

Женщины в Саудовской Аравии получили право на вождение автомобиля в 2017 году, им также разрешили водить мотоциклы и грузовики.

Высшие религиозные власти Саудовской Аравии запретили выдавать женщин замуж против их желания, заявив, что браки по принуждению противоречат исламскому праву и что заставлять женщин выходить замуж за того, кто ей не по нраву, запрещать ей выходить замуж за того, кого она выбрала, недопустимо.

Саудовские женщины, считаем, находятся в безопасности и не испытывают чувства зависти к европейским женщинам, последние ужасаются, что вынуждены постоянно быть на виду у других людей, не имея возможности спрятать лицо и тело.

## А. Гусаков

### АТМОСФЕРА КИТАЙСКОГО ИНТЕРНЕТА: СОКРАЩЕНИЯ В ЧАТАХ

Сокращение слов в китайских чатах осуществляется на базе использования фонетического алфавита пининь, то есть остаются только инициалы слогов слова, образуя не свойственные ранее китайскому языку буквенные слова, например:

- 1) SG вместо 帅哥(shuàigē) (букв. ‘красивый мужчина’) ‘красавчик’;
- 2) ZT вместо 转帖(zhuǎntiē) ‘репост, пересылка сообщения’;
- 3) TX вместо 同学(tóngxué) ‘одноклассник, одноклассник’ (А. Н. Сбоев, 2015).

Для ускорения процесса ввода пиньинем сокращаются и часто встречающиеся разговорные выражения, а также устойчивые словосочетания:

1. PF вместо 佩服(pèifú) (буквально ‘восхищаться’) ‘респект’;
2. YYXX вместо 衣衣鞋鞋(yīyī xiéxié) ‘одежда и обувь’;
3. VXCM вместо 冰雪聪明(bīngxuěcōngmíng) ‘умный’ (А. В. Кислов, 2017; Е. Н. Колпачкова, 2017).

Также для сокращения слов в китайском интернет-языке применяются цифры. Благодаря созвучию, они, сочетаясь вместе, обретают определённый смысл. При этом исчезает их числовое значение. Так образуются цифровые слова. Цифры получают новое значение, так как их произношение совпадает или сходно с произношением какого-либо слова. Слова, записанные цифрами, обладают большой омонимичностью, так как количество цифр очень ограничено. Одна цифра, помимо своего цифрового значения, может обозначать сразу несколько слов:

- 一(yāo / yī) 要(yào) ‘нужно’, 意(yì) ‘значение, смысл’;
- 二(èr) 爱(ài) ‘любить’, 啊(a) ‘частица’, 饿(è) ‘голодный’;
- 三(sān) 想(xiǎng) ‘хотеть, скучать, думать’, 生(shēng) ‘рождаться’, 神(shén) ‘дух’ 相(xiāng) ‘обоюдный, взаимный’;
- 四(sì) 是(shì) ‘есть, являться’, 死(sǐ) ‘умереть’;
- 五(wǔ) 我(wǒ) ‘я’

(wǒ) ‘я’, 呜 (wū) ‘звукоподражание плачу’, 晚 (wǎn) ‘вечер, поздний’; • 六 啦 (la) ‘час-тица’, 聊 (liáo) ‘разговаривать’, 了 (le) ‘частица’; • 七 吃 (chī) ‘есть, кушать’, 请 (qǐng) ‘просить, приглашать’; • 八 抱 (bào) ‘обнимать’, 发 (fā) ‘выпускать, отправлять’, 吧 (ba) ‘частица’, 不 (bù) ‘нет, не’; • 九 就 (jiù) ‘сразу’, 走 (zǒu) ‘идти, уходить’; • 零 你 (nǐ) ‘ты’ (А. Н. Сбоев, 2015).

Также цифрами может быть записана и целая фраза, например:

▪ 520 我爱你 (wǒ ài nǐ) ‘я люблю тебя’;

▪ 596 我走了 (wǒ zǒu le) ‘я ушел’;

▪ 1799 起走走 (yìqǐ zǒu zou) ‘пойдем вместе’ (А. В. Кислов, 2017; Е. Н. Колпачкова, 2017).

Таким образом, можно отметить, что китайские интернет-пользователи активно используют буквенные и цифровые сокращения для ускорения процесса ввода.

## В. Иванова

### ПЕРЕВОД БЕЗЭКВИВАЛЕНТНОЙ ЛЕКСИКИ, ОТНОСЯЩЕЙСЯ К СЕМАНТИЧЕСКОМУ ПОЛЮ «ЧЕЛОВЕК», В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ СТИЛЕ (на материале китайского языка)

Публицистический стиль – один из функциональных стилей речи. Он широко представлен на страницах журналов и газет, в материалах теле- и радиожурналистики, на митингах и собраниях. У данного стиля существуют свои лексические и синтаксические особенности. Одной из них является наличие безэквивалентной лексики, при переводе которой необходимо не только передать значение данной единицы, но и отразить основные характеристики стиля. Мы провели анализ перевода 100 предложений с безэквивалентными единицами с китайского на русский язык и пришли к следующим выводам:

1) поскольку одной из главных характеристик текстов публицистического стиля является доступность и простота, возникает необходимость использования небольших по объему предложений и общеупотребительной лексики. Таким образом, в публицистическом стиле возможно употребление приема генерализации, к примеру: *第五代导演为电影创作注入活力* ‘Выпускники режиссерского факультета Пекинского театрального института оживили создание фильмов’. *中国国企一把手如此评价转业军人* ‘Первое лицо государственного предприятия Китая оценивает ветеранов военной службы’.

2) рекламность заголовков может быть достигнута с помощью описательного перевода, который предоставляет большое количество подробностей о персонаже новостной сводки: *重庆巫山童养媳:12岁那年我被卖了4000元* ‘Девочка, взятая в дом будущего мужа в Ушань, Чунцин: