

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Уральский федеральный университет  
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина»  
Уральский гуманитарный институт  
Кафедра иностранных языков и перевода

## ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ КИТАЙСКИХ БЛЮД НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Направление подготовки 45.04.02 «Лингвистика»

Профиль «Перевод и переводоведение»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Выпускная квалификационная работа

Заведующий кафедрой

магистра

проф., д-р пед. наук

Чжао

\_\_\_\_\_ Л. И. Корнеева

Даньян

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

Нормоконтролер

Научный руководитель

доцент, канд. эк. наук

доцент, канд. пед. наук

\_\_\_\_\_ Е.В. Язовских

\_\_\_\_\_ А.М. Кабанов

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

Екатеринбург  
2021

## АННОТАЦИЯ

Важность исследования принципов, методов и стратегий перевода названий блюд китайской кухни на русский язык в последние годы привлекает внимание всё большего числа учёных и специализированных академических учреждений в связи с глобализацией мировой экономики. Этот вид культурной коммуникативной деятельности предполагает не только преобразование языковых символов, но и интеграцию культур. В то время как язык является частью культуры, зарубежное развитие и рост индустрии общественного питания в Китае является важной частью мировой экономической деятельности. Русский перевод названий китайских блюд больше не является чисто литературным переводом текста. В известном смысле это должна быть некоторая внешняя коммуникационная деятельность или даже полноценная внешнеэкономическая деятельность. Качество русского перевода названий китайских блюд во многом напрямую влияет на масштабы и эффективность развития китайской индустрии общественного питания в России. Однако в силу культурных различий и других причин существует множество трудностей с переводом названий китайских блюд на русский язык. Это требует использования необходимых приёмов перевода названий китайских блюд на русский язык, чтобы переведённые названия полностью отражали региональные и национальные особенности китайской кухни.

На основе исследования китайского переводчика Бао Хуэйнаня и британского переводчика Taylor по переводу названий блюд в данной статье обобщаются проблемы перевода названий китайских блюд на русский язык.

Автор статьи пытается теоретически решить проблемы, возникающие при переводе китайских названий блюд на русский язык. По словам переводчиков Carl и Taylor, поиск подходящего метода перевода для различных ситуаций перевода – лучшая стратегия. Что касается культурных различий, встречающихся при переводе названий китайских блюд на русский язык,

рекомендуется, чтобы переводчики рассмотрели и изучили эти две стратегии диалектически, исторически, а не статически и абсолютно. Согласно изложенным выше принципам, мы предлагаем решить проблему перевода названий китайских блюд на русский язык и способы перевода названий блюд.

**Ключевые слова:** китайские названия блюд; перевод; смысловая передача и культурная передача.

## ABSTRACT

The relevance of the work. The importance of researching the principles, methods, and strategies for translating the names of Chinese dishes into Russian in recent years has attracted the attention of an increasing number of scientists and specialized academic institutions in connection with the globalization of the world economy. This type of cultural communication activity involves not only the transformation of linguistic symbols but also the integration of cultures. While language is part of the culture, the overseas development, and growth of China's foodservice industry is an important part of global economic activity. The Russian translation of the names of Chinese dishes is no longer a purely literary translation of the text. In a sense, this should be external communication activity or even a full-fledged foreign economic activity. The quality of the Russian translation of the names of Chinese dishes in many ways directly affects the scale and effectiveness of the development of the Chinese catering industry in Russia. However, due to cultural differences and other reasons, there are many difficulties in translating the names of Chinese dishes into Russian. This requires the use of the necessary techniques for translating the names of Chinese dishes into Russian so that the translated names fully reflect the regional and national characteristics of Chinese cuisine.

Based on the research of Chinese translator Bao Huinan and British translator Taylor on the translation of dish names, this article summarizes the problems of the translation of Chinese dish names into Russian.

The author of this article attempts to find a solution to the problems encountered in translating Chinese dish names into Russian on a theoretical basis. According to translators Carl and Taylor, finding a suitable translation method according to different translation situations is the best strategy. Regarding the cultural differences encountered in translating Chinese dish names into Russian, it is recommended that translators consider and study these two strategies dialectically, historically rather than statically and absolutely. According to the above-mentioned principles, we

propose to solve the problem of translation of Chinese dish names into Russian and methods to translate dish names.

**Key words:** Chinese names of dishes; translation; semantic transmission and cultural transmission.

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
ГЛАВА 1. СТАТУС ИССЛЕДОВАНИЯ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЯ КИТАЙСКОГО БЛЮДА И ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ КИТАЙСКИХ БЛЮД НА РУССКИЙ ЯЗЫК .....	14
1.1. Текущее состояние исследований по переводу названий китайских блюд на русский язык .....	14
1.2. Проблемы перевода китайских названий блюд на русский язык .....	21
Выводы по первой главе.....	32
ГЛАВА 2. ЦЕЛЬ И ПРИНЦИПЫ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ КИТАЙСКИХ БЛЮД НА РУССКИЙ ЯЗЫК И СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЯ КИТАЙСКОГО БЛЮДА.....	34
2.1. Цель и принципы перевода названий китайских блюд на русский язык .....	34
2.2. Способы перевода названия китайского блюда.....	47
Выводы по второй главе .....	85
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	87
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	93

## ВВЕДЕНИЕ

Название блюда – незаменимое понятие во всех языках и культурах. В данной работе исследуются трудности перевод названий китайских блюд в российских реалиях.

В этой работе сочетаются методы анализа и исследования, такие как анализ определений, сравнение, обобщение, анализ текстовых примеров и исследование рынка китайской культуры общественного питания. Состояние, принципы, методы и стратегии перевода систематически исследуются и изучаются. Сравнивая названия существующих китайских блюд с названиями русских блюд, предлагается, чтобы русские названия переведённых блюд не только максимально сохраняли точность передачи информации об оригинальных блюдах, но и распространяли богатую китайскую культуру, которая отражается в названиях блюд, адаптируя ее к языку мышления русскоговорящих.

**Актуальность работы** важность исследования принципов, методов и стратегий перевода названий блюд китайской кухни на русский язык в последние годы привлекает внимание всё большего числа учёных и специализированных академических учреждений в связи с глобализацией мировой экономики. Этот вид культурной коммуникативной деятельности предполагает не только преобразование языковых символов, но и интеграцию культур. В то время как язык является частью культуры, зарубежное развитие и

рост индустрии общественного питания в Китае является важной частью мировой экономической деятельности. Русский перевод названий китайских блюд больше не является чисто литературным переводом текста. В известном смысле это должна быть некоторая внешняя коммуникационная деятельность или даже полноценная внешнеэкономическая деятельность. Качество русского перевода названий китайских блюд во многом напрямую влияет на масштабы и эффективность развития китайской индустрии общественного питания в России. Однако в силу культурных различий и других причин существует множество трудностей с переводом названий китайских блюд на русский язык. Это требует использования необходимых приёмов перевода названий китайских блюд на русский язык, чтобы переведённые названия полностью отражали региональные и национальные особенности китайской кухни.

**Цель работы** – проанализировать проблему перевода названий китайских блюд на русский язык и предложить лучшие методы этого вида перевода.

**Задачи исследования** – проанализировать проблему перевода китайских названий продуктов питания на русский язык; определить принцип перевода названий китайских блюд на русский язык; сформировать теорию перевода названий китайских блюд на русский язык и найти лучший способ их перевода.

**Объект исследования** – варианты перевода названий китайских блюд.



**Предмет исследования** – проблемы перевода названий китайских блюд на русский язык и методы перевода названий блюд китайской кухни на русский язык.

В настоящей диссертации использовались следующие **методы исследования**: метод анализа, а именно произведен анализ определений, текстовых примеров, рынка китайской культуры общественного питания; метод сравнения, преимущественно проведено сравнение названий существующих китайских блюд с названиями русских блюд.

**Новизна исследования** в исследовании сочетаются теория и практика для решения конкретных проблем практики китайско-русского перевода - обсуждаются принципы и стратегии перевода китайских блюд на русский язык. Это исследование устанавливает принцип эффективного перевода названий китайских блюд на русский язык и позволяет избежать неправильного перевода названий китайских блюд при переводе на русский язык.

**Методологической базой**: настоящей исследовательской работы составляют научные труды, статьи как современные, так и написанные несколько десятилетий назад, но остающиеся актуальными до сих пор. В частности, использованы труды Марка К. Бейкера, Карла Байби, Джона К. Катфорда, Кристианы Норд, Эрнста-Августа Гутта, Питера Ньюмарка, Евгения Ниды, Гу Цзина, Бао Хуэйнаня и иных. Среди них китайский переводчик Чен Цзянци объяснил важность перевода названий китайских блюд на русский язык. Переводчик Бао Хуэйнань указал на трудности перевода названий китайских

блюд на русский язык в «Методах перевода названий китайских блюд на русский язык». Чен ин (Китайские переводчики), в журнале «Chinese Translation» остановился на некоторых методах перевода названий китайских блюд на русский язык.

**Материалом для исследования:** В материалах исследования основное внимание уделяется русскому переводу названий китайских блюд. Это содержание включено в Национальную администрацию туризма Китая и связанные с ним документы.

**Теоретическая значимость** – теоретическая значимость заключается в анализе и сравнении русского перевода названий блюд с целью выбора наилучшего способа их перевода.

**Практическая значимость** – практическое значение состоит в том, что выводы и материалы этого исследования могут найти применение при преподавании русского языка как иностранного или китайского как иностранного, а также способствовать совершенствованию процесса перевода с китайского на русский и с русского на китайский.

**Апробация.** Результаты исследования были представлены в следующих публикациях:

1. Чжао Д. Анализ семантических различий английской и китайской кулинарной лексики // Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2020. No 8(153) с.110-115.

2. Чжао Д. Перевод реалистичных китайских блюд // Студенческий вестник: электрон. научн. журн. 2020. No 16(170) с.169-174.

**Структура работы** – научная работа состоит из шести частей. Введения, двух глав, заключения и библиографического списка.

Введение определяет предмет и цель исследования, раскрывает методы исследования, теорию и практическое значение.

В первой главе излагается исследовательский статус и проблемы русского перевода названий китайских блюд и резюмируется текущее состояние.

Глава вторая. Цель и принципы перевода названий блюд китайской кухни на русский язык, в этой главе определяются принципы и методы перевода в зависимости от цели, и объясняет способ перевода названия китайских блюд. В этой главе обсуждался стратегии и методы перевода, такие как транслитерация, и в то же время предлагаются соответствующие стратегии перевода.

В заключении подведены итоги всей работы. Список использованных источников – 73. Без приложения страничный сборник дипломной работы составляет 92 страницы. Общее количество таблиц в работе – 2.

**На защиту выносятся следующие положения:**

1. Есть несколько китайских блюд, имеющих собственные уникальные названия на русском языке, которые признаются и принимаются российскими потребителями. Однако, при переводе множества менее распространенных названий китайских блюд на русский язык не существует стандартизированного перевода, отсутствуют единые стандарты перевода. Это

вносит путаницу и не способствует распространению данных блюд, посетители ресторанов и кафе предпочитают их не заказывать. При этом, данной проблеме не уделяется в настоящее время достаточное внимание со стороны исследовательских институтов, ученых; 2. Обеспечение достоверной передачи основной информации о китайских блюдах является одной из конечных целей перевода названий блюд китайской кухни на русский язык. Иной конечной целью перевода является формирование узнаваемого бренда, что способствует дальнейшему распространению конкретного китайского блюда, а затем и развитию китайской кухни и индустрии питания в целом. Для наилучшей передачи смысла названий китайских блюд используются следующие принципы и способы перевода: принцип смысловой близости – значения соответствующих слов на двух языках максимально близки; принцип культурной коммуникации – передача китайской культуры, выраженной в названии блюда; экономический принцип – использование перевода в целях развития индустрии питания, на благо экономике. Способы: объяснительный перевод – толкование, интерпретация названий посредством устойчивых ассоциаций, а также с использованием дополнительного описания блюда; транслитерация – при отсутствии слова-эквивалента, передача слова из китайских знаков посредством аналогичных знаков русского языка; вольный перевод – отступление от оригинального текста, использование воображения, творчества, чтобы обеспечить точную передачу основной информации; 3. Для достижения наиболее лучшего перевода названий блюд китайской кухни

необходимо использовать и принимать во внимание такие факторы, как: культурные табу (в китайском меню присутствуют ингредиенты, которые могут быть не поняты России, например, экзотические растения, внутренние органы животных); национальные аллюзии (китайские аллюзии могут быть не известны российскому потребителю), внимательно относиться к обработке исторической и культурной информации, которая может содержаться в названии блюда, использовать на благо перевода общее в культурах стран (например, распространенная приправа «карри»); учитывать возможность наличия метафоры в названии блюда (может скрывать основной ингредиент), сопровождать перевод иллюстрациями, использовать дословный перевод для передачи ключевой информации, ингредиентов.

# **ГЛАВА 1. СТАТУС ИССЛЕДОВАНИЯ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЯ КИТАЙСКОГО БЛЮДА И ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ КИТАЙСКИХ БЛЮД НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

## **1.1. Текущее состояние исследований по переводу названий китайских блюд на русский язык**

Китайские блюда и виды продуктов питания завоевали любовь многих россиян, и у них есть собственные уникальные названия, переведённые на русский язык, которые признаются и принимаются потребителями, однако при переводе названий китайских блюд на русский язык не существует стандартизированного перевода для справки переводчиков. Это привело к отсутствию единых стандартов перевода китайских блюд на русский язык, что не способствует продвижению Китайские блюда в России [25, с. 240].

Разница между названиями китайских блюд в переводе на русский язык и оригинальными названиями китайских блюд не способствует дальнейшему продвижению китайских блюд в России. Столкнувшись с этим явлением, автор обобщил текущую ситуацию и проблемы, с которыми сталкиваются при переводе китайских блюд на русский язык.

Специальное теоретическое исследование русского перевода названий китайских блюд не привлекло достаточного внимания в китайских академических кругах, а важность нормативного перевода названий китайских

блюда пока не привлекла внимания переводчиков-лингвистов [49, с. 63]. Большинство работ, посвящённых исследованиям перевода названий блюд, в основном ограничиваются лингвистическими и культурными исследованиями, и лишь немногие из них могут сочетать перевод с развитием социальной экономики и оптимизацией, и корректировкой промышленной структуры. Даже если есть случайные исследователи, которые хотят участвовать в соответствующих исследованиях, они просто не могут получить поддержку и признание своих коллег, что делает исследование неспособным продолжиться.

Суть в том, что в процессе перевода названий китайских блюд на русский язык переводчику не хватает понимания и исследования российского рынка, культуры и потребностей аудитории [16, с. 21]. Различия в языковых привычках русскоговорящих переводчики не учли, что в итоге приводит к проблемам с переводом названий блюд. Перевод либо недостаточно конкретен, чтобы передать информацию, либо его сложно понять, либо отсутствует культура перевода, которая не может полностью удовлетворить ожидания и эстетический вкус широкой аудитории переводов. Из-за этого переведенное имя не может быть полностью интегрировано в языковые нормы и культурные обычаи аудитории, не может быть понято и принято целевой аудиторией. Даже некоторые переводы часто вызывают культурные конфликты между целевой языковой группой и языковой группой оригинала.

Следовательно, важность принципов, методов и стратегий перевода названий китайских блюд, а также стандартизации названий переводов

становится все более заметной. Исходная культура, содержащаяся в названии блюда, может быть передана целевой аудитории только на соответствующем целевом языке. Конечно, языковая форма в переводе не может использоваться просто как инструмент культурного общения, это больше касается фактической передачи информации, содержащейся в самом языке.

