

Частотность употребления позволяет предположить, что данная номинация достаточно закрепилась в австрийском варианте немецкого языка и, вероятно, в скором времени может войти в постоянный словарь немецкого языка.

Лексическая единица *der Hamsterkauf*, ранее существовавшая в словарном составе немецкого языка в значении 'закупка большого количества товара', впервые зафиксирована *Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache* в более узком значении '(в случае нехватки или повышения цен на определенные товары повседневного спроса, особенно на продукты питания) покупка сверхнеобходимых товаров с целью создания запасов' [2]. В интересующем нас значении данное лексическое новообразование за исследуемый период употребляется 5 раз. О приобретении нового значения свидетельствует следующий пример: «Corona ist jetzt der Auslöser für so manchen **Hamsterkauf** (man nennt **Hamsterkäufer** neuerdings ja etwas abschätzig auch "Prepper")» [1].

Частотное использование позволяет установить, что данная лексическая единица закрепилась в составе австрийского варианта немецкого языка, что способствует включению номинации в исследуемом значении в основной словарь немецкого языка.

**Заключение.** Пандемия COVID-19 обусловила многочисленные изменения в различных сферах человеческой деятельности затронув в том числе и коммуникативно-речевое пространство.

Важнейшим способом обогащения словарного состава австрийского варианта немецкого языка в период пандемии COVID-19 является лексическое новообразование (*der Babyelefant* и *der Hamsterkauf*). Что привело к качественным изменениям в функционировании языка. Зафиксированные частотные употребления лексических новообразований свидетельствуют о закреплении нового значения в австрийском варианте немецкого языка.

1. Der Standard – Nachrichten, Kommentare und Community [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.derstandard.at>. – Дата доступа: 30.08.2021.

2. DWDS – Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dwds.de>. – Дата доступа: 30.08.2021.

## СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ ПЕРЕВОДА СУБТИТРОВ

**Судьина А.М.,**

*студентка ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь*

*Научный руководитель – Бобрикова Е.П., старший преподаватель, магистр филол. наук*

Ключевые слова. Аудиовизуальный перевод, субтитры, субтитрирование, аудиовизуальные тексты, социокультурный, переводческий.

Keywords. Audio-visualtranslation, subtitles, subtitling, audio-visualtexts, socio-cultural, translation.

Перевод аудиовизуальных текстов стал неотъемлемой частью нашей повседневной жизни. Субтитры используются не только в фильмах, но и в ряде других современных приложений для все более разнообразных целей, от учебных материалов до онлайн-игр или видео DIY (do it yourself), однако научный переводоведческий интерес и их изучение оформились относительно недавно, поэтому данный вид перевода нуждается в детальном исследовании [2].

Уникальной особенностью субтитров является их двойственный характер: добавление канала связи и обеспечение коммуникации двух языков.

Цель исследования – обосновать функцию субтитрирования как конвертацию устной речи в письменный текст коммуникации.

Актуальность работы заключается в недостаточном освещении данного процесса в научной литературе, а также отсутствием единого алгоритма, правил и методов осуществления данного перевода.

**Материал и методы.** Материалом послужили современные научные труды таких ученых, как А. В. Козуляев, Э. Скаггевик, Р. А. Матасов, В. Н. Комиссаров. В ходе исследования были использованы эмпирический метод, описание, сравнение, а также общелогические методы, анализ, синтез и индукция.

**Результаты и их обсуждение.** Субтитрирование – одно из двух наиболее распространенных способов аудиовизуального перевода. Как правило, субтитры – это часть процесса локализации мультимедиа. Локализация медиа – это языковая и культурная адаптация контента под страну, в которой он будет реализован. Это необходимо для того, чтобы аудитория одного региона смогла правильно понять то, что было создано в другом регионе [3]. Данная область переводческой индустрии стремительно расширяется, поскольку аудиовизуальные продукты постоянно совершенствуются в глобальном смысле. Кроме того, теперь у пользователей есть собственные устройства для создания аудиовизуального контента, поэтому потребность в адаптированном контенте возросла. Следует отметить существующий парадокс, который выражается в дисбалансе между спорадическими исследованиями аудиовизуального перевода и его возрастающем влиянии на общество и спросе на него [4, с. 186]. В условиях быстрого обмена информацией, представляется необходимым разработка подробных исследований, в которых анализируется история и социокультурные последствия данной деятельности. Прогнозируемое преобладание субтитров кажется оправданным в силу стоимости – субтитрирование дешевле для заказчика, чем дублирование – и скорости выполнения, поскольку дублирование требует участия большего числа профессионалов.

А. Бехар утверждает, что субтитры – это «форма культурного чревовещания», где «акцент должен оставаться на марионетке, а не на кукловоде» [1, с. 85]. Добавляя культурную коннотацию к своему определению субтитров, А. Бехар тем самым разделяет широко распространенное мнение о том, что субтитры должны быть максимально ненавязчивыми, чтобы быть эффективными. В силу своей уникальной природы, которая подразумевает постоянное сосуществование с оригиналом, субтитры не могут претендовать ни на эквивалентность, ни на авторитетность. Они по-прежнему ограничиваются ролью службы ретрансляции, невидимость которой всегда является первичной.

Социокультурные функции субтитрирования можно обобщить в следующем:

1) социальная инклюзивность. Субтитры предоставляют доступ к важной информации, а также к развлечениям для людей с ограниченными возможностями. SDH (Subtitles for the Deaf and Hard of Hearing, субтитры для глухих и слабослышащих) или тифлокомментирование являются аудиовизуальным переводом;

2) субтитры используются в телевидении для доступности информации и культуры, транслируемой через программы, широким массам, не владеющим языком в полной мере, например, мигрантам. Такие зрители имеют возможность смотреть фильмы и шоу на Netflix и Amazon с субтитры на их языках, приобщаясь к иным культурам;

3) передача колорита других культур и социальных особенностей через язык и субтитры. Например, в фильме Жан-Жака Анно с Брэдом Питтом «*Семь лет в Тибете*» было несколько диалогов на хинди и тибетском, которые сопровождались субтитрами, что способствовало не только лучшему пониманию сюжета, но и социокультурологического контекста [5].

**Заключение.** Создание субтитров – сложный и разнообразный процесс, который подразумевает несколько этапов анализа текста, требует ряда навыков, включая лингвистические и культурные компетенции. Кроме того, для создания субтитров требуется одновременная активация всех навыков и умений с одинаковой степенью осведомленности. Таким образом, одна из центральных функций субтитров на сегодняшний день заключается не только в достоверной, краткой и лаконичной передаче информации, но и в выполнении социокультурных функций в современном мировом сообществе: инклюзивность, трансляция культуры через быстрый доступ к новому контенту разных стран, в художественных фильмах для сохранения социокультурного контекста.

1. Бехар Анри [электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://buildwiki.ru/wiki/Henri\\_B%C3%A9har](https://buildwiki.ru/wiki/Henri_B%C3%A9har). – Дата доступа: 05.09.2021.
2. Subtitling is an art form [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.daytranslations.com/blog/7-subtitling-facts/>. – Дата доступа: 10.09.2021.
3. Локализация медиа [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyrillica.ru/lokalizaciya-media.html>. – Дата доступа: 01.09.2021.
4. Матасов, Р.А. Перевод кино/видеоматериалов: лингвокультурологические и дидактические аспекты: дис. ... канд. филол. наук [Текст] / Р.А. Матасов. – М.: 2009. – 186 с.
5. Субтитрирование [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://womeninlocalization.com/an-introduction-to-subtitling/>. – Дата доступа: 05.09.2021.

## **НЕВЕРБАЛЬНОЕ ОБОЗНАЧЕНИЕ СИТУАЦИИ ПРИВЕТСТВИЯ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ А.П. ЧЕХОВА И ИХ ПЕРЕВОДАХ НА КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК**

*Сунь Фэни,*

*магистрант ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь  
Научный руководитель – Горегляд Е.Н., канд. филол. наук, доцент*

Ключевые слова. Этикет, невербальные средства общения, кинесика, жест, мимика, тактильность.

Key words. Etiquette, non-verbal means of communication, kinesics, gesture, facial expressions, tactility.

Приветствие – один из самых важных знаков речевого этикета. С его помощью устанавливается контакт общающихся, определяются отношения между людьми. Поэтому не владеть формулами приветствия – это значит быть всем чужим, не уметь общаться. Этикетная ситуация приветствия реализует контактоустанавливающую функцию языка, помогает «открыть» общение, создать необходимую атмосферу. Приветствие является одной из универсальных форм вежливости. Употребление этикетных ситуаций приветствия в художественном тексте зачастую является обоснованным и несет в себе определенные задачи: помочь интерпретировать персонажей, понять авторскую задумку.

Целью нашего исследования является изучение невербального обозначения этикетной ситуации приветствия в текстах произведений А.П. Чехова и их переводах на китайский язык. Актуальность определяется необходимостью изучения проблем перевода художественного текста с языков, не являющихся близкородственными, и важностью исследования возникающих при этом семантических и др. трансформаций.

**Материал и методы исследования.** В качестве источника фактического материала нами использовались тексты произведений «Попрыгунья», «Палата № 6», «Три сестры», «Вишневый сад» А.П. Чехова и их переводов на китайский язык Шанхайского переводческого издательства (переводчики Цзяо Цзюйинь, Ли Цзяньву и Тун Даомин), и издательства Народной литературы (переводчик Жу Лун). Основным методом, применяемый в работе, – описательный с элементами компонентного анализа. В ходе исследования и описания фактического материала использовались приемы сплошной выборки (извлечение материала из конкретного произведения в ходе прочтения); классификации и систематизации отобранных единиц; количественно-статистической характеристики.

**Результаты и их обсуждение.** Речевой этикет – принятая в данной культуре совокупность требований к форме, содержанию, порядку, характеру и ситуативной уместности высказываний. Н.И. Формановская дает такое определение: «Под речевым этикетом понимаются регулирующие правила речевого поведения, система национально-специфичных стереотипных, устойчивых формул общения, принятых и предписанных обществом для установления контакта собеседников, поддержания и прерывания контакта в избранной тональности» [2]. К речевому этикету, в частности, относятся слова и выражения, употребляемые людьми для прощания, просьбы, извинения, принятые в различных ситуациях формы обращения, интонационные особенности, характеризующие вежливую речь и т.д. Речевой этикет имеет национальную специфику поскольку каждый народ создал свою систему правил речевого поведения.