

К вопросу об особенностях локализации веб-сайтов

*Балова Александра Алексеевна,
студентка 4 курса 2ПА группы института
иностранных языков ФГБОУ ВПО «РГПУ
им. А. И. Герцена»*

*Научный руководитель: Нечаева Наталья
Викторовна, кандидат филологических
наук, доцент кафедры перевода института
иностранных языков ФГБОУ ВПО «РГПУ
им. А. И. Герцена», г. Санкт-Петербург*

Аннотация: в статье рассматривается понятие локализации, определяется специфика перевода текста веб-сайтов с учетом особенностей иноязычного получателя.

Профессия переводчика является одной из самых древних и восходит корнями к истокам мировой цивилизации. Исторически потребность общества в переводе была обусловлена не только активным развитием торговых отношений между странами, но укреплением межкультурных связей, в целом. За время своего существования в переводе менялось многое: принципы работы переводчика, показатели качества перевода, требования к переводу, как конечному продукту переводческой деятельности, популярность и востребованность отдельных видов перевода, материал перевода, отношение общественности к профессии переводчика.

Прогресс в современном мире не стоит на месте и чем быстрее нарастает темп его развития, тем стремительнее меняется и расширяется деятельность переводчика. Сегодня переводчику зачастую приходится иметь дело не только с текстом как таковым, но и с более масштабными проектами, при исполнении которых перевод выступает лишь в качестве составной части одного сложного многоступенчатого процесса. В качестве яркого примера такого процесса может быть рассмотрена языковая локализация, которая традиционно определяется как перевод и культурная адаптация продукта к особенностям определенной страны, региона или группы населения [5].

В последнее время термин «локализация» часто используется, когда речь идет об адаптации продуктов, связанных с компьютерными технологиями: компьютерных игр, веб-сайтов и программного обеспечения. Наиболее актуальной на текущем этапе развития переводческой деятельности представляется локализация веб-сайтов, которая уже выступала в качестве предмета переводческих исследований [1, 2]. Питер Сандрини предлагает следующее определение локализации веб-сайтов: локализация — это процесс изменения веб-сайта в соответствии с особенностями той или иной местности (страны, народности) согласно целям, определенным заказчиком [3, с. 3].

Американские исследователи Дженни Вильямс и Эндрю Честерман в своей работе «The Map. A Beginner's Guide to Doing Research in Translation Studies» описали общую стратегию локализации веб-сайтов. Согласно предложенной стратегии при переводе сайтов рекомендуется: ознакомиться с современными практиками перевода веб-сайтов; изучить влияние условий создателей веб-сайтов и потребностей пользователей на переводческие решения на микро — и макроуровне; оценить продукт (т.е., оригинальный веб-сайт); рассмотреть возможность использования контролируемого языка при адаптации веб-сайта с целью упростить перевод [4, с. 15].

Особого внимания в этой связи, на наш взгляд, заслуживает вопрос о важности коммуникативной интенции создателей веб-сайтов, с одной стороны, и потребностей пользователей — с другой, т.е. учет прагматических особенностей перевода. Остановимся на них подробнее.