Гу Чжэнкунь (китайский переводчик) ясно заявил в статье, опубликованной в первом выпуске «Китайского перевода» в 1989 году, что стандарты перевода могут быть разнообразными и дополнять друг друга и выступал за разделение стандартов перевода на абсолютные стандарты, высочайшие стандарты и особые стандарты [19, с. 11]. Уникальность абсолютного стандарта относится к самой оригинальной работе, абстрактность высшего стандарта перевода является наилучшим приближением перевода, а конкретный стандарт будет основан на конкретной ситуации перевода, чтобы удовлетворить потребности разные читатели, чтобы не исключать разный метод перевода. Однако для русского перевода названий китайских блюд в настоящее время читателю разрешается только адаптироваться к переводу, что в большей степени способствует сохранению единообразия названий китайских блюд в русском переводе. Следовательно, при переводе китайской ресторанной культуры необходимо следовать определенным теориям перевода, но нельзя полностью ограничиваться теориями. Перевод названий блюд не может полностью полагаться на чистую теорию, и цель переводческой деятельности является первым элементом [26, с. 90].



В настоящее время при переводе названий китайской кухни неточностей в переводе названий предостаточно. Китайская культура питания имеет долгую историю и существует множество видов блюд, но отсутствие единого управления брендом, такого как KFC, McDonald's и другие международные отрасли быстрого питания, не способствует развитию китайского общественного питания в России [37, с. 20].

Особенно в процессе внешнего распространения китайского общественного питания не хватает единых промышленных или культурных отделов и исследовательских институтов для проведения систематических исследований и обсуждения норм перевода. После перевода названий китайских блюд на русский нет шаблона, на который можно было бы ссылаться. Поэтому одно и то же китайское блюдо имеет много русских названий. Одно и то же название блюда будет переведено по-разному, даже в разных ресторанах в одном районе, их переведённые названия различаются. Методы перевода также разнообразны, единого стандарта нет. Хотя при переводе необходимо учитывать использование слов в соответствии с настоящей ситуацией, переведённые названия блюд, используемых во внешнем общении, должны быть согласованными. Продолжающееся распространение непоследовательных переводов, безусловно, нанесёт ущерб образ китайской культуры общественного питания.

В настоящее время эти переведённые имена, используемые в разных контекстах, сильно различаются от выбора слова к структуре, и такие

переведённые имена не могут заставить аудиторию переведённых имён понять, что одни и те же блюда упоминаются при изменении контекста. Тот факт, что существует несколько переведённых названий блюд, или явление, что один перевод может соответствовать нескольким различным блюдам, только запутает целевую языковую аудиторию, когда они увидят эти переведённые названия. Это не способствует тому, что гости заказывают блюда, но также влияет на экономические выгоды предприятия общественного питания и ещё более неблагоприятно для установления бренда блюд [73, с. 100].

Уместность перевода названий китайских блюд необходимо усилить, а перевод нельзя слепо переводить буквально, так как это неизбежно приведет к недопониманию переведенных названий целевой языковой аудиторией.

На самом деле русский перевод названий китайских блюд хаотичный и беспорядочный, а перевод очень случайный. Не существует стандартизированного метода перевода и принципа использования имен собственных. У переводчиков с разным теоретическим уровнем, разным практическим опытом и разным пониманием целей перевода используются разные методы перевода названий блюд, что неизбежно вызовет путаницу при переводе названий.

Как практический перевод названий блюд, чем больше переведено названий, тем больше это не способствует распространению блюд. Для перевода названий блюд требуется единый стандарт. Столкнувшись с этим явлением, академические исследовательские институты должны организовать

экспертов и ученых, чтобы как можно скорее собрать и отсортировать существующие названия блюд, а также изучить стандартный перевод их названий. В то же время мнения и предложения широкой общественности запрашиваются и своевременно доводятся до общества, чтобы стандартизировать стандарты перевода названий китайской кухни и пищевой промышленности и свести к минимуму неправильный перевод. Отсутствие научного и стандартизированного перевода названий китайских блюд на русский язык неизбежно будет препятствовать развитию китайской индустрии общественного питания в России.

Например, «Мясо Юаньбао» (китайское название блюда, обычно переводимое как свинина в форме золотого слитка). Дословный перевод названия этого блюда сделает непонимание целевой языковой аудитории. Это название напоминает людям большую тарелку мяса в форме слитков. Фактически, «Юаньбао» здесь относится к перепелиным яйцам или яйцам после того, как их отварили, очистили от кожуры и разрезали на мелкие кусочки со свиной грудинкой, жареные и обугленные. Поэтому это блюдо следует переводить как свинина с яйцами, жаренными во фритюре.

Отношение переводчиков к толковому переводу некоторых названий блюд не строгое, и в процессе перевода не было замечено, что переведенные названия могут вводить в заблуждение. Анализ не был тщательно изучен и выверен, язык однообразен, содержание расплывчато, а в передаче информации часто возникают пробелы. Давний феномен многократного перевода названий

блюда также доставил много проблем стандартизированному переводу названий. Причина этого явления - результат перевода названий многими переводчиками на основе собственных принципов перевода и понимания блюд в разные периоды.

В сфере обмена культурой питания, а также в сфере распространения культуры и коммуникации в сфере общественного питания высококачественный перевод названий, безусловно, поможет распространению и развитию китайской индустрии общественного питания. Хаотичный перевод названий и качество перевода китайских блюд не только не смогут донести до целевой аудитории китайскую культуру питания и этнический комплекс, но и повлияют на китайские блюда, особенно на имидж фирменных блюд. Таким образом, русский перевод названий китайских блюд в настоящее время является ключевым звеном, которое касается успеха или неудачи зарубежного развития и распространения китайской индустрии общественного питания. Только полностью интерпретируя информацию и культуру в оригинальных названиях блюд под стандартизованными переведенными названиями, общение и общение могут протекать беспрепятственно, а китайская культура может быть лучше продвинута и обогащена.

## 1.2. Проблемы перевода китайских названий блюд на русский язык

Судя по ситуации с более чем 200 публично опубликованными научными работами о переводе названий блюд на русский язык с 2002 по 2012 год (собраны из CNKI), в переводе есть много новшеств, таких как «[中国科技翻译](#)» (Перевод китайской науки и техники, название китайского академического журнала) Лю Цинку (китайские переводчики) написал статью, посвящённую обсуждению некоторых принципов и методов перевода названий китайских блюд на русский язык, и предложил методы перевода, такие как умеренная транслитерация и преобразовательный перевод [41, с. 240]. Гунн Инфант (китайские переводчики) написал статью в «[湖南科技学院学报](#)» (Журнал Хунаньского университета науки и технологии, название китайского академического журнала) предложить применение коммуникативных переводческих стратегий при переводе названий китайских блюд на русский язык [35, с. 77]. В 2012 году Вен Сонь (китайские переводчики) провёл сравнительное исследование и обсуждение языковых характеристик китайских и западных блюд [36, с. 240]. Исследования этих учёных продемонстрировали определённую академическую ценность и теоретическую основу, но в целом за последние десять лет в соответствующих исследованиях есть проблемы и недостатки, что вызвало путаницу и отсутствие единых стандартов для русских переводных имён. Основная причина этого крайне необычного явления заключается в относительном отсутствии у переводчиков специальных знаний.

Методы перевода в основном основаны на определённых приёмах перевода литературных произведений. Применение теории литературного перевода к переводу названий блюд не имеет единого стандарта.

Исследования переводов в прикладной сфере неосуществимы из-за отсутствия теории и неопределённости перевода. Как административные ведомства, так и научно-исследовательские институты не уделяют достаточного внимания переводческим исследованиям в практической области, из-за чего многие переводчики не посвящают себя исследованиям в этой области.

Согласно статистике 200 статей на CNKI, среди них «Китайское меню», «Китайский рецепт», «Китайские блюда», «Китайская еда», всего 70 статей с приставкой «китайский», например «Китайская и западная диета» в названии, что составляет 35% от общего количества статистических работ; статьи, начинающиеся с «анализ», «обсуждение», «пробный анализ» и «повторное обсуждение» всего 42 статьи, бухгалтерский учёт на 21%. Вместе они составили почти 60% от общего количества статей. Их содержание также повторяет некоторые утверждения, сделанные соответствующими учёными до 2004 года. Содержание этих статей очень похоже, и во многих переводах текста есть ошибки.

Таким образом, отсутствие квалифицированных специалистов в команде переводчиков привело к низкому качеству перевода переведённых имён. Чрезвычайно низкая вероятность принятия таких рукописей в основных

журналах на иностранных языках и чрезвычайно высокие академические требования не позволяют большому количеству ученых переводить блюда. Эта ситуация заслуживает достаточного внимания со стороны научно-исследовательских институтов и всего общества. Особого внимания заслуживает подготовка профессионалов в области практического перевода. В настоящее время не хватает переводчиков в специализированных областях, что, в свою очередь, делает соответствующие переводы в различных специализированных областях не стандартизированными, не единообразными и некачественными.

Для перевода названий блюд с китайского на русский язык требуется определенное руководство по теории перевода. Немецкий переводчик Wolfram Wills предложил исследования прикладного перевода в книге «Наука перевода: проблемы и методы» [24, с. 90]. Уэльс считает, что теория перевода и практика перевода дополняют друг друга и продвигают друг друга. Теория перевода берёт своё начало из точной практики перевода, в свою очередь, направляет определённую деятельность по практике перевода и способствует постоянному совершенствованию и развитию практики перевода. Однако в области практического перевода названий блюд практика перевода фокусируется на передаче основной информации о блюдах, стандартизации формы перевода названий блюд и реализации целей перевода. Конечно, любая социальная деятельность неотделима от законов развития естественного общества, но, если пренебрегать реалии общественного развития и слепо

следовать определённым законам, это неизбежно будет препятствовать социальному развитию и прогрессу.

Таким образом, перевод может быть выполнен хорошо только с использованием различных теорий перевода и практического опыта, который люди обобщили, в сочетании с социальной реальностью и продолжая обогащать и развивать предыдущие теории.

Успешная переводческая деятельность не может быть отделена от действительный ограничений двух дискурсивных сред языковой группы оригинала и целевой языковой группы. Поэтому при переводе необходимо учитывать эстетическую парадигму и парадигму дискурсивного поведения целевой языковой аудитории. Целевая языковая аудитория является ядром переводческой деятельности. Полностью мобилизуйте её словесный, психологический и культурный отклик, чтобы полностью обеспечить осознание культурной ценности и рыночной стоимости перевода, а также сделать перевод блюд убедительным.

При переводе названий китайских блюд из-за богатых элементов китайской культуры, содержащихся в самих названиях китайских блюд, перевод должен иметь культурные атрибуты [50, с. 37]. Уникальность переведённого названия в переводе названий китайских блюд призвана принадлежать переводу имени собственного в области научно-технического перевода. Перевод названий китайских блюд предназначен для содействия внешним связям и развитию индустрии общественного питания в Китае,



поэтому перевод названий китайских блюд также относится к индустрии рекламных переводов. Перевод названий блюд на китайском языке предназначен для содействия развитию китайских предприятий общественного питания в России, расширения внешней торговли и стимулирования корректировки и обновления соответствующей промышленной структуры Китая, а также для того, чтобы перевод названий блюд имел определённые факторы экономической ценности.

Создание любого текста неотделимо от его социальной ценности, и как творческий перевод текста он также неотделим от культурных и информационных функций самого текста. Переводчик как субъект перевода и текст объекта перевода (исходный текст и целевой текст), в процессе чередования текста переводчик полностью раскрывает инициативу субъекта перевода, согласовывая язык оригинала и целевой язык коммуникация и обмен между информацией и культурной.

Обеспечение достоверной передачи основной информации о китайских блюдах – одна из основных задач перевода названий китайских блюд на русский язык.

Основная информация о китайской кухне включает сырьё, навыки ножа, методы приготовления, процесс производства и питательные свойства каждого блюда. Также включает цвет, аромат, вкус, форму и другие вкусовые, этнические характеристики самого блюда, включает посуду, тару и др. В процессе распространения информации, в соответствии с различными целями,

которые должны быть достигнуты при переводе, выберите важные слова для перевода без необходимости переводить все слова. Другой аспект основной цели – сделать так, чтобы переведённое название способствовало становлению бренда китайской кухни и расширению российского рынка, и должно иметь значение рекламы. Хороший перевод – необходимое условие для создания бренда ресторана, а хороший эффект бренда неизбежно принесёт хорошие отзывы [27, с. 37].

Можно сказать, что передача китайской национальной культуры и идей является одной из конечных целей перевода китайских блюд на русский язык. Внешняя коммуникация и развитие индустрии общественного питания должны не только привлекать инстинктивные желания публики необходимыми «вкусными» эффектами самих блюд, но и позволять зрителям ощутить влияние определённой культуры с идеологических и культурных аспектов. Это позволяет им более глубоко оценить широту и глубину китайской культуры, так что не только понимают и принимают Китай с точки зрения еды, но также лучше понимают и продвигают Китай с культурной точки зрения.

Например, следующие названия блюд соответственно отражают определённые уникальные культурные мысли китайского народа.

«全家福» (название китайского блюда, обычно переводится как жареные во фритюре тефтели и различные виды мяса, тушенные вместе в супе) выражает стремление людей к счастливой и счастливой семейной жизни.

«鲤鱼跃龙门» (название китайского блюда, обычно переводится как рыба на

пару) выражает стремление людей к успеху и славе и «开门红» (название китайского блюда, обычно переводится как рыба голова в хлопьях красного перца (блюдо)) ориентирована на людей, желающих счастливой и красивой жизни в наступающем году. «龙凤呈祥» (название китайского блюда, обычно переводится как суп тушеный с курицей и карпом) показывает стремление людей к удаче и удаче.

Столкнувшись с таким названием блюда должны попросить сохранить в нём элементы китайской культуры, и не можете просто перевести.

Основная цель перевода названий китайских блюд на русский язык – способствовать экономическому развитию смежных отраслей в Китае за счёт расширения развития индустрии общественного питания в России.

Перевод названий китайских блюд на русский язык призван дать возможность китайской индустрии общественного питания развиваться и лучше распространяться в России. С точки зрения самого перевода, включает в себя как языковое общение, так и культурную интеграцию. Поэтому перевод названий китайских блюд на русский язык — это двусторонняя культурная экономическая деятельность. С определённой точки зрения перевод является мостом для всех культурных и экономических коммуникаций и обменов. Хороший перевод может не привести к успешному общению, но неудачный перевод неизбежно приведёт к неэффективности общения и даже к культурным конфликтам и барьерам.

Например, транслитерация. Транслитерация — это наиболее часто используемый метод перевода названий китайских блюд на русский язык. Но у транслитерации есть и недостатки.

Переводчики переносят символы или звуки исходного языка в перевод, преодолевая языковые символические барьеры и направляя читателей в среду исходного языка и культуры для реализации познания и понимания [9, с. 77]. Хотя транслитерация считается самым простым способом проникнуться языком и культурой, профессор Пан Сэньо и г-н Чжоу Чижей (китайские переводчики) считают, что транслитерация — это неудачный перевод с точки зрения смысла и культуры, и в лучшем случае это беспомощный выбор [47, с. 51].

