

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>
World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2023, Том 14, № 4 / 2023, Vol. 14, Iss. 4 <https://sfk-mn.ru/issue-4-2023.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/36FLSK423.pdf>

5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Шеповский, О. Е. Локализация в процессе создания многоязычного веб-ресурса / О. Е. Шеповский // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2023. — Т. 14. — № 4. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/36FLSK423.pdf>

For citation:

Shepovskii O.E. Localization in the process of creation of a multilingual web resource. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*. 2023; 14(4): 36FLSK423. Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/36FLSK423.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

УДК 81'25:004.738.5

Шеповский Олег Евгеньевич

ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет», Волгоград, Россия

Аспирант, ассистент

E-mail: o.shepovskiy@volsu.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4155-622X>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=1152326

Локализация в процессе создания многоязычного веб-ресурса

Аннотация. Данная научная статья является частью диссертационного исследования. В статье рассматривается лингвистическая сторона процесса локализации туристического веб-портала. Для выявления лингвистических задач внутриязыковой локализации проведен и описан сопоставительный анализ языкового материала, взятого из американской и британской версий веб-портала Booking.com. С целью уточнения полученных выводов и установления общих и специфических закономерностей лингвистической стороны внутри- и межъязыковой локализации далее в рамках исследования был проведен сопоставительный анализ двух англоязычных версий с немецкой и русской языковыми версиями. В результате сопоставительного анализа автором были определены основные лингвистические задачи локализации и вытекающие из них лингвистические процедуры: адаптация лексического аппарата (подбор наиболее соответствующей восприятию получателя лексики); грамматическая адаптация (морфология и синтаксис); культурная адаптация (форматы дат, единицы времени). В ходе анализа отличий в перечне лингвистических процедур для внутри- и межъязыковой локализации обнаружено не было, тем не менее характер этих процедур оказался во многом отличен для межъязыковой локализации. В случае межъязыковой локализации адаптация лексического аппарата включает в себя не просто замену лексических единиц их прямыми соответствиями, так как в отличие от внутриязыковой локализации все лексические единицы так или иначе заменяются соответствующими им в языке перевода, а в первую очередь лексико-семантические трансформации, которые преобразуют прямые лексические соответствия в лексическо-семантическое выражение, предельно соответствующее восприятию его получателя. Если при внутриязыковой локализации значимую часть грамматической адаптации составляют морфологические изменения, связанные с различиями в написании некоторых слов, то в случае межъязыковой локализации она преимущественно сводится к преобразованию синтаксических структур для обеспечения соответствия синтаксиса предложений нормам языка перевода.

Установлено, культурная адаптация в случае межъязыковой локализации помимо изменения формы (что характерно для внутриязыковой локализации) во многих случаях включает и изменение семантического компонента, достигаемое посредством нейтрализации, экспликации или доместикации семантического компонента исходной лексической единицы.

Ключевые слова: глобализация; локализация; интернационализация; перевод; перевод веб-контента; адаптация; культурная адаптация; переводоведение

Введение

Данная научная статья является частью диссертационного исследования, посвященного глобализации текста в мультимедийном пространстве. Создание многоязычного веб-ресурса представляет собой сложный процесс, вовлекающий множество специалистов из различных сфер профессиональной деятельности. Среди них менеджеры проектов, инженеры, программисты, большое количество переводчиков с разными парами языков, редакторы, каждый из которых должен владеть хотя бы одним из целевого и исходного языка, корректоры, копирайтеры, верстальщики, тестировщики. С целью систематизации работы над подобными комплексными переводческими проектами в практике перевода возникло новое направление переводческой деятельности «GILT processes — Globalization, internationalization, localization, translation» (процессы глобализации, интернационализации, локализации и перевода). Основным компонентом здесь выступает локализация.

Значимый вклад в разработку терминологии индустрии GILT был внесен ассоциацией стандартов индустрии локализации (LISA — the Localization Industry Standards Association), образованной в 1990 году и просуществовавшей до 2011 года. На данный момент стандарты, разработанные LISA, размещены на сайте другой организации — ассоциации глобализации и локализации (GALA — The Globalization and Localization Association).¹

В ассоциации стандартов индустрии локализации глобализация понимается как широкий спектр технических, а также бизнес-процессов, необходимых для подготовки продукта к выходу на международный рынок.

В соответствии с определением LISA локализация представляет собой процесс адаптации продукта или контента к использованию в конкретном регионе и на конкретном языке, а перевод является лишь частью процесса локализации. Помимо перевода, локализация также может включать: адаптацию графики к целевым рынкам, изменение контента в соответствии со вкусами и привычками пользователей других рынков, адаптацию дизайна и макета для правильного отображения переведенного текста, преобразование валюты, единиц измерения, форматов дат, адресов и телефонных номеров, изменения, связанные с требованиями законодательства конкретного региона.

