

ЯПОНСКИЕ РЕАЛИИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СТАТЬЯХ ТУРИСТИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ (ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

Цель проводимого исследования – выявление японских реалий в англоязычных статьях туристической направленности, а также установление особенностей их перевода на русский язык. Цель исследования предполагает решение следующих *задач*: классифицировать выявленные реалии и определить способы перевода японских реалий на русский язык.

Объект исследования – японские реалии в англоязычных статьях туристической направленности. *Предмет исследования* – особенности перевода японских реалий на русский язык. *Фактический материал исследования* – англоязычные электронные статьи (14 электронных статей из следующих источников: The Guardian, BBC, The Travel, Rickshaw Travel и др.).

Актуальность данной работы обусловлена интересом к особенностям японского языка и культуре его носителей, а также отсутствием единой стратегии и единых способов при отражении лингвокультурных реалий в языке перевода.

В ходе исследования было выявлено 56 реалий, которые можно распределить на 11 тематических групп: географические реалии, пища, предметы быта, связанные с обустройством жилья, а также реалии из повседневной жизни, названия исторических эпох, реалии из сферы искусства и культуры, названия праздников, реалии, относящиеся к обычаям, образу жизни и мировоззрению, реалии, связанные с религией, природными явлениями, названия разнообразных заведений.

В результате проведенного анализа статей был сделан вывод, что при переводе реалий на русский язык чаще всего применяется стратегия форенизации (построена на привнесении элементов иностранных реалий переводимого текста для погружения читателя в незнакомую для него среду и осознания им культурных и лингвистических отличий) посредством транскрипции и транслитерации, принятой в русском языке для передачи этих реалий. В большинстве случаев русский перевод также снабжен переводческим комментарием в тех примерах, когда значение лексической единицы редко употребляется в русскоязычных текстах и с большой вероятностью незнакомо потенциальному адресату. Среди всех рассмотренных предложений опущение исходной реалии использовалось в 4 случаях (7 %), сохранение реалии без переводческих комментариев ввиду ассимилированности

элемента в – 10 случаях (18 %), сохранение реалии ввиду наличия толкования ее смысла в тексте оригинала в – 20 случаях (36 %), добавление одного или нескольких уточняющих смысл слов перед реалией – в 12 случаях (21 %), добавление отдельного переводческого комментария – в 10 случаях (18 %).