Ценность транслитерации существует только на лингвистическом уровне, что касается языка, появление транслитерированных слов на целевом языке является своего рода отчуждением. Поэтому слишком большое количество транслитерации затрудняет понимание перевода, что, в свою очередь, влияет на передачи общекультурного содержания текста.

Хотя вывод г-на Чжоу Чжипэя (переводчик китайского) и профессора Пан Сэньо (переводчик китайского) о малой ценности транслитерации является в некоторой степени произвольным, метод транслитерации действительно имеет некоторые неизбежные недостатки. Во многих случаях некоторая необходимая информация не может быть точно передана целевым читателям с помощью языкового выражения [34, с. 19].

Хотя транслитерация стала методом перевода, широко используемым переводческим сообществом, когда невозможно буквально перевести название блюда в процессе внешнего рекламного перевода или сохранить определённый культурный образ, содержащийся в названии китайского блюда. Однако транслитерация может передавать только примечания языка оригинала, но не может раскрыть его значение. Поэтому широкое использование транслитерации и заимствований только увеличит нагрузку на память аудитории, а культурный фон языка оригинала должен быть полностью понят. Хорошо запомните это транслитерированное имя.

Однако с точки зрения развития распространения китайской культуры транслитерация должна быть лучшим способом перевода названий китайских блюд на русский язык.

Русская аудитория может почувствовать себя непонятной, когда впервые получит транслитерацию названий китайских блюд. Однако, пока переводчик настаивает на последовательных методах транслитерации и использует соответствующую интерпретацию, правительства всех уровней, предприятия общественного питания и конференции по культурному обмену пропаганда в сочетании с эффектом графики, транслитерированные названия китайских блюд будут широко поняты и приняты россиянами. Из-за культурной простоты транслитерации в большей степени способствует укреплению культурных обменов между Китаем и Россией.

В настоящее время транслитерированные названия многих китайских блюд и продуктов питания интегрированы в русский язык и культуру и постепенно становятся привычными. Например, «цзяо-узы», «цзунцзы» и другие транслитерированные имена знакомы русским, а богатый китайский культурный смысл понятен слушателям, что является лучшим доказательством.

В процессе перевода китайских блюд на русский язык, хотя транслитерация имеет множество преимуществ, упомянутых выше, всё же невозможно выполнить слепую транслитерацию, не обращая внимания на передачу смысла. Любое транслитерированное название блюда, которое появляется в целевой языковой среде впервые, необходимо тщательно проверить, были ли сохранены аутентичность и эффективность его информации и культурной передачи. Обязательно добавляйте круглые скобки после сокращённого названия, чтобы указать ингредиенты, вкусы и методы блюда. Чтобы донести больше информации о блюдах до целевой языковой аудитории. В противном случае лучше отказаться от транслитерации, которая может вызвать культурные барьеры и затруднения в понимании, и принять реалистичный перевод, чтобы обеспечить обмен базовой информацией в культурных коммуникациях. Конечно, что более важно, чтобы облегчить продвижение транслитерированного названия, переводчик должен стремиться к тому, чтобы транслитерированное название блюда было легко читаемым, легко запоминающимся и легко распространяемым, чтобы больше таких блюд, как 麻婆豆腐 (название блюда на китайском языке, обычно переводится как Майпо

Тофу) может использоваться людьми знакомое имя. По-настоящему позвольте русским людям понять китайскую кухню и китайскую культуру.

Перевод названий китайских блюд на русский язык больше связан с обменом двух пищевых культур. Культура питания - неотъемлемая часть общей социальной культуры. Эта переводческая деятельность является не только простым преобразованием двух языковых символов, но и воплощением эстетической привлекательности и концепции ценностей двух народов. Любой перевод, который отличается от культурного фона исходного языка или культурного фона целевого языка, может быть только неправильной интерпретацией автора на исходном языке, текста, целевого языка читателя и цели поведения при переводе.

Любой перевод, нарушающий национальную культуру исходного языка, ужасен, а перевод, не соответствующий целевому языку и культурным обычаям, еще более невообразим. Чтобы по-настоящему реализовать фундаментальную цель практического перевода названий китайских блюд, переводчик должен понимать многие различия между двумя социальными культурами языка оригинала и целевой языковой аудиторией в деятельности китайских ресторанов по переводу названий блюд.

## **Выводы по первой главе**

Путаница в русском переводе названий китайских блюд не только не сможет донести китайскую культуру питания до целевой аудитории, но и отразится на китайских блюдах, особенно на имидже фирменных блюд. Следовательно, только полностью интерпретируя информацию и культуру в названиях китайских блюд при стандартизированном переводе названий китайских блюд, общение и общение могут происходить гладко.

Перевод названий китайских блюд в меню подчеркивает эффект от перевода, поэтому необходимо обратить внимание на разумное применение методов перевода при переводе и поставить во главу угла языковые и культурные привычки целевой аудитории.

Без хорошего перевода меню не может предоставить потребителям четкую и понятную информацию и вызвать у них желание потреблять. Правильно переведенное название должно выражать основную информацию о блюде простым и понятным языком, в то же время переведенное название должно максимально сохранять культуру оригинального названия блюда.

Использование русского языка для перевода названий китайских блюд должно включать: точное представление информации о блюдах; максимальное распространение культуры, присущей названиям блюд. Основываясь на принципе обслуживания целевой языковой аудитории и продвижения китайской культуры, убедитесь, что переведенное название соответствует языковым привычкам и эстетическим потребностям целевого языка. Основная



информация о блюдах и содержащихся в них богатых элементах китайской культуры должна быть полностью отражена в переведенных названиях.

## **ГЛАВА 2. ЦЕЛЬ И ПРИНЦИПЫ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ КИТАЙСКИХ БЛЮД НА РУССКИЙ ЯЗЫК И СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЯ КИТАЙСКОГО БЛЮДА**

### **2.1. Цель и принципы перевода названий китайских блюд на русский язык**

Хороший перевод китайских блюд должен включать основные ингредиенты и способы приготовления самих блюд. В то же время должен также включать объяснение богатой культурной коннотации, содержащейся в названиях китайских блюд, и краткое введение в соответствующую предысторию. Целевые языковые аудитории могут думать обо всех аспектах природы и человеческой цивилизации, читая названия этих блюд и пробуя эти восхитительные блюда, и познавать китайскую культуру.

Комбинируя рейтинговые характеристики названий китайских блюд, при переводе названий китайских блюд на русский язык можно учесть следующие принципы.

#### **Принцип смысловой близости**

Точное усвоение семантики – наиболее сложное явление в деятельности по языковому анализу и семантическому преобразованию, чтобы поддерживать семантику в надлежащем состоянии [1, с. 45]. В соответствии с основным требованием «достоверной передачи информации о самих блюдах» в русском

переводе названий китайских блюд переводчики должны научиться выбирать подходящие слова для точного выражения основной информации и культурных коннотаций блюд при работе с переведёнными названиями. Перевод предполагает двуязычие, поэтому первым элементом этой деятельности является обеспечение наилучшего понимания смысла. Другими словами, основная проблема в поведении при переводе заключается в том, как работать с семантикой.

При переводе китайских блюд на русский язык необходимо следить за тем, чтобы значения соответствующих слов на двух языках были бесконечно близки, то есть значения были одинаковыми и похожими. Следовательно, значит можно гарантировать, что аудитория переведённых имён сможет в максимальной степени понять значение исходного языка. Процесс любого перевода начинается с приобретения значения исходного языка и, наконец, выражения и передачи лучшего значения исходного языка в контексте дискурса целевого языка. В переводческой деятельности, если акцент делается только на форме без учёта истинной передачи языкового значения, или это наносит ущерб превращению культурного значения или даже исключает значение, это не только повредит достоверность перевода, но и нанесёт ущерб сам переводчик.

Оценка перевода сильно различается, но в переводческой индустрии всегда было единодушное мнение об изучении истинной передачи смысла перевода оригиналу. Суть любого перевода заключается в достижении

эквивалентной передачи значения между языком оригинала [5, с. 86]. В этом процессе переводчик должен уметь понимать суть и цель межъязыковой передачи значения, уделяя особое внимание межъязыковой передаче.

В переводческой деятельности это идеальное состояние, когда язык перевода и исходный язык дают читателям полную эквивалентность эффекта чтения [22, с. 71]. Упомянутая здесь эквивалентность относится к тому, как перевод может быть эквивалентным с учётом языковых и культурных различий. По этой причине, чтобы достичь семантической эквивалентности, стилистической эквивалентности и прагматической эквивалентности целевого языка и языка оригинала, переводчики часто используют синонимичные дополнения, имитацию, заимствование, описание, интерпретацию и другие стратегии, и методы перевода в процессе перевода.

В рамках семантической эквивалентности выбор значения слова особенно важен. Требуется, чтобы слова выбранного целевого языка могли полностью отражать основные языковые характеристики исходного языка, а основная информация и семантическая коннотация исходного языка на целевом языке гарантировались через целевой язык. Слова появятся в окружающей среде. Правильный выбор значения слова зависит от точного понимания значения слова в контексте исходного языка. Выбор значения слова в контексте соответствующего целевого языка — тяжёлая работа. Прагматическая эквивалентность относится к унификации значений часто используемых слов в действительном контексте целевого языка и позволяет избежать недопустимой

пропаганды, вызванной снижением прагматического эффекта многозначных слов.

При переводе на русский язык названий китайских блюд слова должны быть точными и достоверными, а также соответствовать языковым привычкам изучаемого языка. Язык несёт в себе культурные факторы, такие как эстетические мысли и социальные ценности нации, на которой родился язык [13, с. 53]. Следовательно, с точки зрения прагматики очень важно убедиться, что выбор целевого языка может надлежащим образом отражать намерение исходного языка в процессе перевода названий китайских блюд.

Например, в Китае есть блюдо под названием «红烧狮子头» (название китайского блюда, обычно переводится как тушеные свиные тефтели). Если переводить дословно, то его переводное название — «Жареная голова льва». Такой перевод полностью отрывает от оригинальной информации о еде, разрушает красоту китайской кухни и легко вызывает сопротивление переводимой аудитории. Фактически, это блюдо готовится путём измельчения свинины вместе с крахмалом и другими вспомогательными веществами и приправами в фарш, замешиванием его в мясную массу, затем обжариванием во фритюре на сковороде до полной готовности, а затем приготовлении соответствующего вспомогательные вещества вместе с водой и обжаренными во фритюре фрикадельками, поэтому по практике это следует переводить как «тушёная грудинка в коричневом соусе».

Поэтому автор считает, что при переводе названий китайских блюд на русский язык должны сделать все возможное, чтобы исходный язык и целевой язык были схожи по лингвистическим и культурным значениям; с точки зрения переводческого замысла (значения), эквивалентности по смыслу. Также должен включать инклюзию. Цель общения соответствует ожиданиям аудитории. Поэтому в процессе перевода названий блюд с китайского на русский язык должны обращать внимание на коммуникативную функцию перевода названия блюда и подчёркивать потребность целевой аудитории «знать и понимать». То есть перевод на английский язык названия блюда должны включать в себя основы информации о блюде, обратите внимание на уместность терминологии передачи информации, чтобы аудитория переведённого названия могла понять значение переведённого названия.

### **Принципы культурной коммуникации**

В русском переводе китайских блюд китайская культура, выраженная в языке названия блюда, также будет распространяться, поскольку языковые символы переносятся на другой языковой символ. Следовательно, перевод названий блюд должен включать воспроизведение культурных образов на целевом языке и выбор словаря целевого языка, чтобы поддерживать максимальное сходство культурных значений. Перевод названий китайских блюд является важной частью китайско-российских культурных обменов. Перевод названий блюд должен в максимальной степени способствовать

продвижению китайских культурных традиций и распространению китайской кулинарной культуры [60, с. 45].

Поэтому в процессе перевода названий китайских блюд на русский язык распространение культуры также является ключевым элементом переводческой деятельности, что особенно заметно при переводе некоторых китайских названий. Рассмотрим несколько примеров смещения культурных образов и потери культурной передачи, вызванной некоторыми переводными названиями китайских названий блюд в переводе.

«外婆炒鸡蛋» можно перевести как: бабушка жареная колбаса (Бабушка здесь относится к матери, а не к матери-матери. Следовательно, этот перевод не может передать мысли матери и её печаль по дочери, которая собирается выйти замуж, что является дислокацией культурных образов.)

«白胡椒牛仔骨» можно перевести как: ковбойская кость с белым перцем (фраза "ковбойская кость" может заставить аудиторию сопротивляться переведённому имени. Этот метод дословного перевода может легко привести к культурным ошибкам передачи или даже культурным конфликтам.)

«菜捞土鸡蛋» можно перевести как: пищевая икринки почвы (почва имеет неопределённое значение и не может полностью передать культурное значение «土» в исходном названии блюда. «土» в китайской культуре питания относится к естественным запасам пищи. Животные, которые питаются естественная флора и фауна.)

В вышеупомянутом переводе плохого названия блюда неправильное размещение культурного образа, передаваемого переводом, неизбежно вызовет недопонимание и путаницу в интерпретации целевой аудитории и не сможет по-настоящему оценить истинный культурный оттенок китайских блюд, что серьёзно ограничит распространение китайского общественного питания во внешний мир.

Что касается культурного сохранения или культурного распространения оригинального языка названий китайских блюд в процессе перевода на русский язык, вы также можете изучить теорию культурной коммуникации Линь Юйтан (китайские переводчики), те короткие китайские выражения, которые содержат богатые культурные коннотации на языке оригинала, должны использоваться в максимально возможный перевод на русский [71, с. 5]. Принцип транслитерации принят для того, чтобы аудитория максимально ощутила оттенок китайской культуры.

Для тех, кто использует короткие слова и содержит богатые культурные коннотации или названия определённых особых китайских блюд, даже с учётом создания переводческого бренда, даже некоторые реалистичные названия китайских блюд могут быть отнесены к транслитерации г-на Лин Ютана (китайские переводчики) или транслитерации и транслитерации, используется для перевода имён. Это позволяет переведённой аудитории лучше понимать богатую культуру и уникальные особенности национального языка,



содержащиеся в названиях китайских блюд, и позволяет им лучше понимать Китай и китайскую культуру, понимая китайскую кухню [15, с. 47].

Что касается сохранения культурного значения названий китайских блюд после их перевода на русский язык, то автор не одобряет использование только значения названий блюд для перевода. Что касается «интерпретации» или «перефразирования», независимо от того, относится ли это к категории перевода, учёные придерживаются собственного мнения.

С точки зрения цели перевода, заключающейся в достижении основополагающей переводческой деятельности, заключающейся в обмене и коммуникации между разными языками или различными культурными группами, я считаю, что интерпретация или перефразирование исходного языка по-прежнему должны относиться к категории перевода. Особенно в процессе перевода текста от руки, если нет объяснения, будет отсутствовать взаимопонимание и коммуникационные мосты между переведённым текстом и исходным текстом. В контексте невозможности найти точное соответствующее слово, часть интерпретации действительно может рассматриваться как перевод (конечно, эта формулировка должна исключать метод отображения пиктограммы и еды), потому что только так он может лучше помочь целевой языковой аудитории понять язык оригинала и культуру оригинального языка с помощью языковой коннотации [21, с. 9].

Поэтому во многих случаях методы толкового перевода незаменимы для досконального понимания переведённых названий блюд. Автор согласен с

термином «толковательный перевод». В исследовании данной темы пояснительный перевод ограничивается частью транслитерации «аннотация», которую автор для краткости называет «интерпретацией». Интерпретированный перевод, это средство преобразования символов, семантической передачи и культурной передачи, используемое, когда исходный язык не может найти точного культурного аналога на целевом языке.

