芬等,2018:25)。

(12) 马玉涛麻辣烫

原译:малая тан

改译 1) Острый суп

改译 2) Суп “Малатан”

3.2 译文与原文文化因子相斥

人类文化既有个性,即各民族文化的差异性,也有共性,而且文化共性在人类文化中占主导地位。人类文化共性和民族文化个性均是由自然条件和社会条件所决定的。原文与译文均含有文化因子,但所含文化因子并不相同。标牌设置者命名时,试图通过名称的各个组成部分来产生某种暗示作用,采用各种修辞(夸张、修饰、换喻),借助联想作用(文化涵义),采用先例名、先例文本等引起联想的类似物,以期受众作出有益于某一客体(如商店、餐厅等)的选择。

标牌设置者根据受众语言意识,援引小说、童话等文艺作品、电影、歌曲、电视节目、地理名称、商品品牌等。调查中所发现的一例即是援引文艺作品。如例(13)(见图6)店名“白雪公主”译为 Снежная королева(《冰雪王后》《白雪皇后》《冰雪女王》《白雪女王》《冰雪皇后》《雪之女王》《雪后》等),Снежная королева(《冰雪王后》)是安徒生的童话,是其最经典的作品之一,曾被多国翻拍成不同版本的电影及动画,它被安徒生称为七个小故事的故事,或是“心灵的冰之谜”。俄罗斯有以这一名称命名的服装品牌,意为穿上这一品牌的衣服就像白雪公主一样美丽。汉语店名“白雪公主”采用先例现象,也许包含和俄罗斯同类品牌相同的文化义,但“白雪公主”对应的俄语为“Белоснежка”,而“Белоснежка”是格里木兄弟的童话。该店名若译成“Снежная королева”,俄语受众可能会误解为该店销售的是俄罗斯同一品牌,但进店一看,销售的并非该品牌,而是各种各样的衣服,无固定品牌,甚至无牌。此译名不仅与汉语名称不符,还有侵名之嫌,若追究责任可能会打国际官司,建议改译为“Белоснежка”。针对此类语言景观,译者不仅需了解双语文化,熟谙原语与译语文化背景知识,还应具备一定的世界文化知识,结合店铺所售商品进行翻译。

(13) 白雪公主

原译:Снежная королева

改译:Белоснежка



图 6



图 7

苏联语言学家 Новиков(1982:91-108)将词的词汇意义分为四种语义类型,其中一类是语用意义,指说话人在用词上表现出的情感意义。词的情感意义可分两类,一类表现为

语言使用者对词的所指对象的情感反应;另一类表现为语言使用者对词本身的情感反应。词汇意义类型众多,汉俄语词义并非一一对应,有的在一语中有引申义,而在另一语中不一定有同样的意义。如例(14)(见图7)中“傻老板美食”译为 Ресторан Дурацкии Директор, 暂且不管语法错误与书写错误,更严重的错误是文化错误。

“傻子”字典解释为:(1)指智力低下,不明事理的人;(2)一种瓜子的品牌;(3)泛指对不聪明人的贬义之称;(4)有人处理事务时,不能按正常人思维和行动去处理,人们称此人为“傻子”,含贬义。把“傻子”作为“聪明”的反义词。一些人出于自私自利看问题,错误地把牺牲个人利益,帮助和解救别人的行为看做不聪明,是“傻子”; (5)指某人的行为很可爱,时常会形容他傻子。由此看来,傻子有两层意思,一种是智商不高的,另外一种是有褒义但又让常人难以理解的。在汉语中既有贬义,又含褒义,此处为褒义用法,指损己利人的人,俄语无类似表达,俄语 дурак 本义是“愚蠢的人”“傻瓜”,但俄罗斯民间故事有一个家喻户晓的形象“Иван-дурак”(傻子伊万),意义却不尽相同。其形象是天性懒惰却心地善良,受尽嘲弄却备受上天垂青,他与众不同的傻子思维总能在最后助他逢凶化吉,走向美满结局。时至今日,“傻子伊万”这一形象仍备受俄罗斯人喜爱,表明俄罗斯民族心理中的“傻子哲学”备受推崇:即大智若愚、大道至简、顺势而为和对上帝保持朴素、真诚的信仰。“傻子伊万”这一形象引申出了一系列谚语,如 везет дуракам(傻子自有好运)、Бог дураков любит(上帝垂青傻子)、правду видят дураки(傻子才懂真理)等,还体现在俄罗斯一些民族文化习惯上,如给孩子取小名也加上“傻子”一词,以求孩子健康平安;或是自称“傻子”,以表自嘲。可见,“傻子”这一词在汉、俄两语中,基本义相对应,但在两民族中各有不同的文化含义。由于其文化义不对等,故该译名可采取不译。此种命名汉语很多,如“韩傻子小吃”“傻瓜相机”等。因店名是“美食”,与餐厅 ресторан 还有差别,可将“美食”译为 Закусочная。

