

УДК 811 : 378

ЛОКАЛИЗАЦИЯ ПЕРЕВОДА В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ КАК ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ТЕКСТА

Минко Яна Николаевна

преподаватель, кафедра лингвистического преподавания, Южный федеральный университет, г. Таганрог, Россия, sakovich93@mail.ru

Гаранжа Дарья Олеговна

студент, кафедра лингвистического преподавания, Южный федеральный университет, г. Таганрог, Россия, fox2015a131@gmail.com

Аннотация. В статье раскрывается значимость перевода, как важного этапа процесса локализации веб-сайта. Перечисляются этапы адаптации и локализации сайтов, аспекты переводов и рассматриваются наиболее распространенные трудности, которые возникают при локализации, связанные с переводом. Указывается, что этот процесс является сложным и трудоемким. Он включает ряд задач, таких как: перевод текстовых файлов, адаптацию информации с учетом особенностей конкретного рынка и менталитета национальной аудитории, а также адаптацию графического интерфейса и кода сайта, включающую в себя меню, кнопки, элементы кода, необходимые для оптимизации для поисковых машин и прочие аспекты.

Ключевые слова: лингвистика, сайт, локализация, глобализация, интернационализация, перевод.

LOCALIZATION OF TEXT TRANSLATION IN THE INTERNET SPACE AS A DIGITAL TRANSFORMATION OF THE TEXT

Yana N. Minko

Lecturer, Department of Linguistic Teaching, Southern Federal University, Taganrog, Russia, sakovich93@mail.ru

Darya O. Garanzha

Student, Department of Linguistic Teaching, Southern Federal University, Taganrog, Russia, fox2015a131@gmail.com

Abstract. The paper reveals translation as an important stage of the website localisation process. It lists the stages of adaptation and localisation of websites, aspects of translations and considers the most common difficulties that arise during localisation related to translation. This process is complex and labour intensive. It includes a few tasks, such as translation of text files, adaptation of information to the specific market and mentality of the national audience, as well as adaptation of the graphical interface and site code, including menus, buttons, code elements necessary for optimisation for search engines and other aspects.

Keywords: Linguistics, site, localisation, globalisation, internationalisation, translation.

С наступлением научно-технического прогресса, в эпоху глобализации и интернационализации, почти каждая компания, независимо от своей сферы деятельности, имеет свой корпоративный интернет-сайт. Именно веб-сайт стал наиболее удобным и целесообразным инструментом для информирования аудитории.

В зависимости от целей, которые преследует организация, сайт может выполнять различные функции. Например, он может быть визитной карточкой компании, предоставлять информацию о ее деятельности, продуктах или услугах. Более того, сайт может служить рекламным инструментом, помогая привлечь новых клиентов и удерживать существующих. И, конечно, сайт может быть площадкой для реализации товаров и услуг, позволяя клиентам совершать покупки или получать необходимую информацию онлайн.

Цель нашего исследования заключается в раскрытии темы локализации переводов в интернет-пространстве.

Поставленная цель предполагает решение следующих задач:

1. Раскрытие понятий локализация, глобализация и интернационализация относительно программного продукта для использования пользователем конкретного региона.

2. Выделить этапы локализации и аспекты переводов, методы переводов в рамках локализации веб-сайта.

3. Определить трудности, возникающие при локализации, связанные с переводом; выявить необходимые навыки современного переводчика.

Материалом исследования послужили работы в области локализации и перевода отечественных и зарубежных лингвистов: А.Ю. Алипичев, А.А. Атабеков, А.Б. Паршин, В.Н. Комиссаров, Б. Эсселинк.

В современном мире, когда компании стремятся к глобальному присутствию и покорению международного рынка, важно учитывать культурные особенности и языковые различия разных регионов. И в данном контексте особую роль играют переводчики, занимающиеся процессом локализации продуктов.

