

полной и точной передачи денотативного содержания реалии, что приводит к потере культурно-специфического экзотизма реалии.

Итак, при переводе культурно-специфической информации переводчик сталкивается с проблемой выбора тактик и операций перевода и потребностью балансировать между глобальными стратегиями доместикации и форенизации. В связи с тем, что туристический дискурс, в том числе, направлен на осуществление взаимопонимания и развития культурных отношений между различными народами главной целью переводчика становится предотвращение потерь культурно-специфического колорита при сохранении денотативного содержания текста.

Таким образом, привлечение внимания к переводу культурно-специфической лексики позволяет продолжить дальнейшее исследование туристического дискурса, а также имеет важное практическое значение для повышения качества переводов текстов туристической тематики.

Библиографический список

1. Аликина, Е. Ю. Особенности функционирования метафоры в туристическом дискурсе / Е. Ю. Аликина // Вестник Пермского университета. – 2010. – Вып. 4. – С. 80–86.
2. Косицкая, Ф. Л. Жанровая палитра французского туристического дискурса // Ф. Л. Косицкая // Вестник ТГПУ. – 2013. – №3 (131). – С. 192–195.
3. Томахин, Г. Д. Реалии-американизмы. Пособие по страноведению : учебное пособие / Г. Д. Томахин. – Москва : Высшая школа, 1988. – 239 с.
4. Успенская, А. А. Учебные ситуации как способ обучения адекватному восприятию культурно-специфической лексики английской политической речи / А. А. Успенская // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. – 2008. – № 33 (73). – Ч. 2.
5. Влахов, С. Непереводимое в переводе: учебное пособие / С. Влахов, С. Флорин. – Москва : Международные отношения. – 1980. – 342 с.
6. Безрукова Н. Н. Основные проблемы перевода в туристическом дискурсе (на примере туристического региона «Алтай») / Н. Н. Безрукова // Инновационные технологии и подходы в межкультурной коммуникации, лингвистике и лингводидактике : Сборник научных трудов по материалам международной научной конференции / под ред. И. Ю. Колесова. – Барнаул : АлтГПУ, 2018. – С. – 279–282.
7. Altair-Tour : [сайт]. – URL: <https://altairtour.net>
8. Nomad List : [сайт]. – URL: <https://nomadlist.com>
9. Tripadvisor : [сайт]. – URL: <https://www.tripadvisor.com>
10. Tripexpert : [сайт]. – URL: <https://www.tripexpert.com>

Голубев А.Е., магистрант 2 курса Лингвистического института

Примак С.С., канд. филол. н., доцент кафедры перевода и межкультурной коммуникации

Алтайский государственный педагогический университет

г. Барнаул

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА НА ПРИМЕРЕ YOUTUBE CLOSED CAPTIONS

Аннотация. В статье рассматриваются особенности аудиовизуального перевода методом субтитрования, подверженного частичной автоматизации путём использования специализированного программного обеспечения, на примере использования системы YouTube Closed Captions. Анализируется структура видеоконтента YouTube как аудиовизуального продукта с целью определения основных переводческих стратегий в

процессе его субтитрования и оценки процесса частичной автоматизации, осуществляемого системой YouTube Closed Captions.

Ключевые слова: аудиовизуальный перевод, автоматизированный перевод, субтитрование, видеоконтент, YouTube

**A.E. Golubev,
S.S. Primak**

SPECIAL ASPECTS OF AUDIOVISUAL TRANSLATION SYSTEMS IN THE CONTEXT OF YOUTUBE CLOSED CAPTIONS

Abstract. *This article considers special aspects of audiovisual translation in the form of computer-aided subtitling within the context of computer-assisted translation tools and the YouTube Closed Captions subtitling software in particular. The work conducts structural analysis of YouTube video content as an audiovisual product in order to determine primary translation strategies and carries out an evaluation of the YouTube Closed Captions software performance in the process of translation.*

Key words: audiovisual translation, computer-aided translation, subtitling, video content, YouTube