(14) 傻老板美食

原译:Ресторан Дурацкии Директор

改译:Закусочная

若不了解词语本义和联想义的差别,或不具备与译语相关的文化背景知识,即不了解这些词汇背后所负载的民族文化内涵,也就不可能完全理解词汇的文化蕴涵,则很容易出现跨文化交际偏误,严重者甚至导致文化冲突。

3.3 译文有失得体或触犯禁忌

语言景观俄译中也见译者并未准确掌握译语文化而导致译文用词或表述有失得体或触犯译语文化禁忌。因此,语言景观俄译时,应考虑汉俄两民族之间的文化差异,尊重译语的文化传统和文化习惯,既要追求功能信息等值,更要讲求文化和风格照应。如果译者不

能透彻地理解文字所蕴含的文化信息,就不可能很好地完成两种语言的转换。

语言景观外译中,词汇选择有使用场合和风格上的限制,不同语体有不同的词汇选择和使用习惯。在正式场合或官方文件中,通常使用较为庄重、严谨的词汇,而在日常口语或非正式场合中,则可能使用更为轻松、随意的词汇。若不了解不同词汇的语体特点,双语转换时可能会出错。如例(15)(见图8),此图是海南一家餐厅的提示,因常有俄语国家游客用完餐后还带走食物,故出现了这一提示牌。此标牌俄语整体上撰写表述不错,有待改进的是动词 кушать 的运用,尽管 кушать 一词较之 есть,含有亲昵、礼貌之义,但并不是所有俄语受众都喜欢动词 кушать,因 кушать 常含有孩子气的口吻,仿效孩子的话语,用于此处,不合时宜。为了避免不快,最好使用中性词 съесть,建议改为 Берите столько, сколько сможете съесть. Выносить еду нельзя! 当然,这一改译是精益求精,不仅是语言上符合译语习惯,还力求在文化上迎合大多受众心理,为和谐舒适的就餐环境增添心理上的闲适与愉悦,使译语受众真正从内心愉快接受这一建议。

(15) Берите столько, сколько будете кушать. Выносить еду нельзя!

改译:Берите столько, сколько сможете съесть. Выносить еду нельзя!



图8



图9

语言景观外译选词上除考虑译语受众心理感受外,禁忌更是需要考虑的因素。禁忌语指人们在说话时,由于某种原因,不能、不敢或不愿说出某些具有不愉快联想色彩的词语。语言交际中,有一些词语是不可随便说的,说出来可能会引起听话人的不快和反感。交际过程中,若遇到禁忌或敏感事务或话题时,不直接说出,而采用含蓄、迂回的言辞加以指代,这类言辞就叫做委婉语。语言禁忌包括性、上帝、金钱、政治、社会病理、身体功能、疾病和死亡等类别。这些类别中有令人不愉快或不愿接受的内容。在我们的调查中,的确出现了让译语受众尴尬的现象。如例(16)(见图9),“爱辉公安分局”译为 Милиция “Ай Хуй”,译文本身无错,“爱辉”是黑龙江省黑河市的一个区,即“爱辉区”,而且该地区位于中俄边境,双方贸易十分频繁。倘若直译地名“爱辉”则犯了文化禁忌,因“辉”字的音译 хуй(图中字母 й 被涂掉)在俄语中意即“男性生殖器”,主要用于骂语中,是个避讳禁忌语。而将其用于官方政府机构的命名显然不当。因此,可采用减译法,省去“爱辉”二字,只译出公安局 милиция 即可。因此,语言景观外译中,为了尊重译语民族,尊重译文读者的感情和期待(Baker, 1992: 113),可采用两种翻译策略:对禁忌语不译或用委婉语替换。

(16) 爱辉公安分局

原译:Милиция “Ай Хуй”

改译:Милиция

4 结语

本文讨论了我国汉语语言景观俄语译写的社交语用失误以及采取的相应翻译策略。社交语用失误表现为内外不分和文化误译,一般采取译与不译两大策略。具体体现为:(1)语言景观撰写言辞失当,翻译时可酌情采用不同翻译策略,若只针对本国受众的可不译,若与国外受众相关或国外受众所需的则可采用增、减、编、述、缩、并、改、仿等变译策略。(2)语言景观译写忽视受众,对与国外受众无关或有损国家形象的采取不译。(3)原文文化因子流失。针对此类现象不可照字面义直译,需透彻了解其文化内涵,采用增、减、分、合、移、换六大全译策略。(4)译文与原文文化因子不合。外译时若不影响主要信息传递,对文化负载词采取不译。(5)译文语体不当或触犯禁忌,针对前者需弄清词汇语体特点,依不同场合不同受众选择恰当词汇,针对后者可采用不译或用委婉语代替等。

参考文献:

- Baker, M. 1992. *In Other Words: Coursebook on Translation* [M]. London: Routledge.
- Thomas, J. 1983. Cross-cultural pragmatic failure [J]. *Applied Linguistics* (2): 91-112.
- Лю Лифэнь, Ли Минь. 2023. Анализ ошибок в порядке слов при переводе знаков для общественных мест в Китае на русский язык [J]. *Политическая лингвистика* (4): 208-216.
- Лю Лифэнь, Ли Жуйжу, Ли Минь, Хуан Чжунлянь. 2023. Анализ морфологических ошибок в русских переводах информационных знаков в Китае [J]. *Вопросы истории* (2): 256-267.
- Лю Лифэнь, Пи Юаньчжо. 2022. Анализ графических и орфографических ошибок в русскоязычных компонентах китайских общественных знаков [J]. *Международный аспирантский вестник* (4): 74-79.
- Новиков, Л. А. 1982. *Семантика русского языка* [M]. Москва: Высш. школа.
- 陈汝东. 2001. 语言伦理学 [M]. 北京: 北京大学出版社.
- 成昭伟, 周丽红. 2008. 译可译 非常译: 英汉互译典型错误例析 [M]. 北京: 国防工业出版社.
- 龚千炎. 1992. 社会用语研究刍议 [J]. *汉语学习* (6): 1-5.
- 顾俊玲. 2013. 牌匾公示语误译溯源 [J]. *中国俄语教学* (1): 54-57.
- 何自然, 陈新仁. 2004. 当代语用学 [M]. 北京: 外语教学与研究出版社.
- 何自然, 李冬梅, 莫爱屏. 2020. 公示语得体性及其语用翻译策略 [J]. *翻译与传播* (1): 108-119.
- 黄天源. 2006. 误译存在的合理性与翻译质量评价 [J]. *中国翻译* (4): 37-42.
- 姜雪华. 2017. 中国边境城市俄译牌匾公示语分析与评价——以满洲里商业街为例 [J]. *呼伦贝尔学院学报* (1): 97-99, 18.
- 孔德亮. 2005. 文化——翻译的轴心 [J]. *语言与翻译* (2): 58-60.
- 李长春. 2004. 李长春在中央对外宣传工作会议上强调外宣工作要贴近国外受众 [EB/OL]. [2004-4-22]. <https://news.>

sina.com.cn/c/2004-04-22/07192371714s.shtml.

- 李元胜. 2004. 跨文化非语言交际语用失误研究[J]. 华中科技大学学报(社会科学版)(2):112-116.
- 刘楚群. 2019. 当今语言规范观:中和诚雅[J]. 江西师范大学学报(哲学社会科学版)(6):68-75.
- 刘丽芬. 2016. 中国公示语研究进展与前瞻[J]. 中国外语(6):53-58.
- 刘丽芬, 刘秀娟, 鲍雪. 2018. 中国境内语言景观俄译考察[J]. 中国俄语教学(1):20-30.
- 刘丽芬, 潘盈汕. 2020. 语言景观俄译失调因子分析[J]. 中国翻译(2):154-162.
- 刘绍忠, 钟国仕. 2001. 语用关联与跨文化交际中的五类语用失误[J]. 柳州师专学报(2):34-39.
- 卢彩虹. 2016. 传播视角下的外宣翻译研究[M]. 杭州:浙江工商大学出版社.
- 吕卉, 石梦真, 刘丽芬. 2022. 公共空间俄语景观的翻译生态研究——以海南自由贸易港为例[J]. 海南大学学报(人文社会科学版)(5):152-157.
- 罗常培. 2018. 语言与文化[M]. 南昌:江西教育出版社.
- 钱冠连. 2002. 汉语文化语用学[M]. 北京:清华大学出版社.
- 王建华. 2000. 21世纪语言文字应用研究[M]. 杭州:浙江教育出版社.
- 王晓娟. 2011. 我国境内俄译公示语现状研究[J]. 中国俄语教学(4):80-82.
- 王晓娟. 2014. 禁止类公示语汉俄翻译策略探析[J]. 中国俄语教学(1):38-43.
- 王晓娟. 2015. 提示类公示语汉俄翻译策略探析[J]. 中国俄语教学(1):54-59.
- 王佐良. 1989. 翻译:思考与试笔[M]. 北京:外语教学与研究出版社.
- 伍峰, 何庆机. 2008. 应用文体翻译:理论与实践[M]. 杭州:浙江大学出版社.

Exploring Social Pragmatic Errors in Russian Translations of Chinese Language Landscape

LIU Lifen PEI Xianglin

Abstract: Mistranslations of Chinese language landscape into foreign languages are prevalent, encompassing diverse linguistic and cultural aspects. Inaccurate signage may fail to achieve its intended purpose or even lead to adverse consequences. This paper investigates the phenomenon of sociopragmatic errors in Russian translations of Chinese language landscape. Such errors manifest primarily as internal-external confusion and cultural mistranslation, including inappropriate language, disregard for the target audience, loss of cultural context in the original text, conflict between the cultural context of the original and translated texts, and mistranslations that are inappropriate or offensive. This study aims to provide insights for improving and standardizing the translation of language landscape, giving reference for government's policy-making on the subject, and assisting government agencies, businesses, and individuals in drafting foreign-language landscape.

Key words: language landscape; Russian translation; sociopragmatics; error analysis

责任编辑:朱晓云