Перевод включает в себя некоторые различия между двумя разными языками и культурами, которые нельзя заменить одним или двумя точными словами, поэтому в процессе сохранения и распространения культуры главное значение имеет выразительность. Переводческая деятельность никогда не должна забывать о цели культурного общения.

С точки зрения культурной коммуникации в нынешнем китайско-русском переводе названия блюда отечественные переводчики уделяют больше внимания распространению национальной культуры в оригинальном названии блюда, особенно в переводе некоторых особых названий блюд [62, с. 3].

Переводчик очень заботится о переводе оригинальных культурных аллюзий и легенд в перефразированных названиях. Это часто делает русские названия переведённых блюд очень длинными, что влияет на основную цель переводимой публики в китайские рестораны, чтобы поесть.

Наш перевод должен иметь как экономический, так и культурный эффект. В противном случае, если перевод не имеет этих эффектов, такой перевод можно считать неудачным. Поэтому автор считает принцип культурно-

консервационного перевода в переводе названий блюд практичным и необходимым. Дословный перевод названий блюд с более сложными базовыми знаниями вызовет недоразумение у аудитории, а когда простые объяснения бессильны, переводчик должен набраться смелости отказаться от культурных факторов в названиях блюд и напрямую перевести основные ингредиенты и способы приготовления.

Конечно, чтобы распространить культурные элементы в названиях блюд, здесь можно использовать два метода. Во-первых, транслитерацию и аннотацию. Во-вторых, предоставьте посетителям дополнительные объяснения и пояснительные материалы, чтобы они могли понять коннотативную культуру в названии блюда (второй способ толкового перевода из-за неизбежного длинного перевода названий не будет способствовать становлению китайских брендов названий блюд и расширению целевой языковой аудитории).

Следовательно, с точки зрения культурного распространения и обеспечения простоты перевода для некоторых особых названий китайских блюд первый тип структуры перевода «транслитерация (аннотация)» может лучше сохранить китайские культурные особенности в исходных названиях блюд.

### **Перевод названий блюд на русский язык по экономическим принципам**

Развитие экономики Китая неотделимо от внешней пропаганды и интеграции. Целью распространения и развития индустрии общественного

питания Китая для внешнего мира является распространение китайской культуры во внешнем мире и развитие связанной с Китаем промышленной экономики. Качество переведённого названия обязательно должно быть тесно связано с коммуникативным эффектом. Если в переведённом названии учтены экономические факторы, краткое объяснение или объяснение происхождения и происхождения блюд и ингредиентов в переводе названия, будет полезен для местной экономики и индустрии туризма Китая [31, с. 84].

Поэтому в переводе названий китайских блюд автор выдвигает экономические факторы для иллюстрации отдельно. При переводе на русский язык названий китайских блюд не удалось в полной мере использовать деятельность предприятий общественного питания, чтобы оказать необходимое влияние на развитие местной экономики при переводе большинства названий блюд.

Многие из нынешних названий китайских блюд названы в соответствии с происхождением ингредиентов, так что читатели могут быстро узнать происхождение блюд, как только они увидят название блюда. Например, 北京烤鸭 (жареная утка по-пекински), 四川鱼球 (тефтели из (чищенных) креветок), 蒙古牛肉 (говядина по-монгольски), 扬州炒饭 (жареный рис по-кантонски) и другие названия блюд.

Если в переводе названия на русский язык удастся грамотно выделить местные особенности китайской кухни, это может предоставить больше возможностей для обмена и более широкие перспективы развития и мировой

арены для местных предприятий общественного питания и смежных отраслей. Хороший перевод подобен рекламе, которая знакомит российскую аудиторию с Китаем, позволяет российской аудитории лучше познакомиться с географией Китая, дегустируя китайские деликатесы, и понять изобилие китайских земельных продуктов, а также местную географию.

При переводе названий блюд, содержащих топонимы, топонимы следует сохранять в переведённом названии в виде транслитерации. Если его не перевести, культурное распространение названия блюда будет потеряно [72, с. 121].

По принципу лаконичности переведённого перевода, при переводе названий блюд рекомендуется транслитерация [59, с. 14]. Согласно экономическому принципу перевода названия блюда, цель перевода названия блюда — помочь аудитории лучше понять основную информацию и культурную коннотацию блюда, чтобы блюдо им понравилось, и они широко его распространяли. Это косвенно увеличит популярность китайской кухни за рубежом, тем самым способствуя дальнейшему расширению и развитию предприятий общественного питания и стимулируя структурную перестройку и развитие смежных отраслей в Китае. Итак, блюдо без простого и легко запоминающегося русского перевода не может быть принято большинством переводящей аудитории.

В переводческой деятельности переводчик не должен произвольно неверно истолковывать и воспроизводить исходный текст, особенно в области

научно-технического перевода текстов, таких как законы, контракты и правила эксплуатации продукта. Любая личная игра переводчика неприемлема. Однако для русских переводчиков названий китайских блюд важны аутентичность пищевого сырья, методы приготовления, форма и коннотации культурных факторов в контексте перевода. Во-вторых, популяризация китайской кулинарной культуры также является одной из целей перевода названий китайских блюд на русский язык. Распространяя культуру питания, большая часть российской аудитории может понять и принять модели поведения и экономического развития Китая благодаря всестороннему пониманию и принятию китайской еды, а затем инвестировать в Китай, чтобы стимулировать развитие местной экономики Китая.

Поэтому перевод названий китайских блюд на русский язык — это не только чисто академическая деятельность, но и двусторонняя экономическая деятельность. Исходя из характеристик экономической деятельности, связанных с переводом названия китайского блюда, в процессе перевода названия китайского блюда на русский язык необходимо добавить более конкретную местную экономическую информацию, чтобы сыграть положительную роль в развитии местной-местной экономики.

## 2.2. Способы перевода названия китайского блюда

### Объяснительный перевод

Слово «толкование» происходит от древнегреческой этимологии (Herminia), которая содержит два значения «толкование» и «перевод» [11, с. 62]. В древнегреческой мифологии говорилось, что гермес был ответственен за передачу воли богов миру. Поскольку бог и человек говорят на двух разных языках, и воля бога часто бывает непонятной. Поэтому в процессе исполнения воли Бога ему необходимо сначала преобразовать язык бога в язык взрослых, то есть языковые символы. Переведенные и истолкованные на человеческом языке, так что смысл бога более ясен и ясен, не отклоняясь от воли бога, и тонкие значения, содержащиеся в нем, выражаются на популярном языке [14, с. 20]. Это источник возникновения герменевтики.

Перевод названий блюд в зарубежных китайских ресторанах в основном представляет собой комбинацию перевода и интерпретации, например, русский перевод следующих 28 блюд и названий блюд (взятых из меню русско-китайского ресторана "Гоку" (таблица 1<sup>1</sup>)).

**Таблица 1. Название китайского блюда**

№ п/п	Название блюда	Толкование
1.	Кисло-сладкая свинина	Кусочки свинины, обжаренные во фритюре в кляре, затем обжаренные с морковью, луком и зеленью

<sup>1</sup> Таблица составлена автором.

2.	Измельченная свинина по-пекински	Свинина, обжаренная в особом сливовом соусе со свежим луком и стеблями бамбука
3.	Дважды приготовленная свинина	Горячий! Кусочки свинины с капустой, зеленым перцем и побегами бамбука в особый сливовый соус
4.	Измельченная свинина в чесночном соусе	Измельченная свинина с водяными каштанами и стеблями бамбука, обжаренная в остром соусе чесночный соус
5.	Цыпленок генерала Цо	Горячий! Кусочки курицы без костей, обжаренные в фирменном соусе от шеф-повара
6.	Тройное наслаждение	Ломтики курицы, креветок и говядины, обжаренные с китайскими овощами специальный соус
7.	Медовые ребрышки	Нет
8.	Цыпленок с лимоном	Нет
9.	Шипящая говядина	Ломтики говядины, обжаренные с брокколи, грибами, снежным горошком и побегами бамбука в густом бульоне, подаются шипящими на горячей плите
10.	Апельсиновая говядина	Горячий! Нежный стейк, обжаренный в апельсиновом соусе
11.	Утка по-пекински	Молодой утенок с приправами медленно обжаривается на открытом огне, пока кожица не станет хрустящей и золотистой. Сначала нарезается нежная кожица, затем отдельно нарезается мясо. Подается с тонкими блинами домашнего приготовления, зеленым луком и сливовым



		соусом.
12.	Говядина кунг-по	Горячий! Тушеная говядина в насыщенном коричневом соусе с красным перцем и арахисом
13.	Говядина со снежным горошком	Ломтик говядины, обжаренный со свежим снежным горошком и водяными каштанами в устричном соусе
14.	Говядина с зеленым перцем	Нарезанная говядина, обжаренная с зеленым перцем и луком в насыщенном вкусном коричневом соусе
15.	Монгольская говядина	Нарезанная говядина с зеленым луком в коричневом соусе от шеф-повара
16.	Му Шу Говядина	Тушеная говядина с капустой, побегами бамбука, грибы и яйца. Подается с тонкими блинами и сливовым соусом
17.	Куриный фарш с кукурузным супом	Нет
18.	Острый и кислый суп	Нет
19.	Суп Вонтон	Нет
20.	Свежая фасоль по-сычуаньски	Жареная свежая стручковая фасоль
21.	Бобовый творог по-сычуаньски хрустящей лапши	Горячий! Пикантный бобовый творог, обжаренный в фирменном соусе от шеф-повара
22.	Кисло-сладкие баклажаны	Баклажаны, обжаренные во фритюре в кляре, затем обжаренные с овощами в кисло-сладком соусе
23.	Ло Мейн	Мягкая лапша на выбор: креветки, курица, говядина, свинина комбинации
24.	Жареный рис	На выбор креветки, курица, говядина, свинина или их сочетание.
25.	Жареная лапша	Говядина, курица и креветки с овощной смесью

		поверх хрустящей лапши
26.	Жареные пирожки с хрустящей кожей	Нет
27.	Хрустящие вонтоны	Нет
28.	Бон Бон Цыпленок	Нет

Судя по переводам 28 вышеупомянутых закусок и блюд, русские переводы уже знакомых российской публике названий китайских блюд и закусок. Например, «цыпленок генерала Цо», «блинчики с начинкой», «кисло-сладкая свинина», «чао фан (жареный рис)» и т. д. И некоторые транслитерированные названия, сделанные в России., такие как «говядина му шу», «бон бон», «вонтон», «ло мейн» и т. д., топонимы (например, монгольские, пекинские). Имена людей, например, когда транслитерированные имена генерала Цо и других родственных блюд в русской культуре питания в основном подобно существующим блюдам, нет необходимости в подробных аннотациях к переведенным названиям. В китайских блюдах и названиях закусок это можно напрямую использовать в процессе продвижения в России (необходимо немного пояснить, когда посетители впервые контактируют с переведенным названием).

В двух пищевых культурах, таких как блинчики с начинкой, бобовый творог, клецки и т. д., нет необходимости добавлять слишком много аннотаций, если соответствующие названия в некоторой степени похожи с точки зрения содержания ингредиентов и формы продукта [46, с. 11]. Однако с точки зрения культурной коммуникации определенная лексика и ингредиенты не могут соответствовать еде в названиях китайских блюд. Между ними существует

большая разница в ссылках. Поэтому такие вещи, как «蒸餃» и «麻婆豆腐» нельзя буквально переводить как «вареные на пару» и «бобовый творог по-сычуаньски», но их следует переводить как «приготовленные на пару цзяоцзы» и «мапо тофу» (вы также можете добавить сычуаньский стиль после перевода) ".

Из приведенных выше 28 на русский перевод названий китайских блюд (или названий закусок), используемых в русско-китайских ресторанах, эти переводы учитывают обычаи выражения русских названий блюд и сосредотачиваются на сырье, методах приготовления, типах блюд и вкусах. Перевод названий китайских блюд объясняется или дополняется на уровне, чтобы переведенная аудитория могла в полной мере получить основную информацию о блюдах, что является достойным ориентиром для китайских переводчиков в процессе перевода названий китайских блюд на русский язык.

Однако беспорядок и неправильность русского перевода названий китайских названий блюд и названий закусок в русско-китайских ресторанах с точки зрения 28 названий блюд, отсутствие дополнения соответствующей части толкования запутает посетителей. Например, одиннадцатое блюдо «жареная утка по-пекински».

Переведенное название «Утка по-пекински» не согласуется с переведенным названием «Жареная утка по-пекински», которое в настоящее время единообразно используется на официальном сайте Куанджуде. В конце концов, два переведенных названия «Утка по-пекински» и «Жареная утка по-

пекински», выражают две совершенно разные концепции для целевой языковой аудитории. Первое может относиться к месту производства или фирменному блюду Пекина, а второе — к названию особого блюда в Пекине [55, с. 77].

Теоретик перевода релевантности Ernst August Guttery считает, что перевод — это перевод смысла исходного текста, и с точки зрения когнитивной лингвистики, в соответствии с целью перевода, заключающейся в обеспечении максимальной релевантности между целевым текстом и исходным текстом, как он предположил «Interpretive resemblance» [6, с. 110]. Переводческое понятие.

Ernst August Guttery сказал, «Основное отношение между переводом и оригиналом – это «Interpretive resemblance», что означает, что перевод должен иметь возможность разделять явные и неявные значения оригинала. В процессе перевода названий китайских блюд на русский язык семантическая и культурная информация о языке оригинала и коммуникативное намерение должны быть точно переданы в переводе, чтобы связать культурную коннотацию образа оригинального названия блюда и названия перевода на русский язык [38, с. 77].

Для названий некоторых китайских блюд с особыми коннотациями, поскольку культурные образы переведенных названий в них недоступны для аудитории, можно использовать дословный перевод, чтобы передать их аудитории в процессе перевода.

Принимая во внимание создание бренда названия блюда, сначала можно транслитерировать фонетическое произношение названия блюда. Короче

говоря, для организации перевода названий блюд используется структура «транслитерация + интерпретация + буквальный перевод изображений». Это помогает беспрепятственно передать уникальный китайский культурный подтекст или яркий культурный образ названия блюда для читателей изучаемого языка и облегчить их понимание и принятие.

Британский теоретик перевода Theo Hermans считает, что межкультурное понимание — это сложный и бесконечный процесс интерпретации, а понимание и перевод тесно связаны [23, с. 91].

Метод аннотации в переводе является эффективным дополнением к некоторым неудовлетворительным аспектам перевода, переведенному такими методами перевода, как транслитерация, дословный перевод или свободный перевод. Культурный образ и семантику исходного языка можно лучше передать, добавив аннотации., национальный колорит и исторические аллюзии, чтобы переведенный текст был максимально приближен к исходному тексту с точки зрения смысла, изображения и информации [12, с. 40]. Это не только помогает понять целевому языку, но также поддерживает оригинальные формулировочные характеристики и культурные характеристики, чтобы избежать размытия тяжелого культурного образа, богатого в исходном тексте, так что целевой читатель не сможет оценить исходный язык культуры.

Хотя аннотации буквально не относятся к категории смысловых выражений исходного текста, они определенно являются неявным значением исходного текста. Если они не аннотированы, целевая аудитория не сможет

полностью понять исходный язык в максимальной степени. Лу Шуя (китайские переводчики) считает, что в работу по переводу следует включать необходимые правильные аннотации [48, с. 39].

В переводческой практике James Ledge, чтобы максимально сохранить исходную форму, он использовал метод перевода, который был «дословным переводом и аннотацией» для передачи исходной информации. Если исходный текст переводится напрямую, не запутывая людей, то переводчик не имеет права вносить изменения в исходный текст [8, с. 70].

Когда многие уникальные культуры в названиях блюд китайских блюд переводятся на русский язык впервые и большинство российской аудитории их не понимает, большинству из них необходимо использовать аннотации, чтобы объяснить содержащиеся в них моральные и культурные образы (часто называемые наводящими на размышления или информативный или даже пояснительный перевод). Русские читатели могут оценить культурный образ исходного текста с помощью двух частей до и после перевода. Это правда, что, когда перевод этих намеков принимается аудиторией, нет необходимости их повторять, и нет необходимости надолго прикреплять соответствующие пометки к транслитерированному названию блюда. Ведь перевод блюда имена не подходят для излишних аннотаций, которые повлияют на чтение российской аудитории и внутреннее признание аудитории.

### **Содержание объяснительного перевода**

Способы приготовления редко отражаются в выражениях названий блюд в русском меню, а в большинстве выражений западных блюд отражаются только ингредиенты и вкусы блюд. Поэтому, имея дело с переводом названий китайских блюд, можно рассмотреть возможность пропуска перевода способов приготовления, не влияя на понимание переведённых названий [40, с. 240]. Кроме того, в русской раскладке меню уделяется внимание функции уведомлений в аннотационной части. Содержимое уведомлений в основном связано с введением питания и уникального вкуса блюд, а большинство способов приготовления не отображаются. Следующие примеры являются выражениями названий блюд русского меню.

«Сырные хлебные палочки» — мягкие, тёплые хлебные палочки, посыпанные ароматной смесью итальянских приправ с изысканной сырной смесью Сарпинок.

«Чесночные палочки» — хрустящие снаружи, мягкие и жевательные внутри. Подаётся с соусом для макания по вашему выбору.

«Жареная тыква, покрытая солёным яичным желтком и ореховой смесью» — довольно уникальное творение. Тыква сладкая от природы, обжаривают его во фритюре, чтобы хрустнул. Солёный яичный желток поверх хрустящей тыквы придаёт немного солёности. Это хорошо, но не ешьте слишком много!

Судя по сравнению переведённых названий китайских блюд и названий русских блюд, слишком прямолинейный толковательный перевод фактически

теряет очарование китайских блюд и не заслуживает продвижения. Содержание переведённого названия оставляет определённое воображение или загадку для читателей целевого языка, что соответствует ожиданиям целевой языковой аудитории и будет способствовать дальнейшему продвижению китайской кухни за рубежом. Кроме того, с точки зрения функции дизайна меню, определение меню во многих словарях выглядит следующим образом (таблица 2<sup>2</sup>).

**Таблица 2. Словарное определение меню**

№ п\п	Определение	Источник
1.	Подбор кушаний, а также листок с их перечнем.	Толковый словарь Ожегова
2.	Листок с перечнем кушаний. Подбор кушаний.	Толковый словарь Ушакова
3.	Подбор кушаний, блюд для завтрака, обеда и т. п.	Большой словарь иностранных слов

Следовательно, первый принцип перевода названия блюда должен заключаться в том, чтобы обеспечить доступный и *serve* переведённого названия, а использование целевого языка должно быть кратким и ясным. При переводе названия не рекомендуется использовать метод перевода рассказа, а пояснение содержания переведённого названия должно быть таким же полным,

<sup>2</sup> Таблица составлена автором.



как и название русского блюда (должны быть указаны основные ингредиенты блюда).

### **Структура объяснительного перевода**

Существует разница в структуре предложения между частью объяснения или комментария в скобках после названия китайского блюда и русского названия блюда [65, с. 76]. Русские редко используют полные предложения в своих аннотациях, в основном они относятся к языковым фрагментам или ломанным предложениям, а в интерпретационной части переведённых названий китайских блюд в основном используются полные предложения с законченными компонентами. Кроме того, китайская еда обращает внимание на влияние пищи на поддержание тела, поэтому после её перевода будет много вводных сведений о пользе блюда для поддержания тела. Это очень громоздко в меню, увеличивая время, необходимое целевой аудитории для получения информации.

Кроме того, китайские блюда часто содержат более одного ингредиента, поэтому в переводе неизбежно используются два слова «и» и «с». Если в блюдах используются три или более видов ингредиентов, повторение «и» и «с» не будет выделять ключевые моменты информации о блюде, передаваемой переводом. Согласно стратегии написания русских блюд и методам, используемым зарубежными китайцами для интерпретации китайских блюд, «и» и «с» могут быть заменены такими символами, как «&».

Например, «鸡茸粟米汤» (название китайского блюда, суп с курицей и овощами) подавали в меню китайского ресторана в Санкт-Петербурге суп из сладкой кукурузы & куриной пасты.

Конечно, в некоторых случаях, особенно когда за пояснительным переводом идут такие существительные, как 汤(суп) и другие выражения, которые выражают способ приготовления блюда, необходимо только непосредственно перечислить ингредиенты блюда [58, с. 53].

Например, куриный суп с дынной раковиной, конечно, лучше не опускать, а использовать его сокращённую форму, чтобы упростить перевод названий блюд.

### **Преобразование перевода**

Самая основная слабость взглядов Китая на переводы — это абсолютная «лояльность оригиналу». С точки зрения перевода, люди являются предметом переводческой деятельности, и их разнообразие бесконечно. Всё в мире дополняет друг друга и диалектически едино, нет вечного стандарта, поэтому стандарт перевода не может быть постоянным [39, с. 11]. Изменение субъективных переводческих ценностей переводчика и цель переводческой деятельности определяют различие стандартов перевода в конкретном переводческом поведении, то есть изменение стандартов перевода.

На это изменение влияют следующие категории: семантическая категория (расширение и коннотация), прагматическая категория (вербальная коммуникативная полезность), грамматическая категория (читаемость и

приемлемость переведённого текста), эстетическая категория (эстетика в межъязыковом преобразовании эффект), логическая категория (логические нормы языка) и культурная категория (принципы, методы и нормы культурного перевода) [64, с. 41]. Это становятся эталонными факторами для суждения и оценки ценности и уровня перевода. Однако эти критерии больше ориентированы на двуязычный перевод литературных произведений. При переводе названий китайских блюд для иностранного общения, помимо шести основных критериев, упомянутых выше, вариативность основного перевода переводчика также зависит от практического перевода [57, с. 240]. Экономическая ценность китайского текста и социальные ценности, которыми должен обладать переводчик.

Практический перевод, особенно перевод названий блюд, отличается от художественного перевода. Существующие принципы перевода в Китае и западные принципы «3S» (sense, spirit, style) не в полной мере применимы к переводу китайских блюд в области современного практического перевода [28, с. 101]. Как переводчику, вам необходимо полностью раскрыть свою субъективную инициативу и чувство социальной ответственности, а также объективную реальность постоянно меняющегося тела клиента (текст, автор, читатель) и поставить цель перевода так, чтобы способствовать развитию местной экономики, расширить промышленную структуру и оптимизировать модернизацию промышленности. Повышение уровня жизни людей является первым элементом. В то же время переводчики должны учитывать

распространение национальной культуры за рубежом и учитывать эстетические категории в культуре исходного и целевого языков.

Конечно, это не означает, что полностью игнорировать национальную культуру, содержащуюся в исходном тексте, и игнорировать эстетическую привлекательность и культурные потребности иностранной аудитории.

Перевод — это вид деятельности по культурному коммуникативному взаимодействию. Любое действие по переводу имеет определённую цель [30, с. 240]. Межъязыковое информационное взаимодействие и координация межкультурных конфликтов, разворачиваемых посредством деятельности по переводу, позволяют беспрепятственно общаться между членами различных культурных групп и осуществлять общение цель. Любая переводческая деятельность, в том числе перевод названий блюд, неотделима от культуры. Чтобы понять гармонию культур различных групп, участвующих в переводе китайских названий блюд на русский язык, переводчику необходимо переключаться между двумя языками, чтобы осуществить обмен культурами, встроенными в язык. Короче говоря, необходимо использовать гибкий перевод, чтобы уменьшить конфликт между исходным языком и целевым языком в процессе взаимного преобразования между исходным языком и целевым языком при переводе названий блюд из-за культурных различий, таких как диета и таможня.

Точность и уместность передачи информации заключается в достижении конкретных прагматических эффектов [68, с. 38]. Форма выражения может

гибко изменяться во время перевода. При необходимости выбирается значение формы или деформации, а также подчёркивается исходное намерение или прагматическое значение.

Когда переводчики специально используют при переводе на русский язык названий китайских блюд, переводчики должны учитывать основную цель перевода названий блюд. Передача простых значений часто не позволяет достичь конечной цели иностранного общения в сфере общественного питания: расширить зарубежный кейтерингов бизнес и продвигать вопросы, связанные с Китаем. Регулировка и оптимизация промышленной структуры для распространения китайской культуры. По этой причине переводчикам часто приходится вносить соответствующие изменения в языковые формы, методы культурного общения и т. д., чтобы избежать сбоев в переводческой деятельности из-за культурной конфронтации.

В некоторой степени вариативный перевод также соответствует первому принципу перевода, упомянутому в «О принципах перевода» Tyler, переводов должно быть как можно больше, чтобы воспроизвести идеи оригинальной работы (В переводе должна быть полная расшифровка идей оригинальной работы) [7, с. 83]. По сравнению с русским переводом названий блюд здесь мысль — это не только смысловая информация, содержащаяся в самом дискурсе, но также культурные и дискурсивные намерения, содержащиеся в исходном языке, и фундаментальная цель внешней коммуникации. В процессе перевода переводчику необходимо эффективно интегрировать семантику

исходного языка в соответствии с конкретным изображением исходного текста, избавляться от так называемых эквивалентных и эквивалентных стереотипов, а также уметь выбирать и настраивать целевой язык для обеспечить беспрепятственное и эффективное общение. Что касается перевода названий блюд, любой механический перевод, нарушающий диахронический взгляд на поверхностную семантическую форму, не может достичь фундаментальной цели распространения продуктов питания и напитков.

Переводчик должен быть знаком с применением теории перевода в практике перевода в соответствии с основной целью перевода названий китайских блюд на русский язык. Следовательно, основная цель внешнего общения — это выбор и корректировка исходных слов, информации и культуры, содержащейся в них, чтобы языковое общение могло достичь конечной цели индивидуального или группового общения.

Хуан Чжунлянь (китайские переводчики) считает, что, изменяя перспективу перевода для достижения эффективности и цели перевода, переводчик будет реагировать на особые требования и потребности читателя при определённых условиях и на основе сохранения значения исходного языка в той же мере, в какой. возможно [53, с. 43]. Хуан Чжунлянь анализирует, оценивает и прогнозирует обратную связь, использует гибкие методы, такие как добавление, вычитание, редактирование, обзор, сокращение, объединение, интерпретация, ссылка и изменение, чтобы адаптировать различные компоненты перевода, начиная с основной цели передачи информации. в

международном обмене - переводческая деятельность, при которой центральное содержание или часть исходного содержания преобразуется на целевой язык [29, с. 77].

Метод перевода китайского метода перевода кейтеринга не уделяет много внимания форме переноса исходной информации, и цель состоит в том, чтобы сделать перевод названия блюда через перевод, чтобы прагматическое значение исходного языка было понятным и принять в максимальной степени читателями изучаемого языка, чтобы достичь цели гласности.

Люди, выполняющие фактическую работу по переводу, из-за влияния многих факторов (целевой языковой культуры, мотивации перевода, цели перевода, целевых читателей). Намеренно или непреднамеренно отклоняются в большей или меньшей степени от исходного текста, но они всё же могут добиться хороших результатов. Перевод — это своего рода динамичный и гибкий, но он также должен следовать общим принципам процесса перевода.

Исследование русского перевода названий китайских блюд должно начинаться с ожиданий читателей целевого языка, ломать стереотипы и вредные привычки в переводе, постоянно корректировать перспективу содержания перевода и смысловые средства выражения перевода, а также обращать внимание на социально-экономические эффекты перевода [42, с. 90]. Читатели русскоязычного перевода названий китайских блюд в основном относятся к обычным посетителям русскоязычных стран. Конкретное позиционирование читателя требует от переводчика чётко учитывать

особенности русского перевода названий китайских блюд и учитывать национальную культуру, и язык, переносимый двуязычным языком прагматические особенности в прагматическом контексте.

Перевод названий блюд на китайском языке предполагает использование единицы перевода, изображение всей страны и места, развитие пищевой промышленности и размещение всего сельскохозяйственного производства [51, с. 2]. Поэтому цель перевода названий блюд всегда должна следовать иметь в виду в практике перевода. Не может быть удовлетворён простым переводом. В русскоязычном переводе зарубежного распространения пояснение должно быть дополнено, и необходимо сокращать и синтезировать излишне подробные детали или описания, не подходящие для иностранцев. Фактически это перевод, компиляция, интерпретация или резюме. Преобразование перевод не только стремится к быстрому распространению информации, но также уделяет внимание внешнему виду упаковки. Переводы, в которых вносятся только формальные изменения и преобразования текста, независимо от изменения коннотации и внешней упаковки, иногда дают вдвое больший результат с половиной усилий и не могут достичь желаемого эффекта перевода.

Эффективный перевод должен быть ориентирован на людей, обращать внимание на удовлетворение потребностей определённых групп в обществе и использовать максимально сжатый и ясный язык, чтобы уменьшить трудности понимания и принятия аудиторией [2, с. 100].



Преобразование перевод обычно локализован в целевом тексте и близок к целевому языку. Хотя целевой язык и исходный язык сильно различаются по форме или даже полностью различаются, при условии, что читатели на целевом языке могут беспрепятственно получать одну и ту же информацию или основные информация в качестве читателей на языке оригинала последовательная информация, такой перевод неизбежно будет распространяться более широко, глубже и эффективнее в культурной среде целевого языка и достигать конечной цели внешнего общения и перевода.

Чтобы обеспечить лёгкий для понимания кросс культурный перевод названий блюд на русский язык во внешнем сообщении критерийна, наиболее прямым и эффективным методом является использование «дословного перевода» + «толкования». Иногда с целью передачи информации, когда на целевом языке нет эквивалента, часто применяется прямой перевод. Вообще говоря, если вам нужно перевести исторические события, географические названия, имена людей, названия уникальных заведений, модные словечки или названия новых блюд в процессе русского перевода китайского критерийна для зарубежных стран, лучше всего дополнить базовые знания и объясните по мере необходимости.

### **Принципы и методы транслитерации**

Транслитерация применяется для тех слов, которые не могут быть переведены или которые не могут быть наилучшим образом достигнуты другими методами перевода, чтобы целевые читатели могли интегрироваться в

язык и культуру исходного языка, чтобы лучше распознавать и понимать слова исходного языка [4, с. 62].

С точки зрения современной лингвистики, транслитерация часто используется, когда два языка и культуры имеют пробелы в выражении и не могут начинаться с формы или семантики или для предотвращения двусмысленности в понимании.

Кроме того, транслитерация часто используется для некоторых обычных вещей. Для культурных слов между разными национальными языками, прежде чем будет создано подходящее взаимно однозначное соответствие, в процессе перевода обычно используется транслитерация, которая не только позволяет целевому языку получать новые выражения, но также может добавлять новое содержание целевого языка культура.

Что касается правил перевода научных терминов, Фу Лганья (китайские переводчики) выступил с речью на тему «Техническая терминология: современная неоднозначность и метод поиска единства» на второй протестантской конференции в Китае в 1890 году и предложил семь принципов перевода научных терминов, краткость и гибкий перевод., определение точное и последовательное. Попробуйте использовать соответствующую транслитерацию китайских иероглифов на мандаринский диалект, когда перефразировать невозможно [44, с. 3]. Согласно изложенным выше принципам, при переводе китайских названий блюд на русский язык транслитерация в основном применяется в следующих ситуациях.

## **Принципы единой транслитерации имён собственных, таких как топонимы и личные имена**

В процессе перевода китайских блюд на русский язык транслитерация в основном используется при переводе определённых имён собственных, таких как имена людей, места, части физических имён, названия организаций, торговые марки и терминология [61, с. 17].

Например, «**蒸南京咸水鸭**» переводится как «Утка, приготовленная на пару», по-нашенски (Нанкин, Китайское название города).

«**蒙古牛肉**» переводится как «Монгольская говядина» (нарезанная вырезка, обжаренная с зелёным луком и побегами бамбука).

«**东坡肉**» (Название блюда названо в честь китайской исторической знаменитости Су Дунпо) переводится как Свинина Долго.

Переводчик г-н Таофэнь Цзоу считает, что перевод существительных должен быть кратким и легко запоминающимся [32, с. 46]. Исходное имя предназначено для перевода. Если исходное имя слишком широкое или целевой язык не предназначен для перевода, то транслитерация является Требуется. Смысл переведённого имени ясен, а язык краток.

В частности, мы применяем больше методов транслитерации, когда на целевом языке нет соответствующего слова для названий объектов или поведения, которые имеют большое этническое или региональное культурное наследие.

Например, «锅贴» переводится как Готе (жареные на сковороде пельмени). Фотяоця «佛跳墙» (Варёный морской ушек с акульим плавником и рыбьей пастью в бульоне - привлечённый его ароматом, даже Будда не мог не перепрыгнуть через стену) и другие имена, транслитерированные в транслитерации.

Таким образом, сокращённая интерпретация, добавленная после транслитерации переведённого названия, не повлияет на лаконичную красоту переведённого названия всего блюда. С постоянным укреплением китайско-российского сотрудничества часть интерпретации постепенно исчезнет, и в итоге будет сформирован более лаконичный перевод.

### **Принципы добавления примечаний к транслитерации**

Применяются аллюзии, то есть заимствования исходных аллюзий из целевой языковой культуры. Например, чтобы обеспечить распространение культурной коннотации вина, китайское вино Du Kang транслитерирует на Du Kang, а затем добавляется как китайский Bacchus (имя бога вина в греческой мифологии), что может пробудить сердце целевой аудитории Резонанс и отождествление с вином Du kang. Даже если оно переведено на немецкий язык, оно может быть выражено в произношении Дуканга, потому что немецкое слово Дуканст (вы можете) звучит аналогично произношению Дуканга. Такой перевод может сделать целевую языковую аудиторию более восприимчивой и вызвать более понятные ассоциации [45, с. 88].

В процессе рекламы и распространения китайской кухни некоторые элементы имеют богатый культурный подтекст или очевидны, хотя исходный язык не был объяснён, но его необходимо дополнить на языке перевода. Этот метод аннотации может позволить целевой языковой аудитории лучше понять истинную культурную коннотацию оригинального названия блюда, так что распространение переведённого названия критерийна становится не только распространением еды или рекламы, но и культурным распространением.

В процессе перевода китайских блюд на русский язык тем, кто ещё не установил общепринятое транслитерированное название или существующее транслитерированное название не достигло своей коннотации, чтобы быть полностью выраженным, необходимо добавить необходимые примечания после транслитерированного названия.

Метод «транслитерации и аннотации» может эффективно уменьшить функциональные ошибки передачи основной информации о блюдах, вызванные транслитерацией имени, поскольку транслитерация рациональное имя ещё не принято [3, с. 20]. В то же время, учитывая потребности переводимой аудитории в понимании блюд, транслитерация китайских слов также может познакомить переведённую аудиторию с традиционной китайской культурой питания.

В настоящее время многие китайские собственные названия людей, мест, продуктов питания, социальных явлений и вещей с китайскими особенностями приняли на международном уровне методы написания китайского пиньинь,

такие как транслитерация имён «Яо Мин», «Депо», «Мапо», транслитерация географических названий, таких как «Пекин», «Уганду», «Сычуань» и т. д.; транслитерация названий блюд, таких как «Цзяоцзы», «Тофу» и т. д.

Слова, насыщенные китайской культурой (Chinese Culture-loaded Words), богаты китайскими культурными коннотациями и отражают уникальные социальные и культурные явления китайского общества, но не имеют соответствующей русской лексики [52, с. 77]. Поэтому транслитерация часто используется для сохранения своих уникальных культурных коннотаций. такие как «Гунефу», «Стакан», «Рою Цзян Бо» и т. д.

Некоторые из существующих международной признанных транслитерированных имён также частично сохранены и постепенно стандартизированы, например, вышеупомянутое сосуществование дрофу и тофу, сосуществование гунну и кунг-фу, а также общее использование фофан и профан. Конечно, если не допускать двусмысленности, стандартизацию лучше проводить постепенно.

Многие из приведённых выше примеров перевода были приняты русской аудиторией, и никаких дополнительных примечаний не требуется. Однако, если некоторые слова обычно не используются в стране изучаемого языка, их всё равно необходимо добавить, иначе это только усложнит понимание переведённого названия и повлияет на зарубежное развитие китайского общественного питания. Например, вы можете добавить «Гушёная свинина в

блинах» после транслитерированного названия «Рою Цзян Бо» и «Жареный рис с...» после транслитерированного названия «Феофан».

Примите форму структуры перевода (изображение +) транслитерация названия блюда + реалистичный перевод» и аннотируйте состав блюда, способ приготовления, вкус, эффект еды или описание, которое содержит намёки, чтобы переводимой аудитории было удобно понимать суть содержимое блюда и прочтите его. Китайское название также удобно для обслуживающего персонала ресторана, чтобы быстро понять потребности посетителей и достичь эффективности межкультурного общения. В то же время сохранение китайского произношения блюд в сфере общественного питания также способствует популяризации китайской культуры.

Многие специальные блюда и названия блюд в китайской кухне, а также названия китайских блюд не могут отражать их методы приготовления и основные ингредиенты, особенно те, которые имеют богатый художественный образ и те, которые имеют богатый культурный подтекст. Чтобы сохранить характерный аромат оригинальных блюд, а также точность и яркость переведённых названий, они применяют метод перевода китайской транслитерации пиньинь [69, с. 36].

Конечно, если намёк, культурное происхождение и символическое значение названия блюда нельзя выразить лаконично, обслуживающий персонал может организовать для вас краткий перевод. Например, Фотяоцян, официант может просто перевести как «Привлечённый его восхитительным

ароматом, даже Будда не мог не перепрыгнуть через стену, чтобы съесть это блюдо» или другие пояснительные переводы. Поскольку простота меню не позволяет существовать много переводов, в противном случае практическое использование меню будет потеряно.

### **Сочетание транслитерации и вольного перевода**

Во многих случаях транслитерацию необходимо сочетать с другими методами перевода, такими как вольный перевод, устный перевод, компенсация, чтобы предоставить целевому читателю достаточно информации для понимания семантики и культуры формы транслитерации. Конечно, для китайских выражений или культурных образов, которые уже знакомы читателям изучаемого языка, дополнительный перевод не требуется. Когда г-н Ван Цзуолян (китайские переводчики) обсуждал концепцию перевода в конце 1980-х - начале 1990-х годов, он особенно подчеркнул, что перевод должен заботиться о потребностях читателей и «быть ради читателей» [33, с. 69]. В переводческой деятельности лингвистические знаки исходного текста имеют значение только в их собственной знаковой системе. Если их механически применить к переводу, они потеряют своё первоначальное значение. Следовательно, для некоторых транслитерированных слов переводчик должен делать заметки или интерпретировать транслитерацию, чтобы обычные целевые языковые аудитории могли понять или понять то, чего они никогда раньше не видели.



Далее в основном обсуждается органическое сочетание транслитерации и вольного перевода. Комбинация транслитерации и вольного перевода означает добавление идеографического слова до или после стиля письма пиньинь, чтобы выделить его характеристики.

Вообще говоря, перевод, полученный путём сочетания транслитерации и вольного перевода, может использоваться долгое время, особенно транслитерация названия блюда в процессе перевода. Если соблюдается только принцип транслитерации или вольного перевода, это сложно воспроизвести очарование оригинального названия блюда [53, с. 89].

Поэтому в процессе перевода названий китайских блюд переводчики не должны придерживаться оригинальных текстовых представлений, но должны осмелиться использовать своё воображение и творческий потенциал, чтобы обеспечить точную передачу основной информации.

Таким образом, языковой стиль исходного текста может быть сохранён, а режим выражения целевого языка может быть согласован.

Среди нескольких принципов и методов транслитерации, упомянутых выше, транслитерационная часть должна быть ядром всего перевода.

Когда часть транслитерации проникает в культуру целевого языка и принимается большинством целевой языковой аудитории, переводная часть аннотаций, перефразирования и вольного перевода может быть проигнорирована при переводе иностранного распространения в будущем, и переведённое имя будет на отсутствие пояснений. Читатели понимают

содержание информации, содержащейся в исходном названии блюда, и культуру, которую необходимо передать [63, с. 43].

В процессе перевода названий китайских блюд на русский язык можем узнать из переводов названий меню ресторанов, используемых в настоящее время в китайских ресторанах, и сравнить выражения названий блюд в русских меню, чтобы избежать пропусков информации или культурных недоразумений при переводе.

### **Обработка культурных табу**

Помимо охраняемых диких животных и растений, в китайской диете почти нет табу на выбор ингредиентов. Это отличается от выбора продуктов питания в России [67, с. 108]. Например, многие россияне считают собак и кошек самыми верными друзьями и партнёрами человечества, и они терпеть не могут их есть. Кроме того, многие дикие животные, используемые в качестве блюд, также будут считаться разрушающими экологическую среду, и даже будут сопротивляться и наказываться со стороны Ассоциации защиты животных и государственного департамента по охране окружающей среды. Головы и внутренние органы животных в рационе россиян редко используются в качестве столовых продуктов.

Переводчики должны обратить внимание на эту разницу в культуре питания. Достоверно передавая информацию об ингредиентах китайской кухни, должны умело обращаться с межкультурными табу, чтобы избежать ненужных культурных недоразумений и вызвать ряд негативных последствий из-за

низкого качества перевода в иностранной коммуникации в сфере общественного питания [66, с. 49].

Чтобы избежать прямого появления в переведённых названиях названий животных, которые эмоционально затрагивают сердца российской аудитории, переводческая индустрия в настоящее время обрабатывает это, добавляя wild (дикие) или captive (стойловое содержание) перед названием животного.

Автор считает, что при переводе в данном случае следует попытаться найти слово со схожим значением из русского целевого языка для перевода, а не следует слепо преследовать функциональную эквивалентность или так называемую «лояльность» в культурной коммуникации. Такое переведённое имя только нанесёт эмоциональный вред целевой аудитории и в итоге вызовет культурные недопонимания. В связи с этим мы можем принять метод омофонического перевода, а затем добавить аннотации, чтобы позаботиться о получении эмоций целевой языковой аудитории.

Когда в названиях китайских блюд присутствуют национальные аллюзии, исходя из принципов лаконичности и информативности перевода, если аллюзии переводятся, по правде, это займёт много времени, что не способствует удовлетворению самых насущных потребностей переведённых имён.

В этом случае автор считает, что подробное объяснение блюд может быть приготовлено для удовлетворения потребностей посетителей. Например, закуска из провинции Юньнань (название китайской провинции) «过桥米线» (название китайского блюда, это разновидность лапши с супом и овощами)

возникла из красивой легенды провинции Юньнань. Согласно легенде, когда муж готовится к экзамену, жена каждый день проходит через небольшой мост, чтобы отправить мужу рисовую лапшу, приготовленную с куриным супом. После того как муж сдал экзамен, кто-то спросил его о его опыте сдачи экзамена. Муж сказал, что ел «过桥米线», на которой его жена настаивала каждый день, а затем он сдал экзамен. С тех пор распространилось название «过桥米线».

Поскольку рассказ о «过桥米线» очень длинный, невозможно передать их всё в меню. Таким образом, «过桥米线» можно перевести как «рисовая лапша для любви и надежды, фирменное блюдо провинции Юньнань».

Несмотря на перевод, русские, возможно, всё ещё не в состоянии оценить значение любви между мужем и женой в традиционной китайской культуре, содержащейся в этом блюде, но оно также передаёт красивый образ целевой аудитории и содержит достаточно информации о еде. Если его спросить об аллюзиях, официант может интерпретировать и рассказать историю, чтобы устранить сомнения.

### **Обработка исторической и культурной информации**

Названия китайских блюд в основном содержат историческую и культурную информацию, которую необходимо учитывать при переводе. Использование большого количества переведённого текста для информирования целевой аудитории об исторической и культурной

информации, содержащейся в названии оригинального блюда, будет противоречить принципу лаконичности переведённого названия [18, с. 61].

В настоящее время переводческие круги обсуждают больше способов интерпретации названий культурных блюд, таких как «叫花鸡» (название китайского блюда, курицу обмазывают грязью и жарят на гриле).

«佛跳墙» (название китайского блюда, суп из разных морепродуктов и мяса) и «草船借箭» (название китайского блюда, сделано из овощей. Имя с исторической аллюзией). Вопрос, который всегда озадачивал большинство переводчиков, заключается в том, какая форма должна быть принята, чтобы должным образом передать богатую культурную коннотацию, содержащуюся в названиях китайских блюд, аудитории переведённых названий без ущерба для информационной функции, функции вызова и простоты переведённого названия.

Как переводчик, должны серьёзно подумать о том, как обеспечить соблюдение требований всех сторон при переводе [54, с. 23]. Перевод названий блюд в прямом смысле слова не подходит для перевода дополнительной информации такими подробными и конкретными словами в переведённом названии. Перевод китайских названий в основном используется в меню ресторанов, поэтому такой толковательный перевод подходит только для книг, которые представляют культурную коннотацию китайской кухни. Даже переводчики в ресторанах должны быть максимально краткими.

Поэтому автор считает, что русский перевод названия блюда, содержащего богатую историко-культурную информацию или аллюзии, следует сначала транслитерировать, а затем переводить основную информацию о блюде.

Уточнённую интерпретацию можно добавить или на целевой язык. Аудитория может быть напрямую использована в транслитерации — почувствовать в ней элементы китайской культуры.

Поскольку названия трёх вышеперечисленных блюд относительно короткие и полны аллюзий, автор предлагает сразу перенимать метод транслитерации плюс толкование и пытаться переводить следующим образом.

Цыплёнок нищего. Цзяохуа Узи (Цыплёнок) — также называемый Цыплёнком нищего (жареный цыплёнок, завернутый в лист лотоса с крышкой из мучного пирога снаружи). Цаочуань Цзэцзянь — рыба, обжаренная во фритюре с яйцом и измельчёнными побегами бамбука. Фон Тоя Цен — отварное морское ушко с акульим плавником и рыбьей пастью в бульоне, даже Будда не смог устоять перед ароматом.

