

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

# **СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА НАИМЕНОВАНИЙ 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

\_\_\_\_\_ Л. И. Корнеева

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

\_\_\_\_\_ Ли Сыци

Нормоконтролер

Научный руководитель

доцент, канд. эк. наук

доцент, канд. филол. наук

\_\_\_\_\_ Е.В. Язовских

Е.А. Березовская

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2019 г.

Екатеринбург

2019

## АННОТАЦИЯ К МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

**Актуальность работы** связана с необходимостью повышения качества перевода наименований китайских блюд и развитием российско-китайских культурных связей.

**Цель работы** — обобщить исследования, посвященные переводу и локализации наименований китайских блюд и предложить лучшие методики.

### **Задачи исследования:**

- 1) изучить и систематизировать исследования, посвященные переводу и локализации наименований китайских блюд;
- 2) разработать методику анализа сайтов российских ресторанов китайской кухни и сбора лексического материала для исследования;
- 3) проанализировать сайты российских китайских ресторанов и сформировать перечень наименований китайских блюд для исследования;
- 4) проанализировать переводы наименований китайских блюд, включенных в меню российских китайских ресторанов;
- 5) выявить типичные ошибки, которые допускают переводчики наименований китайских блюд на русский язык, и систематизировать их;
- 6) составить рекомендации по улучшению качества перевода наименований китайских блюд на русский язык.

**Объект исследования** — наименования китайских блюд.

**Предмет исследования** — специфика интерпретации наименований китайских блюд на русском языке.

**Теоретическая значимость** работы заключается в обобщении критериев переводческой эквивалентности переводов наименования китайских блюд на русский язык.

**Основные положения, выносимые на защиту диссертации.**

1. В ходе исследования обоснована необходимость повышения качества интерпретации наименований китайских блюд на русском языке.

2. Основной причиной ошибок в переводах наименований китайских блюд на русский язык является недостаточная осведомленность переводчиков о специфике образования наименований блюд в китайском языке и роли данных лексических единиц в китайской культуре.

3. Для повышения качества интерпретации наименований китайских на русском языке блюд необходимо учитывать специфику данной группы лексики, а также применять стратегии перевода и локализации.

В данном исследовании используются следующие **методы**:

- 1) метод сплошной выборки, нацеленный на выделение наиболее лингвокультурологически ценных единиц;
- 2) метод компонентного анализа лексики;
- 3) сопоставительный метод, способствующий выявлению общего и специфичного в языковых картинах мира.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА КУЛИНАРНЫХ ТЕРМИНОВ.....	7
1.1. Кулинарный термин как носитель национально-культурной информации .....	7
1.2. Перевод и локализация как две стратегии интерпретации наименований блюд .....	8
1.3. Модели номинаций блюд в китайском языке .....	20
Вывод по первой главе.....	31
ГЛАВА 2. СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПЕРЕВОДА НАИМЕНОВАНИЙ КИТАЙСКИХ БЛЮД НА РУССКИЙ ЯЗЫК .....	33
2.1. Анализ перевода наименований китайских блюд в меню Российских ресторанов.....	33
2.2. Стратегия и методы повышения качества интерпретации наименований китайских блюд на русском языке .....	41
Вывод по второй главе .....	57
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	59
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК .....	61

## ВВЕДЕНИЕ

В последнее время в России сохраняется высокий интерес к культуре Юго-Восточной Азии, в частности, к кухне региона. На территории страны успешно работает множество ресторанов японской, тайской, паназиатской и китайской кухни, регулярно открываются новые. Часть из них использует в меню оригинальные названия блюд, что обеспечивает дополнительную возможность для создания специфической атмосферы азиатских стран. Так, многие китайские рестораны включают в меню наименования блюд, набранные иероглифами, и их переводы. Однако переводы не всегда соответствуют оригинальным наименованиям и могут не учитывать их специфику.

Между тем названия блюд китайской кухни существенно отличаются от наименований русских блюд как по структуре, так и по составу лексических компонентов. Они включают в себя не только указания на разные способы приготовления продуктов, входящих в состав блюда, но и культурную информацию, метафоры и другие значимые компоненты [39, с. 21]. Все это затрудняет перевод и требует особого подхода к специфическому лексическому материалу. При этом качество перевода наименований блюд важно ничуть не меньше, чем качество перевода других текстов.

Таким образом, **актуальность** данного **исследования** связана с необходимостью повышения качества перевода наименований китайских блюд и развитием российско-китайских культурных связей.

**Объект исследования** — наименования китайских блюд; **предмет** — специфика интерпретации наименований китайских блюд на русском языке.

**Цель работы** — обобщить исследования, посвященные переводу и локализации наименований китайских блюд и предложить лучшие методики.

**Задачи исследования:**

- 1) изучить и систематизировать исследования, посвященные переводу и локализации наименований китайских блюд;
- 2) разработать методику анализа сайтов российских ресторанов китайской кухни и сбора лексического материала для исследования;
- 3) проанализировать сайты российских китайских ресторанов и сформировать перечень наименований китайских блюд для исследования;
- 4) проанализировать переводы наименований китайских блюд, включенных в меню российских китайских ресторанов;
- 5) выявить типичные ошибки, которые допускают переводчики наименований китайских блюд на русский язык, и систематизировать их;

б) составить рекомендации по улучшению качества перевода наименований китайских блюд на русский язык.

Цель и задачи исследования определили его **структуру**.

Работа состоит из введения, двух глав и заключения. Во введении описаны актуальность, объект и предмет исследования, сформулированы цель и задачи, перечислены основные методы работы, а также положения, выносимые на защиту диссертации.

В первой главе представлен анализ источников, посвященных изучению перевода наименований блюд китайской кухни. В число изученных исследований вошли работы, выполненные как русскими, так и китайскими специалистами.

Вторая глава содержит подробный анализ переводов наименований китайских блюд, включенных в меню российских китайских ресторанов, описание наиболее распространенных ошибок, допускаемых переводчиками при переводе наименований китайских блюд на русский язык, выявленных при анализе меню с сайтов российских китайских ресторанов, а также методы по повышению качества интерпретации наименований китайских блюд на русском языке.

В заключении представлены общие выводы, а также намечены перспективы дальнейшей работы.

**Основные положения, выносимые на защиту диссертации.**

1. В ходе исследования обоснована необходимость повышения качества интерпретации наименований китайских блюд на русском языке.

2. Основной причиной ошибок в переводах наименований китайских блюд на русский язык является недостаточная осведомленность переводчиков о специфике образования наименований блюд в китайском языке и роли данных лексических единиц в китайской культуре.

3. Для повышения качества интерпретации наименований китайских на русском языке блюд необходимо учитывать специфику данной группы лексики, а также применять стратегии перевода и локализации.

**Теоретическая значимость** работы заключается в обобщении критериев переводческой эквивалентности переводов наименования китайских блюд на русский язык. **Практическая значимость** связана с возможностью продвижения китайской национальной кухни на российском рынке, популяризацией китайской традиционной культуры в России и, как следствие, с развитием китайско-российских культурных связей.

В данном исследовании используются следующие **методы**:

- 1) метод сплошной выборки, нацеленный на выделение наиболее лингвокультурологически ценных единиц;
- 2) метод компонентного анализа лексики;
- 3) сопоставительный метод, способствующий выявлению общего и специфичного в языковых картинах мира.



# ГЛАВА 1. ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА КУЛИНАРНЫХ ТЕРМИНОВ

## 1.1. Кулинарный термин как носитель национально-культурной информации

Глобальное общество требует ускорения и разнообразия способов передачи информации, стирая границы между народами и нациями. Однако всегда будет оставаться определенный признак, который будет выделять один этнос среди других. Этнокультурная специфика сохраняется и передается различными способами. Национальная кухня как одна из важнейших бытовых реалий тоже осуществляет трансляцию этнокультурных смыслов. При этом каждое блюдо является своеобразным текстом с особым семиотическим наполнением.

Стоит отметить, что каждое блюдо — это текст наполнен особым смыслом и является сгустком национального мировоззрения. Г. Д. Гачев в работе «Национальные образы мира» акцентирует внимание на том, что национальная пища является той частью внешнего космоса, которая «переходит в нутро наше и становится частью микрокосмоса», выступая при этом посредником между внутренним и внешним мирами [9, с. 48]. Идеи миропонимания, которые закладывались нашими предками, отражены в национальных блюдах. А вместе с тем — и запечатленное мировосприятие народа, понимание им мироздания. Через национальные блюда происходит воспроизводство сакральных ценностей [31, с. 13; 32, с. 27].

Национальное блюдо является одним из культурно-исторических символов народа. В каждой национальной кухне существуют устоявшиеся концепты, которые возникли в процессе коммуникации. Для русских таким концептом являются щи, пельмени, калачи или сбитень, — один из этномаркеров Российства, для Китайцев же это утка по-пекински, димсам, жареный рис или столетнее яйцо [39, с. 18; 17, с. 70].

Пища — не просто средство пополнения сил, это сгусток информации, что закладывалась во время ее приготовления еще нашими далекими предками и так же закладывается сейчас современными хозяйками. Недаром у многих народов существуют церемонии приема пищи (например, китайские чайные церемонии), которые имеют свою давнюю историю и пронизаны знаковостью для каждого представителя конкретной этнообщности. Любая кухня — это отражение культуры своего народа.

## **1.2. Перевод и локализация как две стратегии интерпретации наименований блюд**

Специфика переводческой деятельности учитывает многие лингвистические и экстралингвистические факторы: вид перевода и форму его презентации, требования к осуществлению перевода в плане точности и полноты, функционально-стилевую или жанрово-стилистическую направленность текста; дискурса, ориентацию переводчика в пределах дискурса, профессиональную терминологию, индивидуальные

психологические особенности переводчика, его возраст, и интеллектуально-мыслительные способности, память, умение адаптироваться к профессиональным ситуациям, умение пользоваться техническими средствами перевода и т. д. [45, с. 19].

Анализ определений понятия «перевод» разными авторами показал, что в их текстах наблюдается общее, а именно: процесс передачи информации с одного языка на другой язык (Л. Бархударов, В. Виноградов, В. Комиссаров) преобразования; трансформации структуры языкового образования (Л. Бархударов, А. Лиловый, Л. Черняховская), одновременно и различия [2, с. 240; 5, с. 240; 14, с. 253; 26, с. 264].

Так, ученые (В. В. Виноградов, В. Н. Комиссаров) акцентируют на эквивалентности отношений между текстом-оригиналом и текстом перевода; Б. Хатим и А. Швейцер отмечают значимость учета в процессе перевода социокультурного контекста. Другие ученые (А. Лиловый, Б. Хатим) видят необходимым в смысле перевода выделить такие черты, как форма презентации перевода в зависимости от вида перевода — устный, письменный [6, с. 240; 15, с. 134; 27, с. 280].

Обобщив определение понятия «перевод» различными учеными, рассматриваем сущность перевода как социальное, культурное, эстетическое, лингвистическое и историческое явление, что функционирует как результат переводческой деятельности, так и репродуктивный и отражательный

творческий процесс (в устной, письменной, компьютеризированной автоматизированной формах) превращение аналога оригинала [4, с. 240].

Именно поэтому деятельность специалиста в области перевода многогранна. Иными словами, через перевод осуществляется опосредованное общение людей, что дает основания рассматривать его как вид речевой деятельности наряду с аудированием, говорением (устный перевод), чтением, письмом (письменный перевод), где «гидом-проводником» является переводчик [19, с. 256].

Более того, средствами перевода переводчик обеспечивает: организацию, проведение и / или окончание процесса передачи информации с одного языка на другой; трансформацию различных культур; модификацию текста оригинала в текст перевода по времени, историческими событиями, социально-экономическими явлениями и тому подобное; реализацию потребности носителей разных языков в общении.

Итак, перевод как вид речевой деятельности по функциональному спектру совпадает с функциями языка: коммуникативной, идентификационной, экспрессивной, гносеологической, эстетической, культурологической, номинативной. Заметим, что перевод коррелирует с рецепцией (через слушание и чтение) и (ре) производством вторичной информации (через говорение и письмо), что характеризует его как деятельность.

Языковая профессиональная подготовка будущих переводчиков все же предполагает глубинное понимание специфики переводческой деятельности и ее результата, знания психологических аспектов режима работы, умения правильно выбирать стратегию и тактику осуществления перевода в контексте коммуникативной / некоммуникативной ситуации и тому подобное.

Чтобы делать достойный и качественный перевод переводчику нужно делать немало усилий. По словам Уэйсюна [27, с. 2], в деятельности перевода включают четыре основных элемента: исходный текст, переводчик, переводный текст, читатель. Об этом писал и В. Н. Комиссаров [14, с. 109], который делит переводческий процесс на три этапа, два из которых чисто переводческие и один — этап редактирования:

- 1) интерпретация действительности через текст;
- 2) нахождение инварианта перевода и выражение его на языке перевода (реализация);
- 3) создание нового речевого произведения с учетом его функционального стиля, т. е. редактирование текста в соответствии с нормами языка перевода.

Чтобы совершить хорошую работу, переводчику надо стремиться к тому, что правильно понимать оригинальный текст, адекватно текст воспроизвести на другом языке, и подладиться под вкусы читателей [36, с. 15].

Сам процесс деятельности перевода для переводчика в целом делится на два этапа: принятие и воспроизведение оригинального текста. Для правильного принятия оригинала у переводчика должно быть соответствующее знание исходного языка текста; и знание не только языковое, но и культурное.

Чтобы логично воспроизвести оригинал, переводчик должен соблюдать конкретные принципы, и знать способы и приемы перевода.

О принципах пишут многие китайские специалисты как Янь Фу, Лу Синь, Чжай Цюбай, Гу Жонгку, Сюй Юнь, Фу Шэлей, и многие русские специалисты как Л. Бархударов, В. Виноградов, В. Комиссаровидр [41, с. 209; 42, с. 30; 43, с. 49; 47, с. 105; 45, с. 206; 51, с. 122].

По словам известного китайского мыслителя Янь Фу, переводчик должен соблюдать три принципа перевода: 信 (объективность); 达 (логика), 雅 (красота). При этом под объективностью понимается необходимость переводить, не добавлять личного мнения в перевод; логика диктует переводчику отказ от стремления к дословному переводу в пользу сохранения смысла исходного текста (его логики); красота предполагает стилистическое совершенство текста перевода. При этом ученый уточняет, что красота перевода — не аналог его чрезмерной «литературности», т. е. перевод должен оставаться переводом, а не становится самостоятельным произведением по мотивам исходного текста.

Известный китайский писатель Лу Синь поставил *верность* текста выше *логичности*, по его словам, в случае, когда не реально достичь верности и логичности одновременно, надо пожертвовать логичностью в цели сохранения верности. Дело в том, что нелогичный перевод всего лишь не понятен читателям, а не верный перевод читателям дает не верную информацию и зачем их запутает.

Следователи Чжай Цюбай стремятся к верности и понятности текста. По словам Чжай Цюбай задача перевода — это донести информацию до читателей, а есть это информация неверна, или не понятна, то такого перевода нет смысла существовать.

Известный переводчик Сюй Юнь подчеркивает важность красоты перевода. По его словам, деятельность перевода — процесса творчество, а творчество, по сути, есть красота. Текст рождается с целью представления удовольствие читателям. Его теории отражаются в его работах, такие работы как «Искусство перевода», «Литература и перевод», «О переводе и литературе».

В этих трудах он упомянул следующие паровые понятие: сходство внешнего вида и сходство духа перевода; стремление к верности и стремление к красоте перевода; перевод и творчество; китайская культура и западная культура. Центральная концепция в его теории — это красота, красота перевода, по его словам, делится на несколько типов: красота значения, красота звучания, красота написания.

По его словам, любой переводчик должен стремиться к достижению трех видов красоты в процессе перевода стихий. Что касается красоты написания, то это стремление выбирать более красивые иероглифы для перевода текста, поскольку иероглифы являются изобразительными.

Известный китайский переводчик Гу Жонгку пишет о том, что нет универсальных принципов для перевода, а существуют разные принципы для разных видов перевода. По его мнению, переводчик должен применять разные принципы перевода из разных источников, то есть их не просто суммировать, а синтезировать.

Для воспроизведения текста необходима применять переводческую трансформация. В целом переводческая трансформация делится на три типа [13, с. 96]:

1. *Опущение* — это изъятие тех или иных элементов исходного текста в силу их избыточности с точки зрения ПЯ. Под опущением имеется в виду опущение тех или иных слов при переводе.

Прием лексического опущения предполагает игнорирование в процессе перевода некоторых семантически избыточных слов, которые не несут важной смысловой нагрузки, а их значение зачастую комплексно восстанавливается в переводе.

Например, при переводе 他气绝身亡了 (букв. *Он не дышит, он мертв*) обычно используют опущение, и само предложение переводится как *Он*



*мертв.* Или еще другой пример, 她气得跳起来了 (букв. *Она так разозлилась и подпрыгнула*) часто переводится как она очень злилась.

2. *Добавление* — обратный процесс, требующий распространения какого-либо свернутого с точки зрения ПЯ в оригинале языкового оборота. добавление является методом прямо противоположным приему опущению. Добавление применяют в случаях, когда для понимания читателями текста нужно больше объяснений, или когда некоторые слова или предложения очень важны для происхождения события.

Например, в переводе 他身穿明黄色龙袍, 端坐在龙椅上 (букв. *Он носит желтый халат-дракона, и сидит на троне*) лучше добавить то, что в Китае дракон и халат желтого цвета обозначают императорскую власть.

Другой пример, для перевода китайского блюда 宫保鸡丁 (*жаренные куриные кубики гунбао*) часто используют вариант *жаренные куриные кубики с арахисом* для объяснения содержания блюда.

3. *Замена*. Особенности контекста могут вынудить переводчика отказаться от применения вариантного соответствия, не говоря уже об эквивалентном соответствии, в этом случае переводчик подыскивает вариант перевода, подходящий лишь для конкретного данного случая. Такой вид перевода текста называется контекстуальной заменой.

Существует ряд переводческих приемов, используемых для создания контекстуальных замен, к ним относятся: генерализация; конкретизация;

антонимический перевод; компенсация; смысловое развитие; целостное преобразование.

*Конкретизация* — это замена слова или словосочетания ИЯ с более широким значением слова и словосочетания ПЯ, с более узким значением. Например, *он ей подарил хризантемы* переводится на китайский язык будет *他送给了她花* (Он ей подарил цветы). В этом случае, переводчик применил не опущение, а замену. Причина использования замены заключается в том, что в Китае хризантема — ассоциация смерти.

*Генерализация* — это явление, обратное конкретизации — замена единиц иностранного языка с более узкими значениями единиц ПЯ, с более широким значением. Например, в России есть сметана, творог, кефир, которых нет в Китае. В данном случае переводчик может применять замену — генерализацию, переводить их как молочные продукты (*奶制品*), чтобы избежать от ошибок.

*Антонимический перевод* — это трансформация утвердительной конструкции в отрицательную или наоборот, отрицательную в утвердительную, сопровождаемая заменой одного из переводимого языка на его антоним ПЯ. Например, *Он соврал* можно перевести как *他没讲实话 Он не говорил правду*.

*Компенсация* — этот прием применяется, когда определенные элементы текста на ИЯ по той или иной причине не имеют эквивалентов в ПЯ и не могут быть переданы его средствами, в этих случаях, чтобы компенсировать

семантическую потерю, переводчик передает информацию каким-либо другим средством, причем необязательно в том же самом месте текста, что и в оригинале. Например, русской еды –борща нет в китайской кухне, и поэтому в китайском меню это блюдо называется 红菜汤(суп с красными овощами).

В таком случае, и не меньше использует транслитерация, например, квас переводит на китайском языке 格瓦斯, произношение которого похоже на квас; такой пример еще служит перевод матрешки, которая в Китае называется 套娃(комплексные куклы).