В современных исследованиях часто отмечают, что локализация может производиться не только над текстом на исходном языке для использования его в ином лингвотопе, но и над уже переведенным текстом. В частности, на это указывает И.В. Сулейманова в своей работе «Локализация и перевод» [1, с. 20].

На возможность внутриязыковой локализации (с английского на английский) в статье *Localization of website verbal content into english as a marketing strategy* указывает И.Д. Волкова, при этом, по мнению автора, основные отличия локализованных версий от оригинала состоят преимущественно в замене географических маркеров. И.Д. Волкова отмечает, что перевод на

¹ GALA — Globalization and Localization Association: [сайт]. — 2020. — URL: <https://www.gala-global.org/industry/introduction-language-services> (дата обращения 03.12.2023).

английский с английского или других языков часто соотносится с термином *интернационализация* [2].

Интернационализацию LISA определяет как процесс генерализации продукта с целью сделать возможным его адаптацию к конкретным языкам и регионам без необходимости внесения изменений в его исходный код. Интернационализация производится на этапе создания продукта (подробнее об интернационализации см. [3]).

Э. Пим рассматривает интернационализацию преимущественно как промежуточную версию между оригинальным продуктом и локализованным. В своей статье «Локализация и Лингвистика» (Localization and linguistics) он пишет, что создание промежуточной версии продукта значительно сокращает затраты на локализацию, так как большая часть наиболее тяжелой работы производится лишь один раз [4].

В другой работе Э. Пим утверждает, что интернационализированным может считаться не только текст, преобразованный из ИТ путем удаления локальных черт, но и сам исходный текст, при условии контроля используемых языковых средств, другими словами, это текст, изначально созданный таким образом, чтобы упростить его локализацию на другие языки [5].

В работе «Практическое руководство по локализации» Эсселинк Берт отмечает, что с позиции переводоведения локализация не является исключительно лингвистической задачей, и также включает ряд технических задач. Лингвистическая сторона в первую очередь состоит в передаче текста наиболее естественным для языка перевода образом, то есть так, чтобы сделать перевод лингвистически и культурологически приемлемым для рынка, на котором будет распространяться локализованный продукт [6].

Исходя из определений процессов локализации и интернационализации, их задачи можно условно разделить на лингвистические и экстралингвистические (преимущественно технического спектра). Цель данного исследования — определить и описать лингвистические задачи процесса локализации веб-контента.

Методы

Для изучения лингвистической стороны процесса локализации языкового материала многоязычного веб-ресурса был проведен сопоставительный анализ нескольких национальных языковых версий веб-портала Booking.com. Портал является системой интернет-бронирования отелей. Сайт предлагает 45 языковых версий, из них две представлены на английском (британский и американский варианты). На данный момент она принадлежит американской компании Booking Holdings NASDAQ: BKNG, поэтому в дальнейшем в качестве оригинальной будет рассматриваться именно версия для США.

С целью создания более ясной картины лексических и грамматических изменений, вносимых в языковой материал веб-сайта при создании его локальной версии, был сделан акцент на сопоставительном анализе двух англоязычных версий сайта Booking.com, американской и британской. Для обобщения, а также расширения полученных результатов дополнительно был проведен сопоставительный анализ англоязычных версий с другими локализованными версиями сайта на немецком и русском языках.

Результаты

В ходе сопоставления британской и американской версий был обнаружен ряд отличий на лексическом уровне.

В частности, в двух версиях используются разные лексические единицы для обозначения лексемы отпуск/каникулы (рисунок). Vacation в американской и Holiday в британской, заметим, данная лексема встречается на сайте неоднократно и во всех случаях используются соответствующие варианту языка единицы.

Некоторые отличия между британской и американской версиями присутствуют в наименовании оценок:

Таблица 1

Наименование оценок отличия между британской и американской версиями

Значение в рейтинге	Американская версия	Британская версия
От 9,5 до 10	Exceptional	Exceptional
От 9 до 9,5	Wonderful	Superb
От 8,5 до 9	Excellent	Fabulous
От 8 до 8,5	Very Good	Very good
От 7 до 8	Good	Good
От 6 до 7	Pleasant	Pleasant

Составлено автором

Как показано в таблице 1, часть оценок совпадают в обеих англоязычных версиях, тем не менее также наблюдаются и некоторые расхождения в наименовании верхних значений рейтинга. Для передачи рейтинга от 9 до 9,5 в лексическом выражении в американской версии используется слово Wonderful, в то время как в британской, предпочтительней оказалось использовать слово Superb. Оба слова являются синонимами и употребляются как в американском, так и в британском варианте английского языка, однако слова superb, взятое из британской версии сайта, является более редкоупотребимым в сравнении со словом Wonderful. Аналогичная ситуация наблюдается и для обозначения рейтинга от 8,5 до 9. В британской версии использовано слово Fabulous, в американской, в свою очередь, — слово Excelent. Также как и в прошлом случае, здесь для американской версии подобран более широкоупотребимый вариант.²

Некоторые лексические отличия обнаружены нами между американской и британской версией сайта в предлагаемых пользователю поисковых фильтрах.

В фильтре по типу размещения различаются некоторые наименования видов жилья. В частности, апартаменты в американской версии представлен как condo hotel, а в британской как aparthotel. Оба выражения обозначают многоквартирные дома, квартиры в которых сдаются аналогично комнатам в отеле.³ При этом имеются и некоторые отличия в их значении. Прежде всего стоит отметить, что среди типов размещения в обеих версиях отдельно присутствуют Apartments и Condos. Condo является сокращением от слова condominium, которое в американском английском обозначает форму владения недвижимостью, при которой каждый из собственников какого-либо здания или территории владеет частью этой недвижимости и является совладельцем общих частей этого имущества.⁴ Слово Apartment не обладает таким

² Excellent // Collins Dictionaries: [сайт]. — 2023. — URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/excellent> (дата обращения 03.12.2023).

³ Definitions for aparthotel // Definitions.net: [сайт]. — 2023. — URL: <https://www.definitions.net/definition/aparthotel> (дата обращения 03.12.2023).

Definitions for condo hotel // Definitions.net: [сайт]. — 2023. — URL: <https://www.definitions.net/definition/condo+hotel> (дата обращения 03.12.2023).

⁴ Condominium // Collins Dictionaries: [сайт]. — 2023. — URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/condominium#:~:text=condominium%20in%20American%20English&text=territory%20so%20ruled-.2..b> (дата обращения 03.12.2023).

значением и обычно обозначает квартиру или апартаменты. Примечательно, что для русской версии сайта Apartments перевели именно как «Апартаменты/квартиры».

В том же фильтре можно заметить и другие отличия. Там, где для британской версии используется выражение *Holiday parks*, в американской можно увидеть *Resort Villages*. В русской версии тот же тип жилья обозначают как «Комплексы для отдыха». Выражение *Holiday parks* содержит в себе лексический компонент *Holiday*, слово, которое является более свойственным для британского английского. *Resort Villages*, в свою очередь, не содержит в себе специфических для американского варианта языка элементов и может быть понято как британцем так и американцем.

Кроме того, в американской и британской версиях разными лексическими единицами обозначаются кемпинги. *Campgrounds* для американской версии и *Campsites* для британской. Оба слова имеют идентичное значения и каждое относится к соответствующему версии сайта варианту английского языка.⁵

В фильтре «удобства» в одном из пунктов также обнаруживается расхождение. В американской версии он именован *Pet friendly*. В британской тот же пункт обозначается как *Pets allowed*. В данном случае оба выражения являются общими для обоих вариантов английского языка, однако в британской версии использовано более понятное и однозначное словосочетание.

В следующем фильтре «удобства в комнате» вновь можно заметить лексические отличия американской и британской версии. В британской версии для обозначения пункта со значением «ванна» используется *bath*, в американской версии в том же месте используется слово *bathtub*, которое является более распространённым именно для американского варианта языка. В том же фильтре имеется и другой схожий пример: *Spa bath* в британской версии и *Spa tub* в американской.

В двух англоязычных версиях также различаются слова *Rental* в американской версии и *hire* в британской. При этом слова *rental* в британской версии также можно обнаружить (рисунок), однако в большинстве случаев оно заменено на *hire* (рисунок). Электронный словарь английского языка *Collins Dictionary* указывает на то, что *hire* и *rent* имеет одинаковое значение, когда речь идет о краткосрочной аренде, и в этом случае *rent* оказывается предпочтительней для американского варианта английского языка, а *hire* — в свою очередь для британского. В случае долгосрочной аренды для обоих вариантов предпочтительней использовать слово *rent*.

В британской и американской версии также различаются слова, используемые для обозначения метро. В американской версии используется *Subway*, а в британской *Metro*. Согласно словарю *Oxford Learner's Dictionaries*, метро обычно называют *underground* (часто *Underground*) в британском варианте английского и *subway* в североамериканском. Носители британского английского также используют *subway* для обозначения систем в американских городах и *metro* для систем в других европейских странах.

Еще один пример различий британской и американской версий на лексическом уровне был обнаружен в следующих предложениях:

Search deals on hotels, homes, and much more... (американская версия)

Search low prices on hotels, homes and much more... (британская версия)

⁵ *Campsite* // *Oxford Learner's Dictionaries*: [сайт]. — 2023. — URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/campsite> (дата обращения 03.12.2023).

Слово *deal* как в британском, так и в американском варианте английского языка может означать низкую цену или выгодную сделку (обычно в сочетаниях типа: *good deal, great deal*)⁶, поэтому данные предложения являются эквивалентными, но следует уточнить: в британской версии подобран более нейтральный и понятный особенно для не англоговорящих пользователей вариант — *low price*.

Для передачи значения «трансфер» в британской и американской версиях используются разные лексические единицы. В американской версии это значение передано словом *transportation*, которое согласно словарю Collins Dictionary применяется в значении перевозки людей и товаров на машине преимущественно в США. В британской версии для реализации того же значения используется слово *transfer*, имеющее аналогичное значение и ставшее интернациональным, что подтверждается его использованием в некоторых других языковых версиях (ср.: рус. — *трансфер*, нем. — *Flughafentransfer*).

В ходе анализа нами также выявлены некоторые отличия между британской и американской версии *Booking.com* на грамматическом уровне. Преимущественно такие отличия связаны с расхождениями в написании некоторых слов в британском и американском варианте английского языка. Некоторые подобные случаи, обнаруженные в ходе сопоставительного анализа британской и американской версий сайта *Booking.com*, представлены в таблице 2.

Таблица 2

Отличия между британской и американской версии *Booking.com* на грамматическом уровне

Американская версия	Британская версия	Перевод на русский
center	centre	центр
Neighborhood	Neighbourhood	соседство
travelers	travellers	путешественники
Log-in	login	войти
start-up	startup	стартап
cozy	cosy	уютный

Составлено автором

Кроме того, в британской и американской версиях в некоторых случаях может отличаться использование некоторых временных форм. В следующем примере можно заметить, что в американской версии используется простое настоящее время, тогда как в британской версии используется настоящее совершенное.

Once you've found your perfect stay, a few clicks are all it takes. (британская версия)

When you find your perfect stay, a few clicks are all it takes. (американская версия)

Также были обнаружены некоторые отличия в пунктуации между британской и американской версиями. Например:

Save money on tickets for top sights, tours, and experiences with a Getaway Deal. (американская версия)

Save money on tickets for top sights, tours and experiences with a Getaway Deal. (британская версия)

⁶ Meaning of deal in English // Cambridge Dictionary: [сайт]. — 2023. — URL: <https://dictionary.cambridge.org/about.html> (дата обращения 03.12.2023).

В данном примере в американской версии присутствует серийная запятая, также известная как «оксфордская запятая» (Oxford comma). Она ставится в конце перечисления перед союзом and и не является обязательной, тем не менее на данный момент заметно чаще рекомендуется к употреблению именно американскими издательствами.⁷ Во втором примере в британской версии запятая используется для отделения дополнительной информации.

В британской и американской версиях используются разные форматы представления дат. В американской версии даты представлены в свойственном для американского варианта английского языка формате: Fri, Aug 11. Британская, как и другие языковые версии, предлагает пользователю более привычный для Европы формат: Fri, 11 Aug. (*ср. нем.: Fr., 11. Aug; рус: пт, 11 авг.*).

Аналогичным образом обстоит ситуация и с используемыми в разных версиях форматами времени. В американской версии используется характерный как для американского, так и для британского варианта языка двенадцатичасовой формат времени: 10:00 AM. В британской версии, как и в других языковых версиях, используется более широко распространённый двадцатичетырёхчасовой формат: 19:00.

Следует отметить, что в американской и британской версии используются одинаковые единицы измерения расстояния. В обеих англоязычных версиях, как и в версиях на других языках, используются километры для измерения расстояния и квадратные метры для измерения площади.

Таким образом, в результате анализа американской и британской версий удалось установить, что основные отличия между этими двумя локальными версиями обнаруживаются на лексическом уровне. Отличия в используемых лексических средствах обусловлены преимущественно лексическими различиями двух вариантов английского языка, соответствующих локализованным версиям веб-сайта, тем не менее в ряде случаев в британской версии были подобраны более нейтральные и универсальные языковые средства, что косвенно указывает на то, что британская версия могла выступать в качестве предлокализационной. Некоторые другие отличия между версиями были обнаружены на грамматическом уровне. Среди них морфологические различия в написании отдельных слов, обусловленные отличиями британского и американского вариантов английского языка; а также многочисленные отличия в использовании грамматических времен и пунктуации.

Необходимо заметить, что подобные выводы могут оказаться актуальными лишь для описываемого случая локализации на другой вариант того же языка. Для достижения более объективных результатов считаем необходимым рассмотреть изменения лингвистического характера, возникающие в ходе перевода на другие языки. Обратившись к разделу «О нас» сайта Booking.com можно обнаружить некоторые отличия между локальными версиями. Рассмотрим четыре языковые версии. В тексте о компании Booking имеется следующее предложение:

*Part of Booking Holdings Inc. (NASDAQ: BKNG), Booking.com's mission is to **make it easier for everyone to experience the world.** (британская и американская версии)*

*Als Teil der Booking Holdings Inc. (NASDAQ: BKNG), hat sich Booking.com zum Ziel gesetzt, **es für alle einfacher zu machen, die Welt zu entdecken.** (немецкая версия)*

*Миссия Booking.com, подразделения Booking Holdings Inc. (NASDAQ: BKNG), — **делать путешествия доступными каждому.** (русская версия)*

⁷ What is the Oxford Comma? // Oxford Royale: [сайт]. — 2023. — URL: <https://www.oxford-royale.com/articles/oxford-comma/> (дата обращения 03.12.2023).

В британской и американской версиях данное предложение полностью совпадает. В немецкой версии то же предложение, несмотря на отличающийся синтаксис, свойственный немецкому языку, с точки зрения семантики совпадает с соответствующим предложением в британской и американской версиях. Кроме того, лексические средства в этом предложении являются эквивалентными используемым в англоязычных версиях. Более значительное отличие можно обнаружить в версии, созданной для российского рынка. Миссия компании отличается от заявленной в других версиях:

...make it easier for everyone to experience the world. (дословно: сделать так, чтобы каждому было легче познавать мир)

...делать путешествия доступными каждому.

Выражение *Make it easy* указывает на стремление компании упростить процесс бронирования жилья и некоторые другие трудности, связанные с путешествиями. В русской версии используется выражение *делать доступным*, которое в первую очередь указывает на желание предоставить пользователям ресурса возможность путешествовать независимо от их благосостояния. Таким образом, английская версия устанавливает своей миссией предоставление удобного сервиса, в то время как русская концентрирует внимание на поиске дешевых предложений. Вопрос, мотивировано ли такое изменение маркетинговыми задачами или стало результатом переводческой ошибки, является дискуссионным, однако денотативно оба выражения указывают на желание помочь клиентам, что делает их функционально эквивалентными.

Последующий текст развивает идею, заложенную в миссию компании в англоязычной версии. В русской версии остальная часть текста преимущественно соответствует англоязычной структурно и семантически. Таким образом, русский текст далее развивает оригинальную идею упрощения путешествий, а не идею их доступности, предложенную ранее в русской версии:

...технологии, которые помогают путешествовать без хлопот, ...

Куда бы вы ни отправились и чем бы ни захотели заняться, Booking.com поможет вам в этом.

По этой причине в тексте возникает несоответствие, текст не развивает объявленную в начале идею, что, пусть и значительно, затрудняет его понимание и усложняет восприятие.

Некоторые следы лингвистической локализации можно найти в следующем после «О нас» блоке на той же странице «Что предлагает Booking.com?»:

*And with our promise to **price match**, you can rest assured that you're always getting a great deal.*

Если найдете дешевле, мы вернем разницу в стоимости — вы всегда остаетесь в выигрыше.

Выражение *price match* обозначает политику компании, при которой она продает свои товары и услуги по цене, заявленной конкурентами или ниже.⁸ В русской версии сайта данное выражение было эксплицировано при помощи часто используемого рекламного слогана (найдете дешевле, вернем разницу), описывающего схожую ценовую политику. Отметим, в англоязычной версии отсутствует заявление о возврате разницы в стоимости и просто

⁸ Price match // WordSense Dictionary: [сайт]. — 2023. — URL: https://www.wordsense.eu/price_match/ (дата обращения 03.12.2023).

гарантируется самая низкая цена. В немецкой версии аналогично русской использовалась экспликация, однако возврат разницы в ней не гарантируется:

Wir ziehen mit günstigeren Angeboten gleich, so können Sie sich sicher sein, dass Sie immer den besten Preis bekommen.