Аудиовизуальный контент на протяжении последних десятилетий стал одним из неотъемлемых элементов человеческой жизни текущей информационной эры. Общие объемы аудиовизуальной продукции продолжают стремительно расти, во многом благодаря высоким темпам современного технологического развития, а также крупным видеохостингам, предоставляющим пользователям платформу для хранения и публикации собственных видео. Подобный видеоконтент производится как профессионалами в различных областях деятельности, так и любителями, преследующими различные цели. В связи с этим, на сегодняшний день переводчики все чаще сталкиваются с процессом аудиовизуального перевода в своей профессиональной деятельности, а также крупными объемами работы, которые побуждают их использовать специализированное программное обеспечение с целью частичной автоматизации данного процесса. Вышеперечисленные факты позволяют говорить об актуальности заявленной темы.

Научная новизна работы заключается в попытке использования междисциплинарного подхода к частично автоматизированному переводу видеоконтента методом субтитрования, при котором аудиовизуальный перевод рассматривается с точки зрения переводоведения, текстологии, семиотики, информатики и компьютерной лингвистики.

Аудиовизуальный перевод является разновидностью перевода, направленной на перевод многомодальных, мультимедийных текстов и их перенос в иную культуру с целью оказания того же эффекта на реципиента перевода, что и на реципиента оригинального мультимедийного текста [1, с. 202–228]. Главной из его особенностей, конечно же, является тот факт, что информация поступает к реципиенту по двум каналам – акустическому и зрительному. Работа с такими текстами требует больших усилий, поскольку следование чисто текстоцентрическому подходу в процессе перевода может привести к тому, что он не будет соответствовать требованиям адекватности в связи с высокой полисемантичностью данных текстов. На сегодняшний день профессиональные аудиовизуальные переводчики могут сталкиваться с данными текстами как в рамках осуществления перевода различных видеоматериалов, так и уникальных аудиовизуальных продуктов свойственных текущему этапу технологического развития, таких как видеоигры [2].

В силу своих уникальных особенностей рассматриваемая разновидность перевода является одной из самых трудоемких, требующих в большинстве случаев от переводчика непосредственного взаимодействия с устройствами или программным обеспечением (ПО), способным воспроизвести видеоконтент, который и является первоисточником полученного в работу мультимедийного текста. Помимо необходимости воспроизведения оригинальных

видеоматериалов аудиовизуальные переводчики также часто сталкиваются с необходимостью использования и другого программного обеспечения, нацеленного на оптимизацию и частичную автоматизацию переводческого процесса с целью сокращения затрачиваемого на него времени. Система YouTube Closed Captions является одним из представителей ПО данного типа.

Доступная для бесплатного использования на сайте видеохостинга YouTube система YouTube Closed Captions направлена на частичную автоматизацию процесса аудиовизуального перевода, связанного с субтитрованием. Используя определение Диаса-Синтаса, мы будем рассматривать субтитрование как перевод, «включающий отображение текста внизу экрана, иллюстрирующего диалоги актеров, а также лингвистическую информацию, которая частично формирует визуальную составляющую (буквы, текст, граффити) или аудиальный уровень текста» [3, с. 192–205]. Для частичной автоматизации субтитрования YouTube Closed Captions предоставляет своим пользователям практически полностью приспособленный для нужд аудиовизуального переводчика интерфейс. В его функционал входят следующие функции: доступ к окнам для редактирования текста субтитров и их сегментированного размещения по хронометражу ролика, встроенный видеоплеер, машинное распознавание речи, а также графическое отображение звуковой дорожки видео для более точного размещения субтитра. Однако после детального исследования принципов работы системы YouTube Closed Captions было установлено отсутствие в ней функционала, связанного с памятью переводов.