*Целостное преобразование* — применяется, когда при переводе необходимо понять смысл всего выражения в целом и выразить его словами, иногда очень далекими от слов оригинала (часто встречается при переводе фразеологизмов, пословиц и т. д.). Например, при переводе китайского фразеологизма 不分青红皂白, который буквально обозначает *человек не различает цвета* часто используется такой прием, поскольку значение этого фразеологизма *человек не отличает хорошего от плохого* сложно догадаться представителям другой культуры [46, с. 201].

Так, выше мы предлагали методы для перевода, и эти методы справедливо могут использовать для перевода наименований китайских блюд. Однако наименование блюда, как и любое культурное явление, может быть не принято в другой культуре. Отсюда следуют понятие «локализация».

По мнению различных авторов, под локализацией также можно понимать: «перевод и культурная адаптация к особенностям культуры какой-либо страны или определенного региона или народа» [24, с. 61], «переработку продукта с целью его использования в другой стране, регионе, культуре или группе населения. Под продуктом может пониматься любой товар или услуга, но чаще всего под языковой локализацией подразумевается адаптация программного обеспечения, видеоигр или сайтов к особенностям определенного языка, реже этот термин применяется к переводу текстов» [36, с. 17].

Люди всех стран, народностей отличаются друг от друга. Даже один отдельный человек, отличается поведением, характером, восприятием мира от другого человека. Люди, говорящие на разных языках, и даже живущие в разных городах — имеют разные привычки, традиции и так далее.

Ввиду различия людей, говорящих на разных языках, и проживающих в разных странах, переводчик должен создать практически новое творение в виде меню, сделать контент более близким по духу и привычкам для людей определенной страны, языка, менталитета.

Термины *локализация* и *перевод* часто используются как взаимозаменяемые. И все же, хотя термины и процессы имеют общие черты и цели, результат совершенно разный.

Перевод является пословным преобразованием или преобразованием языка. Если хотят убедиться, что покупатели знают, как эффективно

использовать ваш продукт, важно, чтобы тексты источника и целевого языка точно совпадали. Целью перевода является достижение смысловой эквивалентности путем обеспечения идиоматической, словарной и концептуальной эквивалентности.

Локализация подразумевает, что продукт в языковом и культурном плане соответствует той области, где он будет использоваться и продаваться. Эти изменения видны покупателю продукта или услуги и связаны с ними в культурном коннотативном плане. Продукт в языковом и культурном плане соответствует — это ключевая фраза для сравнения. Оба процесса кажутся очень активными или сложными. Тем не менее, знать разницу между тем, что является эквивалентным, а что соответствующим, очень важно для успехов в процессах глобализации.

При переводе могут возникнуть проблемы намерения и ясности, если исходный язык пословно эквивалентен целевому, как может быть в случае с машинным переводом, за которым не следует профессиональное редактирование. Даже если текст переведен на исходный язык хорошо подготовленным лингвистом, ему может не хватать знания культурных и технических нюансов, необходимых для эффективного понимания целевой аудитории. В то время как простой перевод может быть целесообразным для некоторых типов контента на определенных рынках, локализация чаще требуется для адаптации высоко эмоционального, творческого

маркетингового контента так, чтобы он создавал желаемый эффект во всех регионах.

Локализация также используется для контента, который заставляет клиентов взаимодействовать с вашим брендом. Из-за этого перевод и локализация отличаются на тактическом уровне. Мы можем это лучше всего увидеть, когда локализуем веб-сайт для конкретной страны или культуры. Особое внимание следует уделять местным обычаям, дате и времени, валюте и формату нумерации, единицам измерения, адресам и номерам телефонов, расположению и ориентации, иконкам и символам, языковому и словесному стилю, цвету и эстетике. Например: Yahoo имеет веб-сайты для 24 стран на 12 языках, а команды локализации физически находятся в целевых странах с целью развития и поддержания веб-сайтов конкретных стран.

### **1.3. Модели номинаций блюд в китайском языке**

Китайская гастрономическая культура имеет длинную историю, в Китае есть очень распространенная поговорка 民以食为天(букв. *Еда — небо народа*), который обозначает что, еда занимает очень важное место в жизни жителей Китая [30, с. 210]. В Китае есть разные вкусные блюда и этим демонстрирует богатую китайскую гастрономическую культуру. Каждое китайское блюдо не только имеет уникальный вкус, но и обладает наименованием со особым значением.

Наименования китайских блюд — важная составляющая часть китайской культуры, в которой отражена мудрость жителей Китая. Наименования китайских блюд играет важную роль в распространении китайской культуры в международной коммуникации. Наименования китайских блюд не только языковые знаки, но и носитель китайской культуры, который отражает развитие экономики, политики и общества.

В китайской культуре важно не только как готовить блюда, но и как их назвать, поскольку в наименованиях отражены не только содержания самых блюд, но и их культурной ценности.

Обычно наименования китайских блюд состоит из 2-8 иероглифов [31, с. 23], самые короткие названия блюд состоит из двух иероглифов, такие блюда, как 凉粉, 豆花, 扣肉 и так далее.

По статистики большинство наименований блюд состоит из четырех иероглифов [39, с. 87]. Причина в том, что в китайской культуре сочетание четырех иероглифов считается красиво по эстетике, такие сочетания смотрятся аккуратно [48, с. 240]. В Китае есть многие разные фразеологизмы, большинство из которых тоже состоит из четырех иероглифов, некоторые фразеологизмы даже служат наименованиям блюд.

Например, 一清二白 (букв. *первое-зеленый цвет, а второе-белый цвет*) как фразеологизм обозначает *все понятно, нет никакого сомнения*; а если этот фразеологизму функционирует как название блюда, то имеется в виду

блюдо салат с зеленым луком и тофу, в названии блюда использован буквальный перевод данного фразеологизма.

Углубившись в китайской гастрономической культуре, мы заметили, что в древности до феодального общества в Китае называли блюда по их способу приготовлению и составляющим им ингредиентам [52, с. 130]. Например, 炒肉 — *жаренное мясо*, 炖鸡肉 — *тушеная курица*, 蒸饺 — *пельмени на пару* и так далее.

В феодальные времена начали называть блюда по культурному фактору: в честь людей, по прошедшим событиям, по времени и т. д. Такие необычные наименования используют до сих пор, и причина их наименований осталась загадкой для представителей других культур, и даже для современных жителей Китая [38, с. 89].

В Китае есть многие книги и исследования, посвящены наименованиям блюд, такие книги как «Исследование китайских блюд по именованию» «Исследование перевода названия китайских блюд» [39, с. 76; 31, с. 43].

Большинство исследователей выделяют в Китае до шести основных моделей номинации наименований китайских блюд:

- 1) по основному продукту;
- 2) по способам приготовления;
- 3) по форме
- 4) по вкусу;
- 5) по месту, где блюдо предположительно появилось;



б) по связи с культурным фактом, национальным праздником, событием, персонажем и др.

Нужно отметить, что номинация большинства блюд сделана не только по одной модели, а по несколько.

Например, известное китайское блюдо 地三鲜 (disanxian), название которого буквально обозначает ‘три земные свежести’. Блюдо назвали по модели основному продукту и по модели места.

Это блюдо происходит с северо-востока Китая и представляет собой смесь из жареных баклажанов, сладкого перца и картофеля. Именно эти три овоща составляют основу овощного рациона в северном Китае зимой, поскольку другие овощи и фрукты в данном регионе зимой не распространены.

Другой пример — это 宫保鸡丁 (gongbaojiding), самое популярное блюдо в Китае. Наименование этого блюда буквально обозначает жаренные куриные кубики *гунбао*. Это блюдо назвали по основному продукту и с учетом культурного фактора.

В названии указан основной продукт блюда — курица. А что касается *гунбао*, то здесь нужно описать историческое происхождение: Когда-то в Китае жил один гунбао (ранг чиновников во времена династии Цинь) по имени ВаоЦзэн. Однажды к нему домой неожиданно пришли важные гости. Гунбао приказал повару использовать все ингредиенты, которые были на кухне, чтобы приготовить для них угощение.

Умный повар нарезал куриное филе в аккуратные кубики, добавил жаренный арахис и перец и пожарил все в густом сладком соусе на основе соевого. Блюдо получилось необыкновенное вкусное, особенно жареная курица в нем. Узнав об этом, люди назвали это блюдо *фирменный жареный цыпленок от семьи гунбао*. Постепенно название упростилось до *цыпленок гунбао*, и это упрощенное названия используют до сих пор [37, с. 34].

Есть блюдо, которое назвали чисто по модели исторических факторов, например блюдо 蚂蚁上树 (mayishangshu), название которого буквально означает ‘муравьи взбираются на дерево’. Основным продуктом данного блюда является стеклянная лапша и свинина, но их не указали в наименовании этого блюда, поскольку каждый житель Китая понимает из чего состоит блюда.

Между тем возникновение названия 蚂蚁上树 связано с легендой об очень бедной семье. Эта семья была настолько бедна, что не могла покупать мясо в большом количестве, только совсем небольшой кусок. Маленький кусок мяса нужно было разделить так, чтобы поели все члены семьи. И тогда жена порезала мясо очень маленькими кусочками и пожарила его вместе с лапшой.

Лапша в данном блюде сравнивается с деревом, мясо — с муравьями, а глагол взбираться (лезть, ползти) отражает липкость вареной прозрачной лапши [48, с. 57].

Китайское блюдо 北京烤鸭 (признанное русское название: *утка по-пекински*) известно во всем мире. Оно образовано, по мнению большинства специалистов, по месту возникновения блюда и основному продукту. На самом деле это не совсем так. Данное блюдо называли по основному продукту: во-первых, в наименовании указан основной продукт для приготовления — утка; во-вторых, в названии конкретно указана какая утка была использована для приготовления — пекинская утка, т. е. утка пекинской породы.

В Китае такое блюдо очень дорого стоит из-за редкости основного продукта — пекинская утка, а не из-за способа приготовления. И так, на самом деле справедливо перевести наименование данного блюда как пекинская утка.

В Китае есть много блюд, названы по месту, где блюдо предположительно появилось. Например, популярное блюдо 扬州炒饭 (жаренный рис по-Янчжоуски). Янчжоу — это город, где это блюдо появилось. Данное блюдо названо по месту, способу приготовления и основному продукту. Между тем жители в Янчжоу первыми придумали такой способ приготовления риса, его жарение.

В городе Янчжоу были многие каналы в зоне реки *Янцзы*, и по каналам ходили многие торговые суда. Обычно рабочие жили и готовили прямо на борту и для разнообразия питания и экономии продуктов, и времени придумали жарить рис с яйцами [48, с. 11].

Наименование блюда 重庆火锅 (букв. *хого* ('горячий горшок') по-чунцински) тоже придумали с учетом места, где блюдо появилось. Чунцин — это город, где появилось это блюдо, иногда место появления блюд нам сообщают о вкусе еды. Например, Чунцин — южный город, где едят много острого от сырости погоды, и таким образом, блюда, наименования которых состоит из названия Чунцин, обычно имеют острый вкус.

Между тем, в России это блюдо называют китайским самоваром. Это блюдо, который готовят в кастрюле с бульоном, в кастрюли варят овощи и мясо, и едят с густым арахисовым соусом.

Бывают блюда, наименования которых придумали с учетом их формы, самые типичные блюда — это 松鼠鱼 (рыба в форме белки) и 孔雀开屏鸡 (курица в форме павлина с открытым хвостом). 松鼠鱼 (рыба в форме белки) — это известное традиционное блюдо провинции Цзянсу, для приготовления этого блюда обычно используют желтую горбыль, карась и окунь, на рыбу нужно накручивать муку и потом ее опустить в масло, после жарки при высокой температуре мясо рыбы открывается, вид блюда напоминает о хвосте белки, и поэтому блюдо получило такое красивое название.

В Китае есть много блюд, наименования которых придумали с учетом вкуса блюд, и большинство из этих блюд является острым. Например, 辣子鸡丁 (жаренные куриные кубики с острым перцем), 辣椒蒸鱼头 (рыбная голова с перцем на пару), и 辣椒炒肉 (жаренная свинина с острым перцем).

В Китае многие едят острое, но есть люди, которые не могут перенести острое, и поэтому иероглиф 辣 (la, *острый, пикантный*) в наименовании блюд функционирует как знак, который напоминает о вкусе блюд.

Вышенаписанное содержание объясняет, по каким причинам блюда получили именно такие названия. При наименовании блюд часто используют литературные приемы: сравнение, изображение, метафора, олицетворение, метонимия, заимствование и каламбур [39, с. 187].

Метафору часто используют при наименовании блюд в цели повышения уровня красоты звучания названия блюд. Например, иногда используют слово 水晶(хрусталь) обозначать блестящий вид еды. Например, блюдо 水晶蒸包 (букв. *хрустальные баоцы на пару*), здесь слово *хрустальный* описывает прозрачный и блестящий вид баоцы после приготовления на пару. Между тем, баоцы — это блюдо, приготовлено из теста и фарша, по форме напоминающее знакомые россиянам манты.

В название блюда 虎皮青椒(букв. *острый зеленый перец в виде кожи тигра*) тоже была использована метафора. Если объяснить, что за блюдо 虎皮青椒, то это просто жаренный острый перец. А что касается прилагательного 虎皮 (*кожа тигра*) в названии, то оно отражает вид обжаренного перца. Как известно, после жарки при высокой температуре или запекании кожаовоща частично подгорает и на ней появляются черные пятна. Сочетание красно-оранжевого и черного дает основание для сравнения самого перца с рисунком на кожи тигра.

Изображение ( 意象 ) в китайском языке обозначает *описать, изобразить картину*, в китайской литературе изображение считается одним из важнейших литературных приемов. Этот прием тоже применяют при наименовании блюд.

Наименования блюд с приемом изображением изображают форму и вид блюд. Например, в названии блюда 小二黑结婚 (букв. свадьба двух черных) использован литературный прием — изображение. Название блюда 小二黑结婚 непонятно для многих иностранцев, в самом деле 小二黑结婚 это блюдо, которое состоит из двух маринованных яиц, поскольку яйца приобретают черный цвет после соления, блюдо получило такое смешное название.

Другой пример — название блюда 雪夜初吻 (первый поцелуй под снегом) выразительно описал цвета блюда. Блюдо 雪夜初吻 — это жаренная белая редька с перцем чили. Так белый снег — это редька, а поцелуй — красный перец. В Китае любовь, страсть и поцелуй напоминают красный цвет.

Олицетворение часто применяют для названий блюд, после приема олицетворения неживые, простые блюда привлекают больше внимания от клиентов, олицетворение придает *жизнь* самим блюдам.

Простое блюдо *жаренные соя и соевые ростки* имеет интересное название — 母子相会 (встреча мамы и ребенка), несложно догадаться, что соя — это мама, а ребенок — ростки; блюдо *Жаренные черные грибы и соевые ростки* имеет интересное название — *черный медведь играет в палки*.

Блюдо *салат с свиными ушами и языком* имеет интересное название — *悄悄话*(шепот), несложно представить шепот между ушей и губами. Такие подобные наименования придумывают обычно для простых блюд в цели привлекать больше внимания от клиентов, и в то же время такие наименования стали интересные культурные явления, которые часто изучают жители Китая и представителей других стран.

Заимствование является самым популярным приемом в стихотворениях, но для наименования тоже часто используют. В китайской литературе *заимствование* обозначает, когда описывают какое явление или какой то предмет, не упоминают явление или название с помощью заимствования других похожих понятий.

В нашем случае, названия блюда с заимствованием, — это такие названия, в которых нет основного продукта блюд, но имеется другое подобное понятие или явление. Например, блюдо *тушеные тофу и капуста в бульоне* имеет наименование *три красоты в горах Тай*. Три красоты в горах Тай здесь имеет в виду трех видов качественного продукта в горах Тай: капуста, тофу и чистая вода.

Каламбур в наименованиях блюд является интересным культурным фактором. Китайское блюдо *炒青椒红椒* (жаренные красные и зеленые перцы) имеет другое литературное название — фразеологизм *绝代双骄*(букв. *два превосходных героев*). В изначальном названии есть иероглиф *椒* (jiāo), тем более в блюде есть два вида перца (jiāo); в литературном названии есть

иероглиф 骄 (jiāo), произношения у которого как у 椒 (jiāo), тем более в фразеологизме речь идет о двух субъектах.

При наименований блюд часто используют фрагменты классической литературы, такой прием называется цитирование. Такой прием используют в цели передачи более литературные компоненты названиям блюд и привлечения больше клиентов. Например, 红烧猪蹄 (тушеные свиные ноги в соевом соусе) имеет литературное название 红酥手 (букв. *румяные и нежные руки*). Здесь было цитировано название стихотворений известного поэта Лу Йюй.



## Вывод по первой главе

Перевод отличается от локализации. Перевод — это процесс перевода содержимого исходного языка на целевой язык при строгом соблюдении содержания, тона и стиля исходного языка.

При переводе названий блюд, если контекст и культура исходного языка и его целевого языка сильно отличаются друг от друга, то это может стать жестким и смущающим. Для людей это может показаться слишком странным, поэтому его трудно понять, поэтому полученная информация не настолько убедительна.

Локализация соответствует целевому языку, что делает переводы культурно подходящими для людей. Локализацию не сложно перевести напрямую, скорее, она учитывает культуру целевого языка. Хотя значение остается тем же, примеры и изображения могут быть изменены в соответствии с местными ожиданиями. Например, в рекламе McDonald's, соответствующей культурным особенностям мусульманских стран, свинина будет исключена из меню.

По сравнению с переводом преимущества локализации не будут отклоняться от значения ожидаемой вами информации, и в то же время добавят больше «знакомых» людям и обеспечат больший резонанс.

В соответствии с вышеизложенным нетрудно заметить, что названия китайских блюд часто состоят из продуктов, способов приготовления и вкусов. В этом случае перевод — лучший выбор, чем локализация. Поскольку в

названии этого блюда содержится много информации, вы можете быстро понять блюдо по буквальному переводу гостя и быстро оценить, нравится вам это или нет.

Перевод для таких названий блюд, эти блюда содержат много информации. И будет понятна гостям. Но для некоторых других названий блюд, которые связаны с культурными факторами. Люди, которые не понимают культуру, не могут этого понять.

В этом случае локализация — лучший выбор.

## **ГЛАВА 2. СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПЕРЕВОДА НАИМЕНОВАНИЙ КИТАЙСКИХ БЛЮД НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

### **2.1. Анализ перевода наименований китайских блюд в меню Российских ресторанов**

В данной части рассмотрена особенность перевода наименований китайских блюд на русский язык, и для ее выявления в данной части проведен сравнительный анализ, материалом анализа послужили меню китайского ресторана «Ни Хао», «Юми», «Китайская устрица», «Цзиньтан», «Китайская провинция». Данные рестораны и включенные в их меню наименования блюд были выбраны по ряду причин.

Во-первых, на сайтах данных ресторанов наименования блюд представлены как на русском, так и на китайском языках.

Во-вторых, на названных сайтах представлены наименования, образованные по всем, выделяемым исследователями моделям номинации, а значит, могут служить полноценным материалом для исследования.

В-третьих, меню ресторанов «Ни Хао», «Юми», «Китайская устрица», «Цзиньтан», «Китайская провинция» включает множество разнообразных блюд, а значит, выводы, основанные на анализе данных лексических единиц, будут иметь основания.

В меню перечисленных выше ресторанов входят несколько категории китайских блюд: холодные блюда, супы, горячие овощные блюда, горячие

блюда из свинины, горячие блюда из птицы, горячие блюда из говядины и баранины, рыбы и морепродукты, хого (火锅, букв. *горячий горшок*; распространенное обозначение данного блюда на русском языке — *китайский самовар*), гарнир, блюда на раскаленной плитке Тебан, тофу, блюда в глиняных горшочках, сладкие блюда, лапша, пампушки и рис.

Большинство наименований блюд оригинала, вошедший в меню ресторанов, сделали по моделям основного продукта, вкуса, месту появления, форме, и способу приготовления, мало наименований сделаны по модели культурному факту, но есть несколько совпадений.

При анализе вариантов перевода наименования китайских блюд был выявлен единый принцип их перевода: в их переводе в основном сообщают основной продукт, вкус и способ приготовления.

В анализе выявлены следующие способы переводы:

- 1) описательный перевод с помощью добавления;
- 2) описательный перевод с частично транслитерации;
- 3) дословный перевод;
- 4) допущение.

Среди всех видов способов перевода самым частотным является описательный перевод, причина в том, что наименования китайских блюд обычно состоят из 3–5 иероглифов, однако все виды продукты, способ приготовления, вкус иногда не могут быть указаны в таких коротких названиях. В Китае большинство жителей могут понять из чего состоят эти

блюда, а в России совсем по-другому: если не сообщить продукт, вкус и способ приготовления, то скорее всего возникнет непонимание у клиентов. Таким образом, описательный перевод для ресторанов считается самый удобный и надежный способ при случае, когда в оригинале нет подробной информацией о блюдах.

Между тем переводчик делал описательный перевод с помощью разных методов: чисто описательный перевод; описательный перевод с добавлением, описательный перевод с помощью добавление вкуса блюд, описательный перевод с помощью транслитерации.

В большинстве случаев, описательный перевод сделан с помощью других способов, чисто описательный перевод редко встречается, поскольку переводчик использует описательный перевод с использованием добавления их вкуса, составляющего продукта или методы приготовления, чтобы сообщить клиентам содержание блюд.

Однако в меню найден перевод, сделан способом чисто описательного перевода. Например, блюдо 脆瓜长生果 (букв. салат из огурцов и сухофруктов долголетия) в меню представлено как салат из свежих огурцов с арахисом. Переводчик объяснил, что такое 长生果 (сухофрукты долголетия), используя описательный перевод без добавления другой информации.

Чисто описательный перевод часто используется, когда продукт кроме своего названия имеет еще специфическое наименование в Китае; например,

в Китае 水果之王 (букв. король овощей) — это 榴莲 (дуриан); 长生果 (сухофрукты долголетия) — это арахис.

В переводе наименований китайских блюд описательный перевод часто используются с помощью добавления. Например, 鲜蔬菜粉丝汤 (букв. суп со свежими овощами и стеклянной лапшой) представлено на меню ресторана как нежный суп со шпинатом. В переведенном названии было указано из какого конкретного вида овощей сделано блюдо — шпината. В этом случае описательный перевод сделан с помощью добавления конкретного вида овощей, такой способ можно назвать конкретизация в свою очередь.

Наименование блюда 猫耳朵汤 (букв. суп из кошачьих ушей) представлено в меню как суп с пельменями, был использован описательный перевод с помощью добавления основного продукта блюда. В этом случае, был использована локализация текста, если блюдо переведено как *суп из кошачьих ушей*, то на рынке России вряд ли получат одобрение, поскольку в России очень любят кошек.

Блюдо 鱼香茄条 (жаренный баклажан в кисло-сладком соусе) в меню представлено как баклажаны в сладко-остром соусе со свиным фаршем, в переведенном наименовании были указаны все виды продукта для приготовления данного блюда, хотя в оригинале не был указан продукт — свинина. Так, перевод был выполнен описательным переводом с помощью добавления основного продукта.

При анализе было выявлено, что описательный перевод часто вместе используется с транслитерацией для перевода названия места в Китае. В целом способ — транслитерация используют при переводе имена и названия места. В меню ресторана «Ни Хао» есть блюдо 上海扒鸭 (утка по-шанхайски), которое в меню представляется как жареное филе утки по-шанхайски. В переведенном переводе был добавлен способ приготовления, которого в оригинале нет, и одновременно использована транслитерация для указания место появления блюда.

Дословный перевод тоже используется в переводе наименования китайских блюд. Однако, использование дословного перевода является ограниченным, его только эффективно используют при присутствии трех условиях:

- 1) в оригинале наименований блюд содержит основной продукт блюд;
- 2) в русском языке есть соответственный эквивалент;
- 3) дословный перевод не будет усложнять понимание клиентов.

В отсутствии этих трех условиях дословный перевод не всегда является эффективным. Например, в меню «Ни Хао» есть блюдо 酸辣汤 (букв. *кисло-острый суп*), наименование которого переведено в меню как кисло-сладкий суп без упоминания основного продукта. В таком случае, клиенты не будут знать, из чего состоит блюдо, и им придется уточнить.

В меню «Юми» тоже есть это блюдо, но переведено через другой способ — описательный перевод; в меню «Юми» это блюдо представлено как

кисло-острый суп со свининой при указании основного блюда, такой перевод более эффективно, поскольку он более понятен русским клиентам.

При переводе наименований блюд, названные по культурному фактору, применяются разные способы, в основном дословный перевод и описательный перевод с помощью добавления. Например, в меню «Юми» входит блюдо 蚂蚁上树 (букв. муравей ползает на дерево), которое переведено как жареная прозрачная лапша со свининой с помощью описательного перевода и добавления основного продукта. В то же время, была использована локализация, поскольку название — *муравей ползает на дерево* не возбуждает аппетита у клиентов, если клиент не знает историю этого блюда.

Между тем возникновение названия 蚂蚁上树 связано с легендой об очень бедной семье. Эта семья была настолько бедна, что не могла покупать мясо в большом количестве, только совсем небольшой кусок. Маленький кусок мяса нужно было разделить так, чтобы поели все члены семьи. И тогда жена порезала мясо очень маленькими кусочками и пожарила его вместе с лапшой.

Лапша в данном блюде сравнивается с деревом, мясо — с муравьями, а глагол взбираться (лезть, ползти) отражает липкость вареной прозрачной лапши.

Блюдо 宫保鸡丁 (gongbaojiding) наименовал по культурному фактору. Блюдо 宫保鸡丁 — самое популярное блюдо в Китае. Наименование этого



блюда буквально обозначает жаренные куриные кубики гунбао. В названии указан основной продукт блюда — курица. А что касается гунбао, то здесь нужно описать историческое происхождение: Когда-то в Китае жил один гунбао (ранг чиновников во времена династии Цинь) по имени ВаоЦзэн.

Однажды к нему домой неожиданно пришли важные гости. Гунбао приказал повару использовать все ингредиенты, которые были на кухне, чтобы приготовить для них угощение. Умный повар нарезал куриное филе в аккуратные кубики, добавил жаренный арахис и перец и пожарил все в густом сладком соусе на основе соевого. Блюдо получилось необыкновенное вкусное, особенно жареная курица в нем. Узнав об этом, люди назвали это блюдо фирменный жареный цыпленок от семьи гунбао. Постепенно название упростилось до *цыпленокгунбао*, и это упрощенное названия используют до сих пор [39, с. 56].

В меню обоих ресторанов есть это блюдо, но наименование перевели по-разному в каждом ресторане. В меню ресторана «Ни Хао» это блюдо переведено как цыпленок «гунбао» без добавления других информации, в данном случае перевод использовал прямой перевод; а в ресторане «Юми» данное блюдо переведено как жареное куриное филе с арахисом с помощью описательного перевода и добавления основного продукта, в этом случае была использована локализация в цели знакомства клиентов с блюдом.

Следует сказать, что каждый из вышеперечисленных способов перевода гастрономических реалий имеет свои плюсы и минусы, переводчик

имеет право использовать любой способ перевода, учитывая различные факторы при переводе, такие как контекст, стиль переводимого текста, условия ситуации перевода.

Например, способ транскрипция наиболее подходит при переводе меню, так как название блюда должно быть кратким и лаконичным, однако этот способ не отражает суть блюда, и если в меню отсутствует фотография переводимого блюда, то будет совершенно непонятно, что оно из себя представляет. Но это можно избежать, используя описательный способ перевода, однако минусом этого способа является громоздкость, что не свойственно меню.

Также можно объединить оба этих способа — транскрипцию и описательный перевод. Тогда суть переводимого блюда будет наиболее полно раскрываться, и текст будет выглядеть лаконичным. Как уже было сказано, при анализе вариантов перевода русских гастрономических реалий в китайско-русских словарях (в частности БКРС) было установлено, что наиболее используемым способом при переводе является описательный способ.

Действительно, этот способ наиболее полно отражает сущность предмета и может широко использоваться при переводе гастрономических реалий, которые не приводятся в словаре или появляются с течением времени.

Отсюда следует, что при переводе гастрономических реалий возникают определенные трудности. При их переводе нужно помнить, что они несут

лингвокультурную информацию, которая может быть неявной, поэтому переводчик должен тщательно изучить предмет с лингвострановедческой позиции. А также учитывать всевозможные факторы.

## **2.2. Стратегия и методы повышения качества интерпретации наименований китайских блюд на русском языке**

Благодаря международному культурному обмену больше жителей в России стали интересоваться китайской культурой в целом, и китайской гастрономической культурой в частности, и в то же время на территории России появилось больше и больше китайских ресторанов и кафе. Для знакомства жителей России с китайской гастрономической культурой меню китайских блюд играет важную роль.

Существует ряд работ, посвященных структуре и образности наименований китайских блюд. Например, «Русский перевод названий китайских блюд в аспекте транскультурной коммуникации» Ван Хэйяня [49, с. 88].

Автор работы анализирует способы номинации блюд китайской кухни и перевод их названий на русский язык с культурологической точки зрения. Как пишет Ван Хэйянь, «перевод названий блюд — это своеобразный процесс кодирования и раскодирования... при переводе имени национальной еды на любой язык реализуются два момента — наименование и кодирование,

то есть в переводной номинации китайского блюда имеет место смысловая компрессия инокультурной информации».

При этом автор статьи констатирует, что нередко при переводе китайских наименований блюд на русский язык возникает культурно-коммуникативная неудача: варианты получаются либо чересчур сложными, либо нейтральными, безликими, лишенными культурно-ценностной коннотации.

Между тем, по традиции, название китайского блюда должно быть «благозвучным, легко запоминающимся и читаемым, желательно, чтобы оно также отражало вкусовые и внешние (эстетические) особенности кушанья, стимулирующие желание попробовать его и способствующие его потребительской популярности».

Наконец, Ван Хэйянь отмечает, что для иностранцев источником понимания новых реалий являются именно переводы, к сожалению, порой не совсем адекватные. Все это побуждает специалистов снова и снова обращаться к проблеме перевода на русский язык наименований китайских блюд.