Рассмотрим другое предложение в том же блоке:

*Whether you want to stay in a chic city apartment, a luxury beach resort, or a cozy **B&B** in the countryside, Booking.com **gives** you amazing diversity and **variety** of choice — all in one place. (американская версия)*

*Whether you want to stay in a chic city apartment, a luxury beach resort or a cosy **B&B** in the countryside, Booking.com **provides** you with amazing diversity and **breadth** of choice — all in one place. (британская версия)*

На Booking.com можно забронировать самые разнообразные варианты проживания: от стильных городских квартир и уютных загородных мини-гостиниц до роскошных курортных отелей на пляже. (русская версия)

*Ob Sie in einem schicken Stadtapartment, einem Luxusresort am Strand oder einem gemütlichen **Bed & Breakfast** auf dem Land übernachten wollen, Booking.com bietet Ihnen eine unglaubliche Vielfalt und Auswahl an Unterkünften, alle auf einer Webseite. (немецкая версия)*

Сравнив данное предложение в британской и американской версии сайта Booking.com, можно заметить, что, несмотря на некоторые лексические и грамматические отличия, о которых мы уже упоминали ранее, структурно и семантически эти два предложения полностью соответствуют друг другу. В русской версии обнаруживаются некоторые отличия от англоязычных версий. Нетрудно заметить, что структура русского предложения изменилась: две части предложения поменяли местами. Главное предложение *Booking.com provides you with amazing diversity and breadth of choice — all in one place* (*Booking.com предлагает вам удивительное разнообразие и широту выбора — все в одном месте*) было значительно сокращено, удален фрагмент (*all in one place*). Семантическое содержание предложения также подверглось несильным изменениям, от «Какое жилье вы бы ни хотели, Booking.com предложит большой выбор» до «Booking.com предлагает большой выбор жилья». Кроме того, можно обнаружить различия и на лексическом уровне. Название формата небольших гостиниц «B&B» (*Bed & Breakfast*) было эксплицитировано до «уютных загородных мини-гостиниц». В немецкой версии оригинальное название таких отелей решили сохранить, развернув аббревиатуру «B&B» до «*Bed & Breakfast*». В остальном, несмотря на заметное увеличение объема, связанное с особенностями немецкого языка, данный текст в немецкой версии практически полностью эквивалентен англоязычным версиям и не содержит структурных изменений.

Рассмотрим другой отрывок:

At Booking.com, every reservation is instantly confirmed. When you find your perfect stay, a few clicks are all it takes. (американская версия)

At Booking.com, every reservation is instantly confirmed. Once you've found your perfect stay, a few clicks are all it takes. (британская версия)

Бронирования Booking.com подтверждаются автоматически и мгновенно. Чтобы забронировать вариант, который пришелся вам по душе, нужно всего несколько действий. (русская версия)

Bei Booking.com ist jede Buchung sofort bestätigt. Sobald Sie Ihre perfekte Unterkunft gefunden haben, ist sie in wenigen Klicks gebucht. (немецкая версия)

При сопоставлении британской и американской версий, как и в прошлом примере, обнаруживаются некоторые различия на уровне лексики (Once — When) и на уровне грамматики, рассмотренные ранее (использование грамматических времен). Изучив то же предложение в русской версии, отмечаем явное увеличение объема в противовес прошлому примеру, где текст был сокращен при переводе. Во-первых, можно заметить, что в русской версии было внесено уточнение посредством добавления слова «автоматически». Во-вторых, фраза *Once you've found your perfect stay* была развернута при помощи модуляции до «*Чтобы забронировать вариант, который пришелся вам по душе*». Кроме того, в последней части предложения в русской версии была использована лексическая замена. Слово *clicks* было генерализовано до «действий». Стоит отметить, что в русском языке имеется выражение «Сделать что-то в пару кликов», которое обеспечило бы в данном случае сохранение близости к оригиналу. В немецкой версии текст отличается от соответствующего ему в англоязычных версиях исключительно синтаксической структурой предложений. Данное различие обусловлено особенностями построения предложений в немецком языке, а именно смысловая часть сказуемого, которая в ряде случаев помещается в конец предложения.

Еще одно изменение в ходе локализации на лексическом уровне можно обнаружить в заголовке следующего абзаца:

24/7 support. (британская и американская версии)

Круглосуточная поддержка. (русская версия)

Rund um die Uhr verfügbarer Support. (немецкая версия)

Сокращение «24/7» в русской версии было эксплицировано и выражено лексическими средствами «Круглосуточная». Похожим образом поступили переводчики в немецкой версии, но в качестве эквивалента было подобрано довольно длинное выражение «*Rund um die Uhr*» с добавлением «*verfügbarer*» (доступный).

Таким образом, наибольшее количество изменений было обнаружено в русской локализованной версии. Большинство изменений в русской версии связаны с синтаксической структурой предложений и отдельных абзацев. Кроме того, выявлен ряд семантических изменений, часть из которых могла быть вызвана переводческими ошибками, также был обнаружен ряд лексических изменений: в немецкой версии преобладали изменения на уровне лексики и семантики, а также присутствовали некоторые отличия от англоязычных версий на уровне синтаксиса, обусловленные преимущественно грамматикой немецкого языка. На данном этапе исследования мы можем предположить, что объем расхождений оригинального и локализованного текста напрямую зависит от степени родства языков. Так, для придания естественности тексту, переведенному с английского на немецкий язык, требуется меньшее количество операций, благодаря большему объему общей лексики и сходству в построении предложений, чем в случае перевода с английского на русский.

Обсуждение

Сопоставительный анализ британской и американской версий сайта позволил определить ряд лингвистических процедур, производимых над продуктом в ходе его локализации. Среди них:

1. Адаптация лексического аппарата (подбор наиболее соответствующей восприятию получателя лексики).
2. Грамматическая адаптация (морфология и синтаксис).
3. Культурная адаптация (форматы дат, единицы времени).

Сопоставительный анализ двух английских с немецкой и русской версиями сайта не дополнил перечень лингвистических процедур, при этом характер этих процедур во многом оказался отличен для межъязыковой локализации. Адаптация лексического аппарата в случае межъязыковой локализации включает в себя не просто замену лексических единиц их прямыми соответствиями, так как все единицы так или иначе заменяются соответствующими им в языке перевода, а в первую очередь лексико-семантические трансформации, которые преобразуют прямые лексические соответствия в лексическо-семантическое выражение, предельно соответствующее восприятию его получателя. Грамматическая адаптация здесь преимущественно сводится к преобразованию синтаксических структур для обеспечения соответствия синтаксиса предложений нормам языка перевода. Культурная адаптация в случае межъязыковой локализации помимо изменения формы во многих случаях включает и изменение семантического компонента, достигаемое посредством нейтрализации, экспликации или доместикации исходной лексической единицы.

Необходимо отметить, что в современной науке о переводе вопрос об обоснованности введения в теорию перевода таких терминов, как глобализация, интернационализация и локализация остается дискуссионным, при этом находятся и явные противники использования этих терминов. В статье «Новые тенденции в переводоведении» В.В. Сдобников высказывается о «надуманности» необходимости разграничения таких понятий, как перевод и локализация. Он утверждает, что прагматическая, культурная адаптации, предлагаемые в качестве основного аргумента в пользу отделения локализации в отдельный вид переводческой деятельности, являются неотделимой частью перевода [7]. Более того, как замечает сам В.В. Сдобников, в практике переводческой деятельности локализацию зачастую воспринимают как перевод более высокого качества, что делает его точку зрения во многом справедливой. Тем не менее, многие исследователи отмечают более важную отличительную особенность локализации, а именно тот факт, что процесс локализации включает в себя более широкий спектр задач и перевод является лишь одной из таких задач. В частности, Е.Е. Сухарева и О.В. Шурлина пишут, что локализацию сайта можно разделить на четыре составляющих: перевод текстового содержания сайта; перевод программного обеспечения сайта; социокультурная адаптация структуры и дизайна сайта; оптимизация сайта. Авторы уточняют, что данные задачи привлекают к локализации и других специалистов помимо переводчиков, среди которых не менее важными оказываются разработчики программного обеспечения и дизайнеры [8]. Культурная адаптация в современных исследованиях зачастую рассматривается как отдельная задача локализации. Культурная адаптация в действительности является неотъемлемой частью практики перевода, в связи с наличием в разных языках специфического набора реалий, которые могут быть не поняты носителями других языков, а также по причине значительных расхождений в репрезентации различных понятийных категорий в разных языках (см. [9–12]). Несмотря на это, использование культурной адаптации не всегда необходимо и в отдельных случаях может оказаться неуместным. Необходимость применения адаптации определяется теми задачами, которые были поставлены перед переводчиком, а локализация, будучи ориентированной на регион, язык и культуру конечного получателя, как раз и выдвигает такую задачу. Локализация, таким образом, не является исключительно переводческой сферой деятельности и не гарантирует высокое качество перевода. Хотя перевод и является одной из наиболее важных задач локализации, она также может включать и другие не менее важные задачи, в зависимости от объекта локализации, требующие вовлечения совершенно не связанных с переводческой деятельностью специалистов. Можно сказать, что локализация, как в целом и глобализация, — это бизнес-процесс, включающий в себя перевод вместе с прагматической и культурной адаптацией, но ни в коем случае его не заменяющий. Такое понимание процессов глобализации, интернационализации и локализации позволяет изучать тексты, прошедшие через эти процессы не только с лингвистической позиции, но и с позиции технических задач, включенных в эти процессы. В контексте исследования лингвистической стороны локализации ориентация на