В китайских и русских блюдах есть много блюд, которые очень похожи по содержанию на практику и имеют большое сходство. Таким образом, чтобы передать информацию о китайских блюдах более кратко и эффективно и уменьшить коммуникационные барьеры, вызванные культурными различиями в распространении, перевод переводчика. В процессе перевода часто используются названия определённых ингредиентов или продуктов в блюдах на

целевом языке. Из-за схожести культур питания не требуется дополнительной интерпретации, и это также может способствовать пониманию целевой аудиторией переведённого названия. Такое переведённое имя также ближе к изучаемому языку и культуре, поэтому его легко понять и легко принять переведённым именем [17, с. 11].

Заимствование при переводе может включать заимствование из семантических аспектов языковой лексики, а также из культурных образов [43, с. 61]. Семантическое заимствование заключается в том, что, когда названия определённых ингредиентов, содержащиеся в названиях китайских блюд, не могут быть найдены на целевом языке, а транслитерация ещё не распространена, некоторые западные блюда заимствуются для удовлетворения временных потребностей общения. Есть похожие слова к значению родственных китайских слов, чтобы заменить. Например, «карри» в карри с курицей и «салат» в салате из огурцов.

При переводе названий китайских блюд, иногда для того, чтобы упростить смысл переведённых названий, за счёт заимствования иностранных слов для перевода определённых компонентов названий китайских блюд можно уменьшить многие семантические различия между двумя культурами питания Китая и России. Конечно, при нормальных обстоятельствах заимствование культурных слов из-за их семантической эквивалентности и их содержания относится к сходству, поэтому заимствованные слова в переводе не нуждаются в дальнейшей интерпретации.

## **Перевод метафорических названий китайских блюд**

Если исходное название блюда содержит метафору и сырьё не видно, необходимо перевести основную часть метафоры.

Например, «芙蓉扇贝» — это блюдо, приготовленное из гребешков в качестве основного ингредиента и приготовленных на пару с яичным белком.

«芙蓉» — метафора, означающая «яичный белок». По мнению автора, название блюда можно перевести так, 芙蓉扇贝 — Яичный белок на пару с гребешками.

### **Иллюстрированная стратегия**

Глядя на меню ресторанов дома и за рубежом, мы видим, что многие блюда сопровождаются красивыми изображениями блюд.

С помощью картинок переведённые названия китайских блюд очень лаконичны, и отображаются только ингредиенты или способы приготовления, содержащиеся в блюдах. С изображениями и переводчикам, и посетителям больше не нужно слишком много думать о материале блюда и его цвете, аромате, вкусе, форме и контейнере из текста.

Конечно, нет необходимости выделять технику приготовления, тару, приправы, цвета и другие элементы блюд. Таким образом, когда пространство меню позволяет блюдам сопровождаться изображениями, многие процедуры перевода названий блюд опускаются, что облегчает простейший перевод названий блюд.



Языковая форма передачи информации при переводе названия блюда должна соответствовать культурной психологии и эстетическому вкусу целевой языковой аудитории [56, с. 11]. Культурное различие в основном отражается в национальном духе, мировоззренческой культуре и эстетическом вкусе, заложенных в названии блюда. Среди них материальная культура, такая как художественный стиль блюд, стили сборки и общее сырьё, часто не требует перевода на язык при переводе названий блюд в рамках культурной коммуникации. Иногда это не то, что целевой язык может правильно выразить. В настоящее время это может быть отображено через определённый визуальный языковой образ, то есть изображение.

Визуальные культурные образы относятся к визуальным образам, имеющим культурное значение. При переводе названий блюд они в основном относятся к языку. Язык несёт в себе культуру, поэтому процесс преобразования языка при переводе всегда сопровождается культурными столкновениями. Это столкновение вызовет как притяжение, так и противостояние.

Поэтому переводчики всегда должны помнить, что они должны всегда уважать национальную культуру и обычаи аудитории.

Изысканные изображения блюд могут доставить целевой аудитории более приятное визуальное удовольствие. С помощью картинок с картинками и текстами изначально неоднозначный перевод блюд может сделать целевую аудиторию более интуитивно понятной и более конкретно воспринять этот вид

блюда. Информация, передаваемая этим изображением, также помогает целевой аудитории лучше понять оригинальное транслитерированное название блюда. Когда люди разного культурного происхождения соприкоснутся с изображениями этих блюд, они получат более полное представление об оригинальных блюдах и их названиях.

В зарубежных ресторанах перевод некоторых названий блюд бывает трудным для понимания, а целевая аудитория не понимает и не понимает информацию, передаваемую переведёнными блюдами в меню. В настоящее время изображения блюд прилагаются к переводу названия блюда в меню большинства китайских ресторанов. В это время излишняя интерпретация становится излишней. Следовательно, в процессе перевода китайских блюд на русский язык мы можем сначала написать китайский пиньинь, а затем добавить изображения блюд и простые русские интерпретации, чтобы объяснить основные ингредиенты и выражение определённых культурных образов в исходных названиях блюд. Его можно показать публике через изображения посуды.

Изображения блюд как с картинками, так и с текстом также могут сделать название блюда более лаконичным, простым и понятным, ведь в это время к сокращённому названию нужно прикреплять только простые основные ингредиенты, вспомогательные материалы и способы приготовления. Комбинация блюд и изображений может также повысить аппетит посетителей, а также может заставить китайскую культуру сформировать более яркий образ

в сознании целевой аудитории и лучше понять семантику и культуру оригинального языка, передаваемого переведённым названием.

### **Дословный перевод**

Согласно информации о названиях ингредиентов, способах приготовления и происхождении блюд, отражённых в названиях китайских блюд, существуют основные правила, которым необходимо следовать. Обычно используются методы дословного перевода для передачи ключевой информации, такой как основные ингредиенты и методы приготовления блюд, чтобы целевая аудитория могла понять переведённое на русский язык название.

Некоторые китайские блюда похожи по форме на выражения русских блюд, поэтому для получения точных и лаконичных результатов часто используются методы дословного перевода. Дословный перевод названия блюда позволяет не только сохранить в переводе всё содержимое исходного названия блюда, но и более интуитивно передать семантику исходного названия блюда переводимой аудитории, особенно этническую еду в исходном тексте. Культурные особенности позволяют целевой аудитории лучше понять пищевые привычки и стиль пищевой культуры народа, на котором он говорит на оригинальном языке. Например, яичница-болтуня с помидорами, тушёная утка с пивом, тофу из говядины и тушёная курица с грибами.

Судя по переводу названий китайских блюд выше, целевая аудитория может быстро понять китайскую еду и методы приготовления, блюда, часто используемые приправы и ингредиенты.

Стратегия дословного перевода, упомянутая здесь автором, не является простым дословным переводом. Основное внимание уделяется информированию аудитории об основной информации о блюдах, насколько это возможно, чтобы обеспечить интуитивность и ясность переведённого названия, а также информировать целевую аудиторию об основной информации о блюдах. По сравнению данных, собранных автором, можно обнаружить, что центральным словом в переводе этого типа названия китайского блюда является в основном основной материал блюда, а изменённая часть — причастие прошедшего времени глагола для приготовления блюда или цвета, аромата, формы, вкуса блюда и т. д.

## Выводы по второй главе

Перевод — это коммуникативная деятельность. Любое действие по переводу имеет определенную цель, и информационное взаимодействие и коммуникация между членами различных культурных групп могут осуществляться и осуществляться плавно посредством деятельности по переводу. Любая переводческая деятельность, в том числе перевод названий блюд, неотделима от культуры.

При переводе на русский язык названий китайских блюд переводчику необходимо переключаться между двумя языковыми знаками, чтобы достичь компромисса и уступок между культурами, заложенными в знаках. Короче говоря, необходимо использовать гибкий перевод, чтобы уменьшить конфликты, вызванные культурными различиями в еде, обычаями и другими культурными различиями в процессе взаимного преобразования между исходным языком и целевым языком при переводе названий блюд.

Перевод может гибко изменять форму выражения, сосредотачиваясь на выражении исходного намерения или прагматического значения. Специально применяя его к русскому переводу названий китайских блюд, переводчик должен учитывать основную цель и принципы перевода названий блюд. По этой причине переводчикам часто приходится вносить соответствующие изменения в языковые формы, методы культурного общения и т. д., чтобы избежать сбоев в переводческой деятельности из-за культурных различий. В русском переводе названий китайских блюд любой механический,

семантический и формальный перевод, нарушающий диахронический взгляд, не может достичь цели распространения. Переводчик должен следовать основным целям и принципам русского перевода названий китайских блюд и предполагаемой функции перевода в целевой языковой культуре, быть знаком с применением различных теорий перевода в конкретных методах перевода и понимать передачу информации само название блюда, язык оригинала, информация и культура, содержащаяся в нем, должны быть выбраны и скорректированы так, чтобы названия китайских блюд можно было лучше перевести на русский язык.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования этой темы был проведён более подробный анализ и индукция различных русских переводов, образовавшихся в процессе перевода названий китайских блюд в прошлом. В этой статье указаны те переведённые названия, которые были приняты аудиторией, названия этих китайских блюд переведены в форме транслитерации. Остальные названия блюд на китайском языке используют дословный перевод или транслитерацию для отображения основной информации о самих блюдах для переведённой аудитории или принимают режим перевода «транслитерация + интерпретация», «транслитерация + дословный перевод» и «транслитерация + интерпретация + дословный перевод». Он обеспечивает нормативное переводческое мышление или модель структуры перевода имён для развития индустрии общественного питания в Китае.

Влияние китайской индустрии общественного питания на Россию определяется двумя факторами: один — это коммуникационная стратегия и метод, второй - качество перевода названий блюд на русский язык (вкусно).

Русский перевод названий китайских блюд — это не просто языковая конверсия в условиях экономической глобализации и культурного разнообразия, и эффективность его распространения не так проста, как мы себе представляли. Это требует от переводчиков понимания внутреннего контекста, лежащего в основе различных языков, но также необходимо понимать различные культурные особенности. Просто полагаться на единую теорию

перевода при переводе названий блюд не получится. В противном случае, даже если русское название китайской кухни может быть полностью правильным с точки зрения грамматической структуры, его смысловое выражение достаточно полное, но не достигает эффекта культуры распространения названия китайской кухни.

С экономической точки зрения влияние переводческой деятельности на экономику имеет определённый стимулирующий эффект. При переводе названий китайских блюд очень необходимо и необходимо проводить подробные исследования различных языков тонных аудиторий и различных культурных условий различных этнических групп.

Когда названия китайских блюд переводятся на русский язык, неизбежно ограничиваются языковыми и культурными различиями между целевым языком и языком оригинала. В то же время они также ограничиваются такими факторами, как цель перевода и когнитивная психология целевой языковой аудитории. Создание и развитие теории и принципов перевода названий китайских блюд также является философским вопросом. В конце концов, всегда можно найти переводное название, наиболее близкое к значению оригинального названия блюда. В переводе нет полной эквивалентности, и перевод будет более или менее отличаться от исходного текста. В мире не существует полного эквивалентного перевода, но это нельзя отрицать. В процессе практического перевода названия блюда можно создать относительно



стабильное и популярное «название», приемлемое как для целевого языка, так и для языка оригинала.

Это отправная точка и теоретическая основа для предложения автором данной темы транслитерации названий китайских блюд. Перевод на русский язык названий китайских блюд — это не только обмен, но и коммуникация и распространение, но и художественное именование, которое передаёт информацию о блюдах. Нетрудно увидеть, что перевод названий китайских блюд повлияет на успех или неудачу зарубежного развития китайской индустрии общественного питания. Хороший перевод названия китайского блюда может устранить языковые и культурные барьеры между языком оригинала и целевым языком, повысить приемлемость блюда среди иностранной аудитории, повысить популярность его распространения за рубежом и укрепить репутацию китайских предприятий общественного питания среди зарубежная аудитории. Узнаваемость бренда, тем самым улучшая экономический эффект от внешних коммуникаций предприятий общественного питания и стимулируя развитие смежных отраслей Китая, их структурную перестройку и реорганизацию производства.

В связи с постоянным развитием различных китайских фирменных блюд принципы и структура русского перевода названий китайских блюд не могут быть обобщены по фиксированной схеме. Как сказал г-н Губ Чжэнкунь (китайские переводчики), существует только один окончательный стандарт для перевода, это исходный текст. Самый высокий стандарт оценки качества

перевода, это наилучшее приближение. В процессе достижения наилучшего приближения формы, методы и принципы перевода разнообразны. Таким образом, цель перевода, предложенная автором в ходе данного предметного исследования, требует от переводчиков умения гибко использовать различные техники перевода в практике перевода названий блюд, владения общими правилами перевода названий блюд, смелости в изучении, и не слепо следовать книгам или суеверны и авторитетны, и в то же время должны осмелиться вводить новшества, постоянно исследовать и улучшать перевод названий блюд, а также исследовать новые классические переводы. Конечно, любые инновации, это не слепое высокомерие, которое требует от переводчиков постоянного совершенствования своих культурных достижений и двуязычия.

В действительной переводческой деятельности недостаток словарного запаса, самая фатальная слабость переводчика, и перевод, в котором отсутствуют подходящие слова, будет казаться безжизненным. Следовательно, любой переводчик должен прочитать книги перед тем, как приступить к переводу, полностью понять язык и культурные различия между целевым языком и языком оригинала, особенно чтобы запомнить некоторый словарный запас, который можно использовать при переводе, и переводить свободно.

Для достижения максимального сходства перевода и оригинального текста можно использовать любой метод перевода, который может бесконечно вести перевод к исходному тексту. Конечно, перевод блюд говорит о том, как преодолеть культурные и языковые различия, а точный и яркий перевод

китайских блюд на русский язык достоин усилий учёных, чтобы исследовать и открывать. Независимо от того, какой метод перевода использует переводчик, он должен безоговорочно гарантировать, что суть и характеристики блюд могут быть полностью воспроизведены в переводе; использование целевого языка также должно соответствовать эстетическому вкусу целевой аудитории, и уважать целевую аудиторию. На основе культурных ценностей постарайтесь сохранить национальные языковые характеристики исходного языка в целевом языке, чтобы целевая языковая аудитория могла в полной мере оценить бесконечное очарование китайского национального языка. При переводе названий китайских блюд перевод должен быть максимально унифицированным, чтобы избежать явления множественных переводов и путаницы названий.

В иностранном переводе названий китайских блюд мы должны стараться изо всех сил распространять и знакомить с превосходной культурой нашего народа через перевод. Русский перевод названия блюда должен быть соответствующим, но более стандартизированным. Поэтому в данной теме специально предлагается метод транслитерации названий блюд в виде китайского фонетического алфавита, который упрощает употребление целевой аудитории китайских деликатесов. В то же время он может быть отображён точно через толкование или дословный перевод. Таким образом, больше россиян смогут насладиться китайской кухней, уменьшив культурные барьеры, вызванные транслитерацией языкового отчуждения. Русские могут запоминать

названия китайских блюд и постепенно понимать их истинное значение благодаря постоянному контакту в различных контекстах, чтобы облегчить распространение китайской еды в России, чтобы можно было перевести богатую китайскую культуру, содержащуюся в названиях блюд в язык общения в культуре.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Baker, M. 2000. In Other Words: A Course Book on Translation [M]. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press.
2. Carl, Bybee. 1999. Can Democracy in the Post-Factual Age? A Return to the Lippmann-Dewey Debate about the Politics of News [J]. Journalism & Mass Communication Monograph, Vol.1, No.1, Spring.
3. Catford. J. C. 1965. A Linguistic Theory of Translation, London: Oxford University Press.
4. Christiane, Nord. 1997. Translational as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained[M]. Manchester: ST. Jerome Publishing.
5. Davis, Linnell. 2001. Doing Culture in Cross-cultural Communication in Action [M]. Foreign Language Teaching and Research Press.
6. Guty, Ernst-August. 1991. Translation and Relevance [M]. Oxford: Basil Blackwell Ltd.
7. Hornby, A S. 2004. Oxford Advanced Learner's English Chinese Dictionary (6<sup>th</sup> Edition) [K]. Peking: The Commercial Press; London: Oxford University Press.
8. Jourdan Christine. 2006. Language, Culture and Society: Key Topics in Linguistic Anthropology[M], London: Cambridge University Press.
9. Newmark, Peter. 1988. Approaches to Translation[M], N.Y: Prentice Hall Inc.
10. Newmark, Peter. 1988. A Textbook of Translation [M], New York: Prentice Hall Inc.

11. Nida, Eugene A., Taber. Charles R. 1982. *The Theory and Practice of Translation* [M]. Leiden: E.J. Brill.
12. Nida, Eugene A. 1964. *Toward a Science of Translation*[M]. Leiden, E.J. Brill.
13. Nida, Eugene A. 1993. *Language, Culture and Translating* [M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press.
14. Nida, Eugene A. 1986. *From One Language to Another* [M], N.Y: Thomas Nelson Inc.
15. Pearsall, Judy. 2001. *New Oxford English Dictionary* [K]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press.
16. Procter, Paul. 1995. *Cambridge International Dictionary of English* [K], London: Cambridge University Press.
17. Ruben, Brent D. & Kealey, Daniel. 1979. *Behavioral Assessment of Communication Competency and the Prediction of Cross-cultural Adaptation* [M]. Britain: Pergamum Press Ltd.
18. Samovar, Larry A., Porter. Richard E. 2004. *Communication between Cultures* [M]. Peking: Peking University Press.
19. Steiner, George.1975. *After Babel*, London: Oxford University Press.
20. Tyler. 1907. *Essay on the Principles of Translation* [M]. London: J. M. Dent & Company.
21. Venuti, Lawrence. 2004. *The Translator's Invisibility — A History of Translation* [M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press.

22. Watson, Owen. 1976. Longman Modern English Dictionary [K]. London: Richard Clay (The Chaucer Press), Ltd.
23. Wilbur, Schramm. 1954. How Communication Works, The Process and Effect of Mass Communication [M]. Urbana: University of Illinois Press.
24. Wills, Wolfram. 2001. The Science of Translation: Problems and Methods [M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press.
25. 包惠南, 包昂. 中国文化与汉俄翻译[M]. 北京: 外文出版社, 2004: 229. (Бао Хуэйнань, Бао Анг. Китайская культура и китайско-русский перевод [M]. Пекин: Издательство иностранных языков, 2004: 229.)
26. 北京市人民政府外事办公室, 北京市旅游局. 中文菜单英文译法[Z]. 北京: 北京市人民政府外事办公室、北京市旅游局, 2008. (Управление иностранных дел муниципального народного правительства Пекина, Управление туризма Пекина. Английский перевод китайского меню [Z]. Пекин: Управление иностранных дел муниципального народного правительства Пекина, Администрация туризма Пекина, 2008 г.)
27. 陈喜荣. 从功能语法语境理论看文化负载词的翻译[J]. 四川外语学院学报, 1998(01): 95–99. (Чин Сижун. Перевод слов с культурной нагрузкой с точки зрения теории контекста функциональной грамматики [J]. Журнал Сычуаньского университета международных исследований, 1998 (01): 95–99.)
28. 陈小慰. 新编实用翻译教程[M]. 北京: 经济科学出版社, 2006. (Чэнь Сяовэй. Новый курс практического перевода [M]. Пекин: Economic Science Press, 2006.)

29. 陈定安.英汉比较与翻译[M].北京: 中国对外翻译出版公司, 1998. (Чен Дингань. Англо-китайское сравнение и перевод [М]. Пекин: Китайская переводческая и издательская корпорация, 1998.)
30. 陈日浓. 中国对外传播史略[M]. 北京: 外交出版社, 2010: VI-VII (Чен Ри Нонг. Краткая история внешних коммуникаций Китая [М]. Пекин: China Foreign Affairs Press, 2010: VI–VII)
31. 陈茜.从文化沟通看不可译性向可译性转化[J]. 浙江理工大学学报, 2009(06): 975-978. (Чен Цянь. Трансформация от непереводимости к переводимости в культурной коммуникации [Дж.]. Журнал Чжэцзянского научно-технического университета,2009 (06): 975–978.)
32. 陈家基. 中式菜肴俄译方法初探[J]. 中国翻译. 1993(1): 67. (Чэнь Цзяцзи. Предварительное исследование русского перевода китайских блюд [Дж.]. Китайский перевод. 1993 (1): 67.)
33. 陈宏薇. 汉英翻译基础[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2004. (Чен Хунвэй. Основы китайско-английского перевода [М]. Шанхай: Издательство по изучению иностранных языков в Шанхае, 2004.)
34. 陈福康.中国译学理论[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2002:396. (Чэнь Фукан. Теории исследований китайского перевода [М]. Шанхай: Shanghai Foreign Language Education Press, 2002: 396.)
35. 褚天霞. 从译意到译音——“福娃”翻译手法变因的多维视角探析[J]. 河北理工大学学报, 2010(02): 147-150. (Чу Тянься. От смысла к транслитерации



- анализ вариаций методов перевода "фува" с многомерной точки зрения [Дж.].  
Хэбэй Журнал Университета науки и технологий, 2010 (02): 147–150.)
36. 邓炎昌,刘润清.语言与文化[M].北京:外语教学与研究出版社, 1989 (Дэн Яньчан, Лю Жунцин. Язык и культура [М]. Пекин: Издательство по изучению и преподаванию иностранных языков, 1989)
37. 丁树德. 翻译技法详论[M]. 天津:天津大学出版社, 2005. (Дин Шудэ. Подробное обсуждение методов перевода [М]. Тяньзинь: Издательство Тяньцзиньского университета, 2005.)
38. 方梦之. 俄语科技文体: 范式与应用[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 1998. (Фанг Мэнчжи. Стиль российской науки и технологий: парадигма и применение [М]. Шанхай: Shanghai Foreign Language Education Press, 1998.)
39. 方兴. 翻译问题新探---基于戴维森意义理论的反思[M]. 北京:中国社会科学出版社,2010. (Фан Син. Новое исследование проблем перевода - размышления, основанные на теории значения Дэвидсона [М.]. Пекин: Китайские социальные науки Издательство Сюэ, 2010.)
40. 冯庆华. 实用翻译教程[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2002. (Фэн Цинхуа. Практический курс перевода [М]. Шанхай: Shanghai Foreign Language Education Press, 2002.)
41. 龚颖芬. 交际翻译策略在中国菜名俄译中的运用[J]. 湖南科技学院学报, 2012(08):148-150 (Гун Инфэнь. Применение коммуникативных стратегий перевода в русском переводе китайских блюд [J]. Journal of Hunan University of Science and Technology, 2012 (08): 148–150)

42. 顾静. 透视新闻期刊对中国特色词汇的翻译[J].上海翻译, 2005 (01):57-60.  
(Гу Цзин. Перспектива перевода китайской характерной лексики в новостных периодических изданиях [Дж.]. Шанхайский переводчик, 2005 (01):57-60.)
43. 李明, 卢红梅. 语言与翻译[M]. 武汉:武汉大学出版社, 2010. (Ли Мин, Лу Хунмэй. Язык и перевод [М]. Ухань: Издательство Уханьского университета, 2010.)
44. 国务院关于印发全国现代农业发展规划(2011—2015 年)的通知, 国发(2012) 4 号. (Уведомление Государственного совета по печати и распространению Национального плана современного развития сельского хозяйства (2011—2015 гг.), Национального развития (2012 г.) № 4.)
45. 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2004. (Го Цингуан. Курс общения [М]. Пекин: Китайское издательство Жэньминьского университета, 2004.)
46. 郭爱先. 词汇空缺及其可译性[J]. 解放军外语学院学报, 1998(05):42-45. (Го Айсянь. Пробел в словарном запасе и его переводимость [J]. Журнал Университета иностранных языков НОА, 1998 (05): 42-45.)
47. 何自然. 认知语用学——言语交际的认知研究[M]. 上海:上海外语教育出版社, 2006. (Хэ Зиран. Когнитивная прагматика: когнитивное исследование вербальной коммуникации [М]. Шанхай: Шанхайский издательский дом по вопросам иностранного языка. Общество, 2006.)
48. 胡庚申. 翻译适应选择论[J]. 武汉:湖北教育出版社, 2004. (Ху Гэншэнь. Адаптация перевода и теория выбора [J]. Ухань: Издательство образования Хубэй, 2004.)

- 49.罗常培 语言与文化[M]. 北京: 语文出版社, 1989. (Ло Чанпей. Язык и культура [M]. Пекин: Издательство языка, 1989.)
- 50.吕兰 从异化法与归化法看广西菜名与主食的英译[J]. 广西社会科学, 2008(09): 21-24. (Лу Лань. Английский перевод блюд и основных продуктов питания провинции Гуанси с точки зрения иностранного происхождения и приручения [J]. Guangxi Social Sciences, 2008 (09): 21-24)
- 51.吕叔相 1951 翻译工作与杂学[J]. 翻译通报 1951(2)1-3. (Лу Шусян. Переводческая работа и различные исследования, 1951 г. [J]. Бюллетень переводов. 1951 (2) 1–3.)
- 52.麦克米伦高阶英语词典[M].北京: 外语教学与研究出版社, 2003. (Расширенный словарь английского языка Macmillan [M]. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press, 2003.)
- 53.毛荣贵 翻译美学[M]. 上海: 上海交通大学出版社, 2005. (Мао Жунгуи. Эстетика перевода [M]. Шанхай: Издательство Шанхайского университета Цзяотун, 2005.)
54. 蒙兴灿、吴树奇 语言多元、文化多样与译者的使命[N]. 2006. 冲突、互补、共存—中西文化对比研究[M]. 左鹰主编 上海: 上海外语教育出版社, 2009. (Мэн Синкан, У Шуци. Многоязычное, многокультурное разнообразие и миссия переводчиков [N]. 2006. Конфликт, взаимодополняемость и сосуществование - сравнительное исследование китайской и западной культур [M]. Цзо Бяо, редактор Шанхай: издательство Shanghai Foreign Language Education Press, 2009.)

55. 穆凤良 逻辑比较与英汉翻译[M]. 北京 国防工业出版社, 2009. (Му Фэнлян. Сравнение логики и англо-китайский перевод [M]. Пекин. National Defense Industry Press, 2009.)
56. 奈达 泰白 翻译理论与实践[M].上海 上海外语教育出版社, 2004. (Табер Нида. Теория и практика перевода [M]. Шанхай: Шанхайский издательский дом по вопросам образования иностранных языков, 2004.)
57. 彭春艳 翻译标准新论——修正辜正坤教授建立的翻译标准系统[J]. 中山大学学报论丛 2004(04):237-241. (Пэн Чуньян. Новая теория стандартов перевода - Пересмотр системы стандартов перевода, установленной профессором Гу Чжэнкуном [Дж.]. Журнал Университета Сунь Ятсена, 2004 (04): 237–241.)
58. 彭子诚 中国湘菜大典[M].北京 中国轻工业出版社, 2008. (Пэн Цзичэн. Классическая китайская кухня Хунань [M]. Пекин: China Light Industry Press, 2008.)
59. 钱冠连 从文化内核看翻译等值[J]. 中国翻译, 1994(04): 14-15. (Цянь Гуаньянь. Взгляд на эквивалентность перевода из общего ядра культуры [J]. Китайские переводчики, 1994 (04): 14–15.)
60. 任静生 也谈中餐与主食的英译问题[J]. 中国翻译, 2007(6): 44 - 46. (Жен Сень. Также об английском переводе китайских блюд и основных продуктов питания [J]. Chinese Translator, 2007 (6): 44-46.)
61. Stam Wan, 张京 药膳专说[J].科学健身(健尚), 2010(09):17-18. (Стэм Ван, Чжан Цзин. Легенда о лечебной диете [Дж.]. Наука и фитнес (Цзяньшан), 2010 (09): 17–18.)

62. 单波 跨文化传播的问题与可能性[M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2010. (Шань Бо. Проблемы и возможности межкультурной коммуникации [М]. Ухань: Wuhan University Press, 2010.)
63. 石卉 论跨文化交际中的文化适应[J]. 唯实, 2009 (11): 42-44. (Ши Хуэй. О культурной адаптации в межкультурной коммуникации [Дж.]. Вейши, 2009 (11): 42-44.)
64. 孙致礼 中国的文学翻译 从归化趋向异化 [J]. 中国翻译, 2002(1): 40-44. (Сунь Чжили. Китайский литературный перевод: от приручения к иностранному языку [J]. Китайский перевод, 2002 (1): 40-44.)
65. 陶寿, 孟敏 音译词归化和异化现象及特点[J]. 武汉工程大学学报, 2009(02): 75-78 (Тао Кей, Мэн Синминь. Феномен и характеристики одомашнивания и иностранного языка транслитерированных слов [J]. Журнал Уханьского технологического института, 2009 (02): 75-78)
66. 屠国元, 李静 文化距离与读者接受: 翻译学视角[J]. 解放军外国语学院学报, 2007(3): 49. (Ту Гоюань, Ли Цзин. Культурная дистанция и признание читателей: перспектива исследований перевода [J]. Китайский университет иностранных языков НОАК Новости, 2007 (3): 49.)
67. 王才英 试论中国菜名的相对不可译及对策[J]. 长沙大学学报, 2009(04): 108-109. (Ван Цайин. Об относительной неперевоодимости названий китайской кухни и контрмерах [J]. Журнал Университета Чанша, 2009 (04): 108-109.)

68. 王佐良翻译:思考与试笔[M].北京 外语教学与研究出版社, 1989. (Ван Цзуолян. Перевод: Мышление и проверка [М]. Пекин: Издательство по обучению иностранным языкам и исследованиям, 1989.)
69. 翁小云 菜单命名特点及其翻译[J].黎明职业大学学报 2011(03):35-38 (Вэн Сяюнь. Характеристики наименования Минцзя и его перевод [J]. Журнал профессионального университета Лимин, 2011 (03): 35–38)
70. 翁小云 中式菜谱艺术菜名分类及其英译策略[J]. 沈阳农业大学学报, 2012(Вэн Сяюнь. Классификация художественных названий китайских кулинарных книг и их стратегии перевода на английский [J]. Журнал Шэньянского сельскохозяйственного университета, 2012 г.)
71. 谢云才.文本意义的诠释与翻译[M]. 上海上海外语教育出版社, 2011.( Се Юньцай. Интерпретация и перевод значения текста [М]. Шанхай: Shanghai Foreign Language Education Press, 2011.)
72. 熊欣 外宣翻译中“实”、“表”研究[J].湖南第一师范学院学报, 2011(06) :120-124. (Сюн Синь. Исследование «Реальности» и «Таблицы» в переводе иностранной пропаганды [J]. Журнал Первого педагогического университета провинции Хунань, 2011 (06):120-124.)
73. 熊欣 对外传播及汉译现状研究[J].山东外语教学, 2010(05):99-103. (Сюн Синь. Исследование статус-кво иностранного общения и китайского перевода [J]. Обучение иностранному языку в Шандун, 2010 (05): 99-103.)