Специалисты утверждают, что процесс перевода реалий является одной из самых трудных задач для переводчика. Реалии — это «слова (или словосочетания), называющие объекты, характерные для жизни (быта, культуры, социального и исторического развития) одного народа и чуждые

другому». Реалии являются носителями национального колорита и формируют уникальную языковую картину мира носителей языка.

Языковая картина мира — это исторически сложившаяся в обыденном сознании данного языкового коллектива и отраженная в языке совокупность представлений о мире, определенный способ восприятия и устройства мира, концептуализации действительности.

Языковая картина мира формируется из многих факторов, таких как язык, религия, одежда, питание. Таким образом, гастрономическая реалия — это один из факторов формирования национальной картины мира.

Проблема перевода гастрономических реалий находится в русле наиболее актуальных современных исследований, так как многие ученые отмечают, что ни в лингвистике, ни в переводоведении нет достаточно четких критериев определения гастрономических реалий и специфики их перевода.

Однако заслуживает внимание тот факт, что данная лексика активно функционирует в языке. Прежде всего, в рамках бытового речевого общения, туристического дискурса (о популярном сегодня виде кулинарного туризма, когда путешественник заинтересован в знакомстве с кухней, блюдами, особенностями кулинарного мастерства иностранной страны).

Также данная лексика активно встречается при переводе меню, рецептов, кулинарных статей, телевизионных кулинарных шоу.

Особое место занимает перевод гастрономических реалий, которые могут встретиться при переводе художественного текста, так как они

отражают культурный, исторический фон сюжета произведения. Ниже представлены примеры гастрономических реалий из различных русских литературных произведений (гастрономические реалии выделены жирным шрифтом).

Таким образом, перевод гастрономических реалий необходим в современном обществе.

Перевод гастрономических реалий заслуживает особого внимания, так как для языка перевода они являются «чужими» и не всегда можно легко подобрать эквивалент. Переводчику, при переводе такого рода реалий нужно не только учитывать теоретические положения перевода и опираться на владение языками, но и принимать во внимание культурные знания, контекст, и в каждом отдельном случае выбирать наиболее подходящий вариант перевода.

Так, китайская культура питания является древней и многогранной. В состав этой кухни входят специфические блюда, имеющие оригинальные названия. Часто из-за языковых и культурных различий, названия китайских блюд трудно передать средствами иностранных языков, в том числе русского [52, с. 51].

Процесс их перевода усложняется тем, что названия китайских блюд — это не просто языковые единицы, много из них содержит богатую культурную информацию. Традиционно китайские деликатесы должны быть

не только прекрасно приготовленными и иметь эстетичный внешний вид, но и обладать особенным названием.

Перед тем, как найти стратегия и методы перевода наименований китайских блюд, стоит выяснить цель их перевода, для чего переводят китайские блюда на русский язык. По словам Чжай Цюбай [43, с. 89] задача перевода — это донести информацию до читателей, а если эта информация неверна, или не понятна, то такого перевода нет смысла существовать.

По его словам, цель перевода — это передачи верной информации, основная информация о блюдах — это содержание (продукт, вкус, способ приготовления); при переводе наименований китайских блюд переводчики должны в первую очередь передавать основную информацию клиентам, тем более информация должна быть верной.

О важности верного перевода, написал и китайский известный мыслитель Янь Фу. По его словам, переводчику надо переводить объективно, не добавлять свои личные мнения в перевод.

Однако помимо передачи основной информации о блюдах, еще есть другая цель перевода наименований китайских блюд — передача китайской культуры через наименования блюд, в которых сохраняется культурная ценность Китая. Таким образом перевод наименований не только должно быть верным, но и красивым, чтобы полностью отражать национальный колорит.

О важности красоты перевода написали многие специалисты, например, по словам Янь ФУ в лучшем случае перевод должен стремиться к красоте перевода. Красота перевода, по его словам, не аналог литературного перевода, а перевод. Известный переводчик Сюй Юнь также подчеркивает важность красоты перевода. По его словам, деятельность перевода — процесса творчества, а творчество, по сути, есть красота.

Не существуют универсальных критериев для перевода наименований китайских блюд, поскольку китайские блюда называли по разным причинам, и для разных типов блюд есть соответствующие стратегии и методы. Об это и писал известный переводчик Гу Жонгку, по его словам нет универсальных принципов для перевода, а существуют разные принципы для разных видов перевода.

По его мнению, переводчик должен применять разные принципы перевода из разных источников, то есть их не просто суммировать, а синтезировать.

Так, в предыдущей части была выявлена особенность наименований китайских блюд, есть шесть основных моделей номинации наименований китайских блюд:

- 1) по основному продукту;
- 2) по способам приготовления;
- 3) по форме
- 4) по вкусу;



- 5) по месту, где блюдо предположительно появилось;
- 6) по связи с культурным фактом, национальным праздником, событием, персонажем и др.

И при наименовании блюд используются многие литературные приемы: сравнение, изображение, метафора, олицетворение, метонимия, заимствование и каламбур [39, с. 56]. Между тем эти приемы используются в большинстве случаев для названий, сделаны по культурным факторам. Так для перевода блюд разных типов нужно найти индивидуальные стратегия и методы.

Кроме конкретных стратегий и методов, перевод нужно делать с учетом реалии. Как выше мы в начале этой части упомянули, что процесс перевода реалий является одной из самых трудных задач для переводчика. Сложность состоит в том, что нелегко найти лингвистическую эквивалентности в языке перевода, соответствующая реалии страны исходном языке.

Например, китайский пищевой продукт гаолян (разновидность сорго) не выращивают в России, и поэтому сложно для него найти лингвистическую эквивалентность; в Китае не выращивают свеклу, до сих пор нет официального названия для такой овощи, в Китае свеклу описывают как вид красных овощей, соответственно названия борща представляется в меню большинства ресторанов как 红菜汤 (суп с красными овощами).

Помимо сложности процесса перевода из-за разницы реалий, есть еще сложность, возникающая в процессе принятия читателей или клиентов;

может сделанный перевод не могут принять читатели или клиенты в других странах.

Например, компания Toyota при выпуске на китайский рынок нового внедорожника использовала в рекламном ролике статуи китайских львов, которые отдавали честь проезжающему мимо них автомобилю.

Подобное использование в рекламе символов китайской государственности вызвало не только негодование части потребителей, но и испортило отношения компании с китайским правительством.

Например, взятая из Америки реклама с рекомендациями нижнего белья, которая представляет сексуальную модель, вряд ли получит одобрение в мусульманских странах, в данном случае рекламу нужно переделывать с другим способом представления, иными словами надо ее адаптировать.

Под словом адаптацией понимается приспособление организма к условиям среды [46, с. 206]. Отсюда следует другое понятие — локализация, которая является аналогом адаптации. Языковая локализация (от лат. *locus* — место) — перевод и культурная адаптация продукта к особенностям определенной страны, региона или группы населения. Причем под «продуктом» понимается любой товар или услуга.

Локализация представляет собой вторую фазу в рамках общего процесса интернационализации и локализации. Она предусматривает также всестороннее изучение целевой культуры, необходимое для правильной адаптации продукта к потребностям отдельных рынков.

Термины «локализация» и «перевод» часто используются как взаимозаменяемые. И все же, хотя термины и процессы имеют общие черты и цели, результат совершенно разный. Возьмем пример перевода наименования китайского блюда — 貓耳朵(букв. *кошачьи уши*).

Если перевести его на русский как *жаренные макароны в форме кошачьих ушей*, то клиентам в России вряд ли понравится, поскольку в России любят кошек. Если применять локализацию, то наименование блюда можно перевести просто как *жареные макароны с зеленым луком по китайскому рецепту*.

Так, для выявления стратегий и методов перевода наименований китайских блюд, стоит делить типы названий в группы в цели поиска индивидуальных подходов для перевода разных типов названий блюд. На основе модели наименования китайских блюд были выделены три основных группы:

- 1) названия блюд, в которые только входит основная информация о блюдах (основной продукт, вкус, метод приготовления);
- 2) названия блюд, сделаны по культурным факторам;
- 3) названия блюд, сделаны с использованием литературных приемов.

Названия блюд, в которые только входит основная информация о блюдах (основной продукт, вкус, метод приготовления).

Для перевода названия блюд, в которые только входит основная информация о блюдах, можно применять описательный перевод с помощью добавлением и дословный перевод.

Дословный перевод использует, когда в оригинале блюд есть уже основные элементы блюд.

Например, популярное китайское блюдо 西红柿炒鸡蛋(букв. *жареные яйца и помидоры*), в названии которого содержит оба основных вида продукта — яйца и помидоры, название можно перевести на русский язык дословным переводом жареные яйца и помидоры.

Название блюда 腰果虾仁 (букв. *жареные креветки с кешью*) можно перевести дословно как жареные креветки с кешью, поскольку данный перевод дает достаточную информацию о блюде, тем более не будет возникать непонимание клиентов.

Однако для некоторых блюдах, в названиях которых содержит основную информацию о блюде только использовать дословный перевод недостаточно. Например, в названии блюда 川香鸡翅 (жаренные куриные крылья по-Сычуаньски)содержит основной продукт еды — куриные крылья, но его недостаточно перевести дословно на русский, причина в том, что блюдо является достаточно острым, а как нам известно, что в России многие жители не могут есть слишком острую еду.

Так, в этом случае лучше применять описательный перевод, и перевести наименование блюда 川香鸡翅 (*жаренные куриные крылья*

*по-сычуаньски*) как *жаренные куриные крылья в остром соусе по-Сычуаньски*. Так, при переводе наименований острых блюд нужно указать вкус, если в оригинале он не указан.

Названия блюд, сделаны по культурным факторам.

Примером служит перевод самого популярного блюда в Китае — 宫保鸡丁. Наименование этого блюда буквально обозначает жаренные куриные кубики гунбао. В названии указан основной продукт блюда — курица. А что касается гунбао, то здесь нужно описать историческое происхождение. Когда-то в Китае жил один гунбао (ранг чиновников во времена династии Цинь) по имени ВаоЦзэн.