парадигму GILT позволила нам отделить в процессе сопоставительного анализа изменения, связанные с лингвистической обработкой исходного текста от изменений, связанных с техническими задачами локализации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сулейманова, И.В. Локализация и перевод / И.В. Сулейманова. // XV всероссийская научно-практическая конференция «Дни науки — 2015». 100-летию со дня рождения Ю.И. Корчёмкина: Материалы конференции. Озерск: ОТИ НИЯУ МИФИ, 2015. — С. 19–21.
2. Volkova, I.D. Localization of Website Verbal Content into English as a Marketing Strategy / I.D. Volkova // Современные исследования социальных проблем. — 2019. — Т. 11. — № 1-1. — С. 26–39. doi: <https://doi.org/10.12731/2077-1770-2019-1-26-39>.
3. Шеповский, О.Е. Интернационализация текстов международных компаний / О.Е. Шеповский // Artium Magister. — 2022. — Т. 22. — № 2. — С. 60–64. — EDN FWCCNP.
4. Pym, A. Localization and linguistics / A. Pym // Universitat Rovira i Virgili Tarragona, Spain — 2001. URL: <https://usuaris.tinet.cat/apym/online/translation/loclinguistics.pdf> (дата обращения: 02.04.2023).
5. Pym, A. The moving text. Localization, translation, and distribution / A. Pym / Amsterdam / Philadelphia: John_Benamins_Pub._Co., 2004. 220 p. doi: <https://doi.org/10.1075/btl.49>.
6. Esselink, B.A. practical guide to localization / B.A. Esselink — Amsterdam / Philadelphia: John_Benamins_Pub._Co., 2000. 497 p. doi: <https://doi.org/10.1075/liwd.4>.
7. Сдобников, В.В. Новые тенденции в переводоведении / В.В. Сдобников // Казанский вестник молодых учёных. 2018. Т. 2, № 4(7). С. 72–79.
8. Сухарева, Е.Е. Локализация сайта как форма межкультурной коммуникации / Е.Е. Сухарева, О.В. Шурлина // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2013. — № 1. — С. 166–169.
9. Шамне, Н.Л. Универсальные характеристики категории пространства и ядерные средства их репрезентации в языке / Н.Л. Шамне // Croatica et Slavica Iadertina. — 2009. — Т. 5. — № 5. — С. 251–264.
10. Шамне, Н.Л. Лингвокультурные характеристики языковых средств выражения субкатегорий близость/дальность в русском и немецком языках / Н.Л. Шамне, М.В. Макарова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. — 2012. — № 1. — С. 114–119.
11. Шамне, Н.Л. Отдельные аспекты проблемы эквивалентности универсальных групп лексики (на материале текстов художественного стиля) / Н.Л. Шамне // Мир науки, культуры, образования. — 2023. — № 3(100). — С. 428–431.
12. Ребрина, Л.Н. Репрезентация актуальных социокультурных реалий общества германии: тематическая группа интернет-мемов "пришлый-местный" / Л.Н. Ребрина // Научный диалог. — 2023. — Т. 12. — № 5. — С. 192–214.

Shepovskii Oleg Evgenevich

Volgograd State University, Volgograd, Russia

E-mail: o.shepovskiy@volsu.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4155-622X>

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=1152326

Localization in the process of creation of a multilingual web resource

Abstract. This scientific paper is part of a dissertation research. The article examines the linguistic side of the process of localizing a tourism web portal. To identify the linguistic tasks of intralingual localization, the research article conducted and described a comparative analysis of language material taken from the American and British versions of the Booking.com web portal. In order to clarify the findings and establish general and specific patterns of the linguistic side of intra- and interlingual localization, the research paper further provided a comparative analysis of two English versions with the German and Russian language versions. As a result of a comparative analysis, the author identified the main linguistic tasks of localization and the linguistic procedures arising from them: adaptation of the lexical apparatus (selection of the vocabulary most appropriate to the recipient's perception); grammatical adaptation (morphology and syntax); cultural adaptation (date formats, time units). During the analysis, no differences were found in the list of linguistic procedures for intra- and interlingual localization. However, the nature of these procedures turned out to be largely different for interlingual localization. In the case of interlingual localization, adaptation of the lexical apparatus includes not only the replacement of lexical units with their direct correspondences, since, unlike intralingual localization, all lexical units are one way or another replaced by their corresponding ones in the target language. First of all, lexical adaptation is presented in the form of lexical-semantic transformations, which transform direct lexical matches into a lexical-semantic expression that is extremely consistent with the perception of its recipient. If during intralingual localization a significant part of grammatical adaptation consists of morphological changes associated with differences in the spelling of certain words, then in the case of interlingual localization it mainly comes down to the transformation of syntactic structures to ensure that the syntax of sentences corresponds to the norms of the target language. Cultural adaptation in the case of interlingual localization, in addition to a change in form, which is typical for intralingual localization, in many cases also includes a change in the semantic component, achieved through neutralization, explication or domestication of the semantic component of the original lexical unit.

Keywords: globalization; localization; internationalization; translation; translation of web content; adaptation; cultural adaptation; translation studies