Память переводов является базой данных, направленной на повторное использование ранее переведенных сегментов текста с целью ускорения и оптимизации процесса перевода [4, с. 57–62]. Данная технология является широко востребованной среди профессиональных переводчиков, в связи с чем, большинство разработчиков переводческого ПО используют данную технологию как основную в своих программах. Отсутствие поддержки памяти переводов является одним из существенных недостатков системы YouTube Closed Captions, частично лишаящих ее эффективности в области оптимизации переводческого процесса. Данный недостаток может стать существенной причиной для вовлечения пользователем стороннего программного обеспечения в свой рабочий процесс.

Еще одна особенность системы YouTube Closed Captions заключается в том, что она преимущественно предназначена для видео, в дальнейшем воспроизводимых на площадке видеохостинга YouTube или других сайтах, использующих интегрированный видеоплеер площадки. Это значит, что любые созданные внутри данной системы субтитры при необходимости можно извлечь лишь в виде файла специализированного формата SBV, который не является широко распространенным и требует дальнейшей конвертации в чаще используемые аудиовизуальными переводчиками форматы субтитров, такие как SRT. Несмотря на то, что бесплатные программы, предлагающие услуги подобной конвертации, являются широкодоступными для заинтересованных пользователей, данная особенность вновь создает сложности для переводческого процесса, который YouTube Closed Captions стремится оптимизировать.

Но наиболее амбициозной функцией YouTube Closed Captions является так называемая «Помощь сообществу». Данная функция позволяет авторам видеохостинга осуществлять перевод своего видео методом субтитрования на разные языки мира, ставя своей глобальной целью закрепление за видеохостингом YouTube статуса международной площадки видеоконтента, не отягощенной языковыми и культурными барьерами. В данный процесс могли быть вовлечены как постоянные зрители канала, так и случайные заинтересованные в этом пользователи. Таким образом переводилось не только текстовое содержание видео, но и его заголовок и описание. В этом случае перевод автоматически заменял оригинальный текст заголовка и описания у пользователей, проживающих в стране языка перевода. Так, например, пользователь YouTube из США и пользователь YouTube из России могут видеть одно и то же видео, созданное одним и тем же автором, под разными заголовками. Подобный подход предполагает, что каждый осуществленный перевод

заголовка и описания видео будет точным и правильным, ведь в противном случае допущенные ошибки исказят первоначальный опыт иностранных пользователей, взаимодействующих с видео. Однако в силу человеческого фактора и отсутствия в системе YouTube Closed Captions четких механизмов проверки качества перевода, осуществляемого с помощью функции «Помощь сообществу», пользователи могут неоднократно встретиться с ошибками в переводе заголовков и описания видео в ходе просмотра видеоконтента на сайте YouTube.

Наглядным примером может послужить видео крупного шведского англоязычного видеоблогера Феликса Чельберга, известного под псевдонимом PewDiePie [<https://youtu.be/0eKT2GY8DXs>]. Аудитория PewDiePie насчитывает более 100 миллионов уникальных пользователей, в связи с чем допущение ошибок в процессе перевода видео Чельберга на другие языки может исказить опыт миллионов пользователей. Однако, данное видео Феликса, в оригинале озаглавленное *Kids*, было переведено на русский язык участниками сообщества как *Мальшья*.

Опираясь исключительно на текстовую составляющую указанного заголовка, можно сказать, что выбор соответствия правомерен, тем не менее, нам стоит взглянуть на это видео как на аудиовизуальный продукт. В нем Феликс на протяжении двадцати минут играет в видеоигру под названием KIDS, знакомя своих зрителей с её содержанием. На текущий день в переводческой сфере широко распространена практика сохранения оригинальных названий видеоигр без их адаптации на другие языки. Данная практика призвана упростить маркетинговое продвижение видеоигр на международном рынке, создавая идентичный образ продукта для пользователей, говорящих на разных языках мира. Таким образом, данный перевод заголовка является некорректным, ведь если русскоязычный пользователь захочет найти на YouTube видео, посвященные игре KIDS, он может и не понять, что видео Чельберга *Мальшья* содержит фрагменты этой игры.