Однажды к нему домой неожиданно пришли важные гости. Гунбао приказал повару использовать все ингредиенты, которые были на кухне, чтобы приготовить для них угощение. Умный повар нарезал куриное филе в аккуратные кубики, добавил жаренный арахис и перец и пожарил все в густом сладком соусе на основе соевого.

Блюдо получилось необыкновенное вкусное, особенно жареная курица в нем. Узнав об этом, люди назвали это блюдо фирменный жареный цыпленок от семьи гунбао. Постепенно название упростилось до цыпленокгунбао, и это упрощенное названия используют до сих пор [39, с. 34].

Для перевода названия этого блюда можно применять разные способы. Первый способ — это описательный перевод с помощью добавления

основных видов продукта, поскольку в блюдо не только содержит жаренные куриные кубики, но и жаренные арахисы и кубики огурцов, и так его можно перевести как *жаренные куриные кубики с арахисом и огурцами*.

Такой прием можно назвать эффективным, хоть в переводе лишился культурной особенности, но по крайней мере перевод сообщает клиентам о верной информации о блюде, таким образом такой прием можно применять.

Однако в лучшем случае, надо стремиться к сохранению культурного колорита с помощью дословного перевода и сопровождения комментариев. Название 宫保鸡丁 можно перевести как *Жаренные куриные кубики Гунбао* и добавлять комментарии о культурном происхождении названия к переводу.

Другим примером служит название блюда 麻婆豆腐 (букв. тофу острой бабушки). Основным продуктом данного блюда является тофу, мясной фарш и перец-чили, способ приготовления — жарка, вкус — острый.

Если применить дословный перевод и перевести как тофу острой бабушки, то возможно возникнет непонимание у клиентов в России. В этом случае лучше перевести его как *жареный тофу с говяжьим фаршем в остром соусе по секретному рецепту*.

А что касается 麻婆 (букв. острая бабушка), то это бабушка-повариха Чень, которая умеет хорошо готовить острые блюда и придумала рецепт блюда 麻婆豆腐 (букв. тофу острой бабушки).

Здесь нужно отметить, что выбор модели перевода наименований китайских блюд в зависимости от стремления и цели коммерции ресторана.

Если высокая прибыль и больше клиентов являются главными целями ресторана, то у них названия блюд обычно переведены по модули основного продукта и модули приготовления, поскольку эти две модули перевода дают более наглядное описание самых блюд.

Для ресторанов, у которых цель не только высокая прибыль, но и эффект бренда, в таком случае создание культурной атмосферы станет важно. И в таких ресторанах названия блюд обычно переведены по культурному фактору для создания культурной атмосферы, и с сопровождением комментариев и иллюстраций для понимания клиентами блюд.

Названия блюд, сделаны с использованием литературных приемов.

Для перевода наименований такого типа эффективно применять описательный перевод и дословный перевод одновременно, поскольку описательный перевод позволяет показать более наглядную картину блюд, и в то же время дословный перевод позволяет сохранить дух оригинала и национальный колорит.

Возьмем блюдо 松鼠鱼 (букв. *рыба в форме белки*). Если только применить дословный перевод, перевести название этого блюда как *рыба в форме белки*, то сразу у клиентов возникают многие вопросы: какой вид рыбы? как приготовили его, и почему рыба может похожа на белку и так далее. В этом случае лучше с помощью описательного перевода можно передать информацию о конкретном виде рыбы и способе приготовления, и оставить

дословный перевод 松鼠 (букв. *в форме белки*) для привлечения интереса клиентов.

Еще одним примером иллюстрации данного тезиса можно считать наименование знаменитого китайского блюда 夫妻肺片 (fuqifeipian, букв. *пара легких*). Оно происходит с юго-запада Китая, готовят из парных говяжьих легких, тонко нарезанной говядины, говяжьего сердца, языка и рубца (подобия желудка у крупнорогатых).

Появилось в Чэнду в 30-е годы прошлого века. Торговец по имени Го Чаохуэй вместе с женой был искусен в приготовлении нарезки из холодной легочной массы. Люди в шутку прозвали блюдо «легкие супругов», постепенно получило название блюд 夫妻肺片 перевести буквально «легкие супругов».

Если название так переводят, то будет иностранцев удивляет, им страшно, даже потеряют аппетит к еде. Так что простой буквальный перевод не желателен. Надо переводить название на «острая сычуаньская закуска из говяжьих потрохов», такой вариант лучше покажет посетителям блюдо напрямую.

В этом случае локализация лучше для этого блюда. Люди не понимают культурные факторы этого блюда, поэтому, если вы просто переведете его, люди будут удивлены и даже напуганы. Так что локализация будет лучше, чтобы в названии блюда было больше информации.

Говорят, что 东坡肉 «свинина донгпо» была изобретена Су Донгпо, известным писателем в династии Сун, когда он был чиновником в Ханчжоу.



Однажды он мобилизовал местных жителей для драгирования озера и приготовил для них тушеную свинину в рисовом вине Шаосин в качестве вознаграждения. Однако главным компонентом данного блюда все равно остается свинина, и именно это стоит отразить в названии на русском языке. Поэтому для наименования данного блюда локализация является подходящей стратегией интерпретации.

Таким образом, оба наименования — 夫妻肺片 (*fūqīfēipiàn*, букв. *пара легких*) и 东坡肉 «свинина донгпо» — связаны с культурными факторами.

Китайская кухня — это кухня с необычными продуктами приготовления, уникальной историей и традициями.

Китайское питание тесно сочетается с здоровьем, например, 滋补老鸡汤 (*zībùlǎojītāng*), на сайте ресторана «Китайская провинция» перевести название «суп с курицей».

Вроде хорошего перевода для блюд, без грамматических ошибок и посетители получим информация, которая блюдо сделано из курицы. Каждое блюдо имеет свои особенности, для того чтобы легко запомнят посетители. Для супа 滋补老鸡汤, ее особенности являет 滋补 значит *тонизирующий*, оно полезно для здоровья и очень питательно.

Но перевод названия этого блюда его характеристики не подчеркивает. Было бы лучше добавить слово «питательный» к названию блюда, то будет «питательный суп с курицей».

У этого блюда без красивого внешнего вида, и у него тоже не значения включает в себя. Если придется назвать это блюдо красивым именем, то будет неподходящими и потеряет свои особенности. Поэтому в процессе перевода названий блюд не только обращать внимание на привлекательность названий блюд, надо переводить разные блюда по разному методу. Выберите наиболее подходящий метод для перевода.

Как правило, в случае, когда оригинальное название китайского блюда образовано по модели «по основному продукту», неточности в переводе малосущественны и ими можно пренебречь. А по другим способам необходима.

В этом случае перевод лучше, чем локализация. Поскольку основные продукты были написаны в названии блюда, и нет никаких культурных различий, люди могут понять перевод этого блюда независимо от того, в какой стране.

## Вывод по второй главе

Узнать культуры китайской кухни может помогает людям понять культурное значение названий китайских блюд и упростить их перевод. Если не знать культуры блюда могут быть переведены неправильно, наверно, может запутать или даже ввести в заблуждение людей. Понимание китайских блюд, их особенностей, методов приготовления, используемого продукта, и особенно трех элементов блюд, а именно цвета, аромата и вкуса, очень важно для перевода названия китайского блюда.

Сравнения названий блюд в приведенном показали, самый распространенный способ наименований китайских блюд, по основному продукту; по способам приготовления; по форме и по вкусу.

Причина в том, что гости могут получить больше информации о блюде. Можно избежать таких проблем, как гости не знают какие продукты в блюде, какой вкус этого блюда; или некоторые люди есть свои хобби на питание, например, люди, которые худеют, не любят жирные продукты, поэтому они отказываются блюда, которые готовить по приготовлению жарить.

Есть также некоторые блюда, которые содержат культурные факторы в названии блюда. Блюдо «叫花鸡» (курица нищего) может быть объяснена как история. С этим связана легендарная история.

Давным-давно нищий украл курицу и был преследован владельцем. Он покрыл всю курицу глиной, которую нашел поблизости, и бросил ее в огонь, чтобы приготовить. Через некоторое время он снял грязную курицу с огня.

Когда он взломал глину, он обнаружил, к своему удивлению, что курица была запечена в восхитительное блюдо с прекрасным вкусом. Той ночью у него была очень приятная еда. И это происхождение названия блюда.

В этом случае лучше перевести на *жареную курицу*, это поможет людям понять это блюдо. Должны быть связаны с локализацией, за исключением китайцев, люди в других странах не поймут название блюда, если нет комментариев. То есть, независимо от того, какой метод используется для перевода названия блюда, когда переводы названий китайских блюд связаны с культурными факторами, должен быть связан с локализацией. Локализация в переводе названий блюд очень важна.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование в очередной раз доказало, что наименования китайских блюд являются отражением богатейшей и самобытной культуры питания, а также необходимость бережного отношения к данному лексическому материалу при попытке интерпретации средствами другого языка, в частности, русского. Так, простое соблюдение принципов перевода лексики с китайского на русский язык недостаточно для наименований блюд китайской кухни и может привести к непониманию и, как следствие к отказу от приобщения к китайской культуре через кухню этой страны. В связи с этим переводчикам необходимо вырабатывать специальные методики работы с наименованиями китайских блюд, а также использовать существующие. При этом важно опираться не только на данные лингвистической литературы и исследования по теории и перевода, но и обращаться к сведениям о культуре Китая, консультироваться с носителями национальной культуры и т. п. должны гибко обрабатывать перевод и сохранить культурные факторы в китайских блюдах, чтобы сохранить глубокую китайскую культуру. Стоит помнить, что перевод — это не только языковая проблема, но и проблема межкультурного общения, поскольку язык является носителем культуры, ее отражением и источником постижения.

Все сказанное в полной мере относится к наименованиям блюд китайской национальной кухни. При их интерпретации на русский язык должна учитываться такая информация, как состав блюда, способ его

приготовления, цвет, аромат и вкус, а также нередко сведения о предполагаемой родине блюда или истории, связанной с его появлением. При этом не стоит забывать, что для китайской культуры особую ценность имеет не только смысл, значение слова/понятия, но и его звучание и даже написание.

Вышеуказанные принципы и стратегии обеспечивают новую перспективу для практической деятельности в области перевода наименований блюд китайской кухни.