В процессе локализации сайта одним из важных этапов является перевод. Но перевод не ограничивается только текстовым содержанием сайта. Он также включает адаптацию ряда других элементов, чтобы сайт максимально соответствовал предпочтениям и ожиданиям целевой аудитории: навигационная структура, аудио и видео файлы, кнопки, изображения, флеш-заставки, заголовки.

Локализация – это процесс, в ходе которого адаптируются продукты, чтобы они максимально соответствовали языковым, культурным и контекстуальным требованиям определенной аудитории. Необходимо не только перевести текст с одного языка на другой, но и учитывать специфику регионального языка, культуры, обычаев и предпочтений.

Локализация, согласно Международной ассоциации стандартов локализации (LISA), представляет собой процесс адаптации программного

продукта в лингвистическом и культурном аспектах для его использования пользователем в определенном регионе. «Локаль» означает «особую систему параметров и настроек (набор символов, язык пользователя, часовой пояс и т.д.), специфических для определенной страны/региона и языка» [1].

Термин «локализация» стоит рассматривать также с такими понятиями, как глобализация и интернационализация, которые являются предпосылками для локализации. В сфере международного экономического сотрудничества глобализация представляет собой процесс создания продукта, который может быть успешно продан в различных странах. Это означает учет многонациональной аудитории и национальных особенностей при разработке и производстве товаров. Создание продуктов, способных удовлетворить потребности и предпочтения различных культур и национальных рынков, становится ключевым фактором для достижения успеха продукта в той или иной стране. Немаловажным этапом локализации продукта является интернационализация. Интернационализация подразумевает создание продукта, приспособление которого упрощено под конкретную культуру необходимой аудитории. LISA определяет интернационализацию как «процесс генерализации продукта, упрощающую его адаптацию к языковым и культурным особенностям региона, отличного от того, в котором он разрабатывался, без необходимости дополнительных доработок» [10].

Веб-сайт представляет собой набор различных программных, информационных и медийных средств, таких как видео, изображения, звукозаписи и т. д. Все они логически связаны между собой и оформлены в виде отдельных веб-страниц. Веб-сайт можно найти и посетить в сети интернет [10].

Перевод – это одна из форм языкового посредничества, при которой создается текст на другом языке, который может полностью заменить оригинал и коммуникативно равноценен ему. В свою очередь, локализация – это процесс адаптации продукта для конкретной культуры или региона. В отличие от локализации, которая приводит к адаптированному продукту, перевод фокусируется на создании текста, который может быть использован в другом социуме. Таким образом, перевод текста является важным компонентом процесса локализации, хотя он не является единственным, его значимость в создании коммуникативно схожего текста на другом языке не может быть недооценена.

Последний этап локализации веб-сайта включает в себя несколько связанных с переводом аспектов:

1. Поддержка языка, единицы измерения, национальные стандарты (номера телефонов, время, дата и т.д.), т.е. требуется подготовить сайт таким образом, чтобы он мог отображать символы языка, принятые в данном регионе, а также принимать ввод текста на определенном языке. Также важно убедиться, что алфавитный порядок символов поддерживается.

2. Перевести все элементы сайта на язык, на котором будет ориентирована целевая аудитория. Это означает, что весь контент, кнопки, ссылки и другие элементы должны быть доступны на нужном языке.

3. Адаптировать перевод под целевую страну. Это означает, что необходимо учесть особенности языка, такие как склонение и спряжение слов, а также такие факторы, как стандарты и правила, связанные с целевой страной. Также следует проверить соответствие символов, изображений и цветовых комбинаций культуре аудитории (словоформы, дополнительные стандарты, проверка допустимости символов, изображений, цветовых комбинаций и т.п. в культуре аудитории).

В Америке, Канаде и Германии существуют программы подготовки специалистов, которые работают с локализацией сайтов. В их обязанности входит владение не только навыками перевода, но и знаниями информационных технологий.

Многие компании часто вкладывают значительные ресурсы в адаптацию своих веб-сайтов, применяя различные методы для обеспечения локализации. Этот метод помогает создать хороший продукт, который учитывает не только психологию пользователей, но и их навыки работы с компьютером, образование, языковые навыки и культурные особенности целевой аудитории.