Данный видеоролик также является примером ошибок в переводе субтитров с помощью функции «Помощь сообществу». Несмотря на то, что хронометраж видео *Мальшья* составляет 18 минут 57 секунд, русскоязычные субтитры покрывают лишь 43 секунды его текстового содержания. То есть пользователь, увидевший русскоязычный заголовок данного видео на странице сайта, будет рассчитывать на то, что видео полностью подготовлено для просмотра на русском языке, когда на самом деле переведенные субтитры покрывают менее 4% от его общего хронометража.

В качестве ещё одного примера может послужить серия научно-популярных роликов Mind Field канала американского бренда Vsauce с аудиторией в 16 миллионов пользователей [<https://www.youtube.com/watch?v=ktkjUjcZid0&list=PLZRRxQcaEjA7LX19uAySGlc9hmprBxfEP>]. Стоит отметить, что Mind Field является оригинальным сериалом коллекции YouTube Originals, производимой при официальной поддержке YouTube. Mind Field доступен для просмотра эксклюзивно на площадке видеохостинга YouTube с целью продвижения сервиса его платной подписки YouTube Premium. Таким образом, серия роликов Mind Field является официальным продуктом видеохостинга YouTube, что повышает требования к качеству его перевода на другие языки в сравнении с видеоконтентом, публикуемым независимыми авторами площадки. Второй эпизод третьего сезона Mind Field, озаглавленный «*Moral Licensing*» доступен российским пользователям под некорректно переведенным заголовком «*Гипотеза о когнитивном компромиссе*». Подобное кардинальное искажение смыслового содержания оригинала, скорее всего, было вызвано ошибкой, никак не относящейся к непосредственно переводческой деятельности, ведь первый эпизод третьего сезона Mind Field носит англоязычное название «*The Cognitive Tradeoff Hypothesis*», которое также переведено на русский язык как «*Гипотеза о когнитивном компромиссе*». Оба видео были опубликованы в 2018 году и на данный момент все еще находятся в свободном доступе под одинаковым, а в одном случае и ошибочным заголовком для российских пользователей, искажая восприятие как данных эпизодов, так и всей серии роликов русскоязычными зрителями.

Подобные ошибки, скорее всего, появлялись и закреплялись за видео на долгое время в связи с тем, что выполненные переводы проверялись нейросетевыми системами Google и по успешному результату проверки автоматически публиковались и становились доступны для всех пользователей видеохостинга. Человеческое вмешательство в процесс одобрения созданного пользователями перевода минимально, ведь, помимо нейросетевых алгоритмов, единственным, кто может повлиять на добавление субтитров на том или ином языке, является автор видео, который в большинстве случаев не знаком с языком субтитров и не может сделать трезвую оценку адекватности осуществленного перевода.

Летом 2020 года команда YouTube анонсировала, что прекращает поддержку функции добавления субтитров сторонними пользователями, известной под названием «Помощь сообществу». С 28 сентября 2020 года добавлять субтитры к видео, используя систему YouTube Closed Captions, может только автор видео. В свою очередь, все созданные ранее переводы остались нетронутыми. Команда YouTube объясняла свое решение, ссылаясь на критику недочетов системы и статистически низкую востребованность субтитров, созданных пользователями. Это решение было принято согласно заявленной в письме-оповещении статистике, сообщавшей о том, что созданные зрителями субтитры в свои ролики добавили меньше 0,001% авторов. На эти видео также пришлось всего 0,2% от общего времени просмотра YouTube.

Однако, несмотря на предоставленную статистику, которая была призвана объяснить принятое YouTube решение, данное обновление системы было негативно принято сообществом пользователей хостинга, которые ныне вынуждены пользоваться сторонними сервисами для добавления субтитров.