Учет всех особенностей наименований блюд китайской национальной кухни при их интерпретации на русский язык позволит ресторанам существенно повысить собственную привлекательность. Заключение в данных лексических единицах ценная культурная информация может служить источником идей для эффективных рекламных кампаний, новых стратегий продвижения предприятий на рынке, а также повышения качества обслуживания посетителей. В то же время для посетителей новые подходы к интерпретации наименований китайских блюд открывают широкие перспективы знакомства с одной из самых интересных и древних на сегодняшний мир культур.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алексеева И. С. Введение в переводоведение / И. С. Алексеева. — СПб.: Филол. Факультет СПбГУ; М.: Академия, 2004. — 352 с.
2. Бархударов Л. С. Язык и перевод. Вопросы общей и частной теории перевода. — М.: «Международные отношения», 1975. — 240 с.
3. Бархударова Л. С. Тетради переводчика. Выпуск 19 / Л. С. Бархударова. — М.: Высшая школа, 2007. — 128 с.
4. Бархударов Л. С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода / Л. С. Бархударов. — М.: Либроком, 2013. — 240 с.
5. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы), 2001
6. Виноградов В. С. Перевод. Общие и лексические вопросы / В. С. Виноградов. — М.: КДУ, 2004. — 240 с
7. Войцехович И. В. Практическая фразеология современного китайского языка. Учебник/ И. В. Войцехович: изд. АСТ: Восток-Запад, 2007. 509 с.
8. Варбот Ж. Ж. Этимология [Текст] / Ж. Ж. Варбот// Русский язык. [Энциклопедия]. — 2-е изд., перераб.и доп. — М.: Большая Российская энциклопедия; Дрофа, 1997. — С. 643 — 647.
9. Градалева Е. А. Реализация культурно значимых ообразов в ономастическом пространстве английского языка [Электронный ресурс] // Universum: филология и искусствоведение. 2015. № 5 (18). URL:

<http://universumcom.ru/philologyarchive/item/2142>(датаобращения: 03. 02. 2018).

10. Добренко Е. Гастрономический коммунизм: вкусное vs здоровое [Электронный ресурс] / Е. Добренко // Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре. — 2009. — № 2. — С. 155-173. — Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2009/2/do9-pr.html>.

11. Джон Фоли. Энциклопедия знаков и символов. / Глава 8, Голуби и драконы. Символы с изображением животных и растений. — Москва, 1997.

12. Ермакова Л. Р. Глютиепрагматонимы и национальный и характер (на материале русской и английской культуры): дисс....канд. филол. н. Белгород, 2011, 236 с.

13. Клишин А. И. Практика перевода английских текстов. Учеб. пособие. — СПб.: Издательский дом «Андра», 2003. — 96 с.

14. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. — Москва.: Высш. шк., 1990. — 253 с.

15. Комиссаров В. Н. Общая теория перевода (Проблемы переводоведения в освещении зарубежных ученых). — М.: ЧеРо, 1999. — 134 с.

16. Комиссаров, В. Н. Современное переводоведение / В. Н. Комиссаров. — М.: Р. Валент, 2014. — 408 с.

17. Китайская кухня. Разное Электронный ресурс URL: <https://bkr.sinfose72> (дата обращения: 12. 02. 2018).



18. Коновалова Н. И., Ян Кэ. Метафорический параллелизм врусских и китайских паремиях // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива, 2012. № 3. С. 211-217
19. Лилова А. Введение в общую теорию перевода. М.: Высшая школа, 1985. — 256 с.
20. Москалева С. А. Особенности перевода названий китайских блюд / С. А. Москалева // Восток и Запад глазами молодых ученых: материалы междунар. молодеж. науч. конф. (28–29 авг. 2013 г.). Томск: Изд-во Томского университета, 2013. С. 285–290.
21. Олянич А. В. Гастрономический дискурс в системе массовой коммуникации: семантико-семиот. характеристики / А. В. Олянич // Массовая культура на рубеже XX–XXI веков: человек и его дискурс: сб. науч. тр. / РАН ИИЯ. — М., 2003. — С. 167–201.
22. Суперанская А. В., Сталтмане В. Э., Подольская Н. В., Султанов А. Х. Теория и методика ономастических исследований / отв. ред. А. П. Непокупный. 2-е изд. М.: ЛКИ, 2007. 256 с.
23. Семенов А. Л. Лексикология современного китайского языка. М.: Наука, 1992. 279 с.
24. Телия В. Н. Номинация // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: СЭ, 1990. С. 336–337.
25. Тимко Н. В. Фактор «Культура» в переводе / Н. В. Тимко. — Курск: Изд-во КГУ, 2007. — 224 с.

26. Черняховская Л. А. Перевод и смысловая структура / Л. А. Черняховская. — М.: Международные отношения, 1976. — 264 с.
27. Швейцер А. Д. Перевод и лингвистика. Уч. для институтов и факультетов ин. яз. -М., Воениздат, 1973. — 280 с.
28. Швейцер А. Д. Теория перевода. Статус, проблемы, аспекты. — М.: Наука, 1988.
29. 胡文仲。《跨文化交际概论》 // 北京: 外语教学与研究, 2004. (Ху Вэньжун. Теория межкультурной коммуникации. Пекинское научно-техническое издательство, 2004).
30. 杨琳申楠。《论跨文化传播中我国文化软实力》 // 西安: 西安交通大学学报(社会科学版), 2012.(Ян Лин ШеньНань. Роль перевода в национальных культурных обменах. Шанхайское литературно-художественное издательство, 2012).
31. 熊欣。《跨文化交际理论下的中国菜名英译研究》 // 上海: 上海外国语大学, 2013. (Сюн Синь. Теория исследования названия китайского блюда. Шанхайский университет иностранных языков, 2013).
32. 吴伟雄。《好易学笔译》 // 广州: 广东世界图书出版公司, 2000. (У Вэйсюн. Всесторонняя теория перевода. Всемирная книга в Гуандуне, 2000).
33. 吴伟雄。《食家了然最适度》 // 上海: 上海翻译, 2007. (У Вэйсюн. История китайской диеты. Шанхайский перевод, 2007).

34. 何武。《跳出菜名译菜谱》 // 黑龙江: 外语学刊, 2010. (Хэ У. Перевод рецептов и названий блюд, 2010).
35. 呼媛媛。《跨文化传播视角下中文菜名翻译研究》 // 黑龙江: 边疆经济文化, 2016. (Ху Юаньюань. Исследование перевода названия китайского блюда. Экономика и культура, 2016).
36. 单波跨。《文化传播的基本理论命题》 // 上海: 华中师范大学学报, 社会科学版, 2011. (У Юки. Основы теории культурного общения. Издательство «Шанхай», 2011).
37. 周进辉。《中餐菜名的俄译方法及原则》 // 黑龙江: 课程教育研究, 2013.(Чжоу Цзиньхуай. Методы перевода и принципы названия китайской кухни. Учебная программа исследований в области образования, 2013).
38. 周可为。《中国文化菜名翻译的异化与归化》 // 江西: 江西财经大学, 2009.(Чжоу Кэвэй. Перевод названия китайского культурного блюда. Издательство «Цзянси», 2009).
39. 陈金标。《中国菜肴命名研究》 // 江苏: 扬州大学烹饪学报, 2001. (ЧэньЦзиньбяо. Исследование названия китайского блюда. Издательство Университет Янчжоу. 2001).
40. 严复。《天演论. 译例言》, 1984. (Янь Фу. Примеры перевода. 1984).
41. 严复。《我国译界倡导系统而完整翻译标准的先驱》 [J], 中国翻译, 1997(3). (Янь Фу. Полная система перевода в Китае [J]. Китайский перевод, 1997).

42. 鲁迅。《翻译研究》[M]，福州：福建教育出版社,2009. (Лу Сунь. Переводоведение. Издательство «Образование в Фуцзянь», 2009).
43. 翟秋白。《现代文明的问题与社会主义》[A]。罗荣渠从西化到现代化[C]，北京：北京大学出版社,1990, 123. (ЖайЦюбай. Современные проблемы перевода и социализм. Издательство «Пекинский университет», 1990).
44. 辜正坤。《中西诗比较鉴赏与翻译理论》[M]。北京：清华大学出版社，2010. (ГуЖонгку. Сравнительный анализ и теория перевода. Издательство «Университет Цинхуа», 2010).
45. 许渊冲。翻译的艺术[M]。北京：五洲传播出版社，1984. (СюйЮнь. Искусство перевода. Издательство «Международный разговор», 1984).
46. 中国社会科学院语言研究所主编。《现代汉语词典》。商务印书馆, 2012. (Главный редактор Института лингвистики китайской академии общественных наук. Современный китайский словарь. Коммерческое издательство. 2012).
47. 辜正坤。《翻译理论著作序文四篇》。光明日报社，2002. (ГуЖонгку. Теория перевода. Издательство «Рассвет», 2002).
48. 谭傲爽。《中国语言文化》。[M]，河北教育出版社，2004。—240с. (Тань Аошуан. Китайская картина мира: Язык, культура, ментальность. Хэбэйское образовательное издательство, 2004. с. 240).
49. 王海艳。《中国菜名的俄语翻译》。[M]，北京教育出版社，2018. (Ван Хэйянь. Русский перевод названий китайских блюд в аспекте

транскультурной коммуникации // Вестник Калмыцкого университета. — 2018. — № 38 (2). — С. 88–94).

50. 朱慧芬。《中式菜名语言变异翻译》。[J], 哈尔滨学院学报. (ЧжуХуэйфэнь, ЦайЦзюньцзе. Перевод названий китайских блюд // Журнал Харбинского университета). — 2007. — № 4. — С. 51–53.

51. 张冕。《中国传统菜名的特点》。现代科学教育出版社, 2017.(ЧжанМянь. Культурологические характеристики китайской национальной кухни // Успехи современной науки и образования, 2017. Т. 3. I. С. 122–124).

52. 师舒。《中国菜名及翻译特点》。哲学科学出版社, 2010.(Ши Шу. Названия китайских блюд и их перевод на русский язык // Вопросы филологических наук, 2010, № 3. С. 130–132).