Когда компания стремится достичь успеха на международном уровне, важно учитывать, что предпочтения и ожидания пользователей в разных странах существенно отличаются. Культурные различия, языковые особенности и технический уровень восприятия информации – все это факторы, влияющие на взаимодействие пользователей с веб-сайтом компании. Очень важно учитывать все эти факты при переводе. Перевод при локализации сайта можно разделить на:

1. Ручной (перевод полностью выполняется переводчиком или группой переводчиков).

2. Полуавтоматизированный (специальная программа производит анализ кода, далее при необходимости переводится список языковых констант локализатором приложений).

3. Автоматизированный (программа выполняет анализ и перевод).

Исследования показывают, что при локализации необходимо учитывать не только простой перевод отдельных элементов, но и другие аспекты. Локализация включает в себя не только перевод исходных материалов, но и обеспечение правильной работы всей системы на новом языке и в новом интерфейсе. Иногда это может потребовать полной переработки и тестирования продукта. Рассмотрим наиболее распространенные трудности, которые возникают при локализации, связанные с переводом.

1. Технические:

1.1. Объем текста оригинала и объем переведенного текста часто не совпадают, что влечет за собой изменения размеров, расположения и выравнивания элементов интерфейса.

Пример: фраза «*Rotate 90° CCW*» при переводе значительно увеличивается – «*Повернуть на 90° против часовой стрелки*».

Во время перевода с английского языка на русский количество текста может увеличиться в 1,5 раза. Также стоит учитывать, что в арабском языке или иврите, например, написание текста осуществляется справа налево; в японском языке текст читается сверху вниз, в столбик, а строки пишутся справа налево. При ориентации на аудиторию западноевропейских стран следует учитывать, что самый важный элемент должен быть расположен в левом верхнем углу интерфейса. В Израиле, странах Восточной Азии и странах арабского мира, наоборот, важный элемент будет находиться в правом верхнем углу.

1.2. Избыточная локализация. При адаптации сайта необходимо учитывать, что избыточная локализация может вызвать проблемы в работе всего веб-приложения. Например, при взаимодействии с *Microsoft Word*, разработчик приложения будет ориентироваться на название редактора (*Microsoft Word*) в строке заголовка, в то время как локализатор может перевести его как «Слово Microsoft». В результате возникают проблемы с функциональностью приложения. Поэтому важно обеспечить точность и соответствие перевода при локализации сайта.

1.3. Работа программы с тем или иным алфавитом. На этом этапе важно обеспечить правильную сортировку, ввод текста, наличие орфографических словарей, правил переноса и т.п.

2. Лингвистические:

2.1. Отсутствие контекста. Перевод связанных текстов не является трудностью для переводчика. Перевод названия отдельных элементов: название окна, всплывающая подсказка, заставка – все эти элементы создаются из изначально заданных многозначных слов и словосочетаний, что в свою очередь вызывает трудности понимания у переводчика, в каком контексте стоит употребить слово или фразу.

Пример: *picture* – *Рис. или кадр, line* – *линия или строка*. Когда один термин имеет несколько вариантов перевода в программе, переводчику необходимо обратиться к заказчику для пояснений.

2.2. Работа с формами слов – это важный аспект при переводе сказуемого, подлежащего и числительного. Сказуемое зависит от числа и рода подлежащего. Например, при переводе фразы «*File was updated/files were updated*» на русский язык, мы можем использовать следующие варианты: «файл был обновлен/файлы были обновлены» или «файл был обновлен/файлы были обновлены».

Также, при переводе фразы «*1 page printed, X pages printed*», мы можем получить различные варианты в зависимости от числа: «распечатана 1 страница, распечатаны 3 страницы, распечатано 10 страниц». Важно учесть эти особенности при переводе текстов для достижения точного и грамматически правильного результата.

2.3. Терминология. В процессе локализации переводчики нередко сталкиваются с переводом терминов, у которых нет эквивалента в языке перевода. Из-за отсутствия устоявшихся терминов в русском языке, связанных с компьютерными технологиями, процесс локализации сталкивается с определенными трудностями. Это связано с необходимостью использования околокомпьютерной лексики, которая не всегда имеет устоявшиеся эквиваленты в русском языке. В попытке унифицировать и стандартизировать перевод технической терминологии, компания Microsoft создала известный многоязычный словарь терминов, который является одной из крупнейших терминологических баз данных. Однако следует отметить, что не всегда существуют единые стандартизированные варианты перевода каждого термина.

Пример: термин Windows «*обозреватель*» обозначает «*браузер*».

3. Культурологические:

3.1. Работа переводчика включает в себя учет национального менталитета и особенностей каждой культуры. Например, при переводе цветовых решений важно учитывать разные системы светофора в разных странах. В России, Англии и странах Европы используется система с красным, желтым и зеленым цветами, в то время как в США используется красный, оранжевый и зеленый. В Японии же применяется система с красным, оранжевым и голубым. Кроме того, цвета могут иметь разное символическое значение в разных культурах. Например, в Западной Европе красный цвет ассоциируется с опасностью, белый – с чистотой, а черный – с мраком. В Азии красный цвет символизирует радость, белый – траур, а черный – счастье. В арабских странах зеленый цвет считается священным.

3.2. Важно учитывать звуковые элементы на сайтах и в приложениях. Например, один и тот же звуковой сигнал может иметь разное значение в разных культурах. В США он может означать ошибку, в то время как в азиатских странах может восприниматься как неуважение к коллегам. Поэтому переводчику необходимо учитывать эти нюансы при работе со звуками.

3.3. Графика. Нередко при локализации сайта требуется перерисовка графических элементов, которые будут соответствовать реалиям другой культуры. Например, дорожные знаки выглядят в разных странах по-разному.

3.4. Формат написания некоторых элементов. Например, почтовый адрес, дата, время могут отличаться в разных странах: в Великобритании соблюдается следующий порядок – номер дома, улица, город, индекс, страна; в России – улица, номер дома, город, страна, индекс.

В современной разработке приложений стандартизация терминологии в пользовательском интерфейсе является неотъемлемой частью процесса создания качественного продукта. Определение и использование единообразных терминов и фразеологии позволяет обеспечить понятность и согласованность взаимодействия пользователя с интерфейсом. Более того, руководство по стилю и оформлению может детально описывать

предпочтительные языковые обороты, помогая создать когерентный и последовательный пользовательский опыт.

Предоставление разработчиком готового глоссария может эффективно решить многие проблемы, связанные с переводом и обеспечить согласованное использование рекомендованной терминологии. В данном случае, при адаптации сайта или приложения, возможны два подхода. Первый – предварительный перевод глоссария и строгий контроль над использованием определенной лексики. Это позволяет обеспечить единообразие и точность перевода. Однако, если глоссарий не предоставлен, процесс локализации может стать итеративным. Это означает, что после завершения перевода отдельных компонентов, может потребоваться дополнительное согласование терминологии и стилистики.

Важно также учесть согласование текстов справочных систем и часто задаваемых вопросов (FAQ) в процессе локализации. Это поможет обеспечить полноту и понятность информации для пользователей на целевом языке.

Данные примеры проблем, связанных с переводом и локализацией веб-сайтов, демонстрируют сложность и трудоемкость этого процесса. Он включает в себя перевод текстовых файлов, адаптацию информации с учетом особенностей конкретного рынка и менталитета целевой аудитории, а также адаптацию графического интерфейса и кода сайта, включая меню, кнопки, оптимизацию для поисковых систем и другие аспекты.

Современный профессиональный переводчик должен обладать не только навыками перевода, но и знаниями в области информационных технологий, умением использовать IT-инструменты в своей работе. Владение такими навыками и умениями обеспечивает конкурентоспособность переводчика на рынке переводческих услуг. Исследования рынка товаров и услуг показывают, что с каждым годом растет потребность в таких специалистах.

Список использованных источников

1. Алипичев, А. Ю. Специфические возможности дисциплины «Теория перевода» для формирования профессионально важных качеств переводчиков в сфере профессиональной коммуникации / А. Ю. Алипичев // Взаимодействие языков и культур: Материалы докладов VII Международной научной конференции, посвященной 70-летию со дня рождения профессора В.П. Коровушкина, Череповец, 16–18 октября 2019 года. – Череповец: Череповецкий государственный университет, 2019. – С. 7-20. – EDN IKNYSI.

2. Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М. – 1990. – С. 136-137.

3. Атабекова, А. А. Лингвистический дизайн Web-страниц: Сопоставит. анализ яз. оформления англо- и русскояз. Web-страниц: Монография / А. А. Атабекова. – Москва: Изд-во Рос. ун-та дружбы народов. – 2003 (Тип. ИПК РУДН). – 200 с.

4. Введение в глобализацию // Localization Industry Standards Association: official website [Электронный ресурс]. – 2003. – URL: <http://web.archive.org/web/20030205150251/http://www.lisa.org/> (дата обращения: 10.09.2023)

5. Кашкина, Е. В. Особенности перевода как этапа локализации / Е. В. Кашкина, Т. В. Гиляровская // Лингвистика и вызовы современной парадигмы общественных отношений: междисциплинарное, межкультурное, межъязыковое взаимодействие: Материалы международного лингвистического форума, Воронеж, 24–28 ноября 2021 года / Под редакцией О. О. Борискиной. Том Часть 1. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2022. – С. 228-237. – EDN WBVLHI.
6. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учебник / В. Н. Комиссаров. – Москва: Высш.шк. – 1990. – 253 с.
7. Паршин, А. А. Учебное пособие для студентов лингвистических факультетов ВУЗов / А. А. Паршин. – Изд. СГУ, Русский язык. – 2000. – 205 с.
8. Прохоров, Ю. Е. Действительность. Текст. Дискурс / Ю.Е. Прохоров. – М.: Флинта; наука, 2004. – 222 с.
9. Савелова, Ю. К. Локализация сайта с точки зрения межкультурной коммуникации / Ю. К. Савелова // Научные труды магистрантов и аспирантов Нижневартковского государственного университета / Отв. ред. – А. В. Коричко. Том Выпуск 14. – Нижневартковск: Нижневартковский государственный университет, 2017. – С. 103-107. – EDN ZTYUDT.
10. Bert Esselink., Shiera O'Brien. A Practical Guide to Localization. Language International World Directory / Arjen-Sjoerd de Vries. – John Benjamins Publishing. – 2000. – 497 p.

УДК 372.881.111.1

ФОРМИРОВАНИЕ НАВЫКОВ ВЫПОЛНЕНИЯ ПРЕЗЕНТАЦИЙ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ В ПРОЦЕССЕ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Новикова Елена Владимировна

кандидат филологических наук, доцент, кафедра иностранных языков,
Омский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина,
г. Омск, Россия, evl.novikova@omgau.org

Евтугова Наталья Николаевна

кандидат филологических наук, доцент, кафедра лингвистики и перевода,
Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского,
г. Омск, Россия, natane2005@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы формирования навыков презентации у обучающихся неязыкового вуза в процессе изучения иностранного языка на разных этапах образования. Выполнение электронной презентации на уровне бакалавриата ориентировано на расширение лексического запаса и знакомство с культурой страны изучаемого языка. При подготовке магистрантов предусмотрена презентация портфолио, направленного на формирование навыков профессионально-ориентированного общения. Обучающиеся в аспирантуре готовят презентацию своей научной работы на иностранном языке, демонстрируя готовность к межкультурной коммуникации в научной сфере. На каждом образовательном этапе предъявляются требования к данному виду работы, соответствующие уровню языковой подготовки. Анализ выполненных презентаций позволяет сделать вывод,