Таким образом, все описанные выше события говорят о том, что потенциально в ближайшем будущем система YouTube Closed Captions может получить еще более кардинальные изменения или исчезнуть вовсе. Данный факт делает процесс сохранения информации о принципах ее работы, а также ее преимуществах и недостатках абсолютно необходимым для будущих исследований в области переводческого программного обеспечения, направленных на разработку новых систем автоматизации переводческого процесса, а также сферы аудиовизуального перевода в целом. Сохранение данных об успешности применения функции «Помощь сообществу» также представляет научную новизну и имеет практическую ценность в области экспериментов по созданию механизмов, направленных на глобальную подготовку веб-медиаконтента к потреблению аудиторией, говорящей на различных языках мира.

Теоретическая значимость проведенного исследования состоит в формулировке положений, отражающих особенности частично автоматизированного аудиовизуального перевода видеоконтента методом субтитрирования, и его общем вкладе в развитие теории аудиовизуального перевода как самостоятельной области переводоведения. Практическая значимость заключается в возможности использовать результаты данного исследования в качестве основы для дальнейшего совершенствования системы YouTube Closed Captions. Выдвинутые положения также могут стать ориентиром для разработки абсолютно новых систем аудиовизуального перевода, учитывающих все уникальные особенности данного процесса.

Библиографический список

1. Райс, К. Классификация текстов и методы перевода / К. Райс // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. – Москва, 1978. – С. 202–228.
2. Голубев, А. Е., Примаков, С. С. Особенности аудиовизуального перевода при адаптации видеоигр / А. Е. Голубев, С. С. Примаков // Педагогическое образование на Алтае. – 2019. – №1. – С. 87–92.
3. Cintas, J. D. Audiovisual Translation in the Third Millennium / J. D. Cintas. // Translation today. Trends and perspectives. Multilingual matters. – 2003. – P. 192–205.

4. Грабовский, В. Н. Технология Translation Memory / В. Н. Грабовский // Мосты. Журнал переводчиков. – 2004. – № 2. — С. 57–62.

*Коротких Ж.А., канд. филол. н., доцент кафедры английской филологии,
Захарова П.С., студентка Лингвистического института*
Алтайский государственный педагогический университет
г. Барнаул

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В АВСТРАЛИИ

Аннотация. В статье рассматриваются культурологические и лингвистические особенности социальной рекламы в Австралии. Анализируются цели, задачи и функции социальной рекламы, описываются традиционные и креативные методы ее расположения, устанавливается зависимость тематики социальной рекламы от общественно значимых проблем. Делается вывод, что использование данных о социальной рекламе в Австралии при обучении английскому языку расширяет кругозор и способствует эффективному формированию социокультурной компетенции учащихся.

Ключевые слова: культурологические и лингвистические особенности, социальная реклама, Австралия, традиционные и креативные методы расположения.

**Zh. A. Korotkikh,
P.S. Zakharova**

CULTURAL AND LINGUISTIC PECULIARITIES OF PUBLIC SERVICE ANNOUNCEMENTS IN AUSTRALIA

Abstract. The article deals with cultural and linguistic peculiarities of Australian public service announcements (PSA). Aims, objectives and functions of public service announcements are analyzed; traditional and creative methods of PSA placement are described; the correlation between PSA themes and socially significant issues is stated. The article concludes that the use of Australian PSA data in teaching English broadens students' knowledge and helps to develop their socio-cultural competence.

Key words: cultural and linguistic peculiarities, public service announcements (PSA), Australia, traditional and creative methods of PSA placement.

Являясь мощным средством воздействия на умы и поступки людей, реклама привлекает внимание исследователей из разных областей науки. Возрастающая роль рекламного дискурса находит отражение во многих сферах жизни общества. Однако стоит отметить, что реклама по своей природе – явление неоднородное. Существует много критериев, по которым можно классифицировать рекламу: по характеру целевой аудитории, по способу размещения, по месту распространения, по способу воздействия на аудиторию и др. Несмотря на то, что существует достаточно много классификаций видов рекламы, можно выделить три основные вида:

- 1) коммерческая реклама (реклама товаров и услуг, направленная на получение прибыли);
- 2) политическая реклама (реклама, направленная на продвижение определенных политических идей и взглядов среди населения, а также призывающая к участию в политических процессах);