

Локализация сайта и ее особенности

Непомнящая Ольга Сергеевна

*Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема
студент*

Аннотация

Работа посвящена исследованию локализации сайта и ее особенностей. Рассматривается значение понятия «локализация», перечисляются уровни локализации и описываются основные этапы процесса локализации сайта.

Ключевые слова: локализация, сайт, перевод сайта.

Web-site Localization and its Characteristic Features

Nepomnyashchaya Olga Sergeevna

*Sholom-Aleichem Priamursky State University
student*

Abstract

The paper is devoted to the study of the web-site localization and its characteristic features. The author describes the notion localization, the levels of localization and the basic steps of the localization process of the web-site.

Keywords: localization, web-site, web-site translation.

Гармоничное развитие информационного общества возможно при условии использования веб-сайтов на разных языках. Взаимопонимание между представителями разных культур может достигаться посредством переводческой деятельности и использования языка межнационального общения. Локализация представляет собой одну из форм межкультурной коммуникации, осуществляемой переводчиком.

Языковая локализация (от лат. locus — место) представляет собой перевод и культурную адаптацию продукта к особенностям определенной страны, региона или группы населения. Локализация предполагает всестороннее изучение целевой культуры, которое необходимо для правильной адаптации продукта к потребностям отдельных рынков.

Локализация (от англ. localization - программное обеспечение) - это не просто другое название перевода, это совершенно новая дисциплина, которая пытается помочь людям осваивать и ориентироваться в сети «Интернет», а также в компьютере, это разновидность переводческой деятельности в виде культурной и лингвистической адаптации продукта в сфере информатики, кибернетики и смежных с ними науками [3].

Процесс локализации зачастую сводится к переводу и культурной адаптации программного обеспечения, видео игр или веб-сайтов. Однако

этот термин также применяется к переводу текстов, подразумевающему культурную адаптацию [7].

Стандарты в области локализации разрабатывались международной некоммерческой ассоциацией LISA (Localization Industry Standards Association), созданной в 1990 г. со штаб-квартирой в Швейцарии, объединявшей клиентов и поставщиков услуг по глобализации и локализации и занимавшейся проведением международных конференций в этой сфере [9].

Целью локализации является более эффективное представление информации о продукте на языке целевой аудитории, что способствует более успешным продажам данного продукта на локальных рынках. Итогом локализации должен стать продукт, воспринимаемый целевой аудиторией не как переведенный, а как созданный на родном языке потребителей [1].

Объектами локализации является все, что используется аудиторией другой страны:

- Программное обеспечение (в том числе – обучающие лингвистические программы);
- Веб-сайты (Интернет-магазины, международные порталы и т.д.);
- Компьютерные игры;
- Материалы Международной виртуальной конференции;
- Мультимедиа (например, видеоролики);
- Маркетинговые и PR-материалы (рекламные буклеты, презентации о компании и т.д.).

Н.Молчанова и Е.Михайлова в статье «Локализация как разновидность переводческой деятельности: лингвистические, технологические, психологические аспекты» выделяют три уровня локализации:

1. Обеспечение поддержки языка и национальных стандартов является необходимым минимумом для того, чтобы программа могла выполнять свои функции в другой стране (вывод на экран символов языка, ввод текста, алфавитная сортировка, строковые операции и т. д.)

2. Перевод текстов в интерфейсе программы на целевой язык.

3. Тонкая настройка под целевую страну (работа со словоформами, дополнительные стандарты, не влияющие на основную функциональность программы, учёт национального менталитета и т.д.). [3].

Локализация является разновидностью письменного перевода, однако при ее осуществлении помимо собственно перевода затрагивается целый ряд аспектов: учет местных вариантов языка, специальное техническое обеспечение для некоторых языков (например, для восточноазиатских), местные обычаи, местные ресурсы, эстетика, культурные ценности и социальный контекст, различия в законодательствах (в законах о налогообложении, трудовом праве и т.п.) [5].

Локализация интернет-сайта означает создание такой версии сайта, которая будет понятна и удобна иностранным пользователям. Следовательно, для решения этой задачи необходим полный перевод сайта на язык новой

целевой аудитории. Подписи под иллюстрациями, меню, страницы должны легко восприниматься иноязычной аудиторией. Так как распространение информации в сети «Интернет» имеет свои особенности, локализация сайта предполагает решение технических задач (от изменения дизайна до внесения корректировок в невидимые элементы ресурса). М. С. Туранская говорит о том, что такая работа включает несколько этапов:

- 1) Перевод текстовых файлов;
- 2) Адаптация информации с учетом специфики рынка и национального менталитета;
- 3) Техническая адаптация интернет-ресурса и разработка необходимых приложений;
- 4) Оптимизация сайта под национальные поисковые системы;
- 5) Сборка, тестирование и отладка локализованного сайта [6].

Локализация является комплексным процессом, в котором участвуют разные специалисты, так как на каждом этапе процесса локализации решается множество лингвистических и инженерно-технических задач.

- 1) Перевод текстовых файлов.

Перевод сайта предполагает работу не с единым документом, а с набором текстовых блоков, основными страницами портала (основные сведения об организации, документы, контакты, перечень услуг) и его динамическими частями (новости, объявления, обзоры). Также к письменному переводу относится перенос комментариев под иллюстрациями, надписей в меню и на кнопках в новую языковую среду.

Обычно при переводе сайта основной трудностью является раздробленность материала, требующая дополнительных усилий для сохранения единообразия стиля и терминологии.

На этом этапе осуществляется качественный перевод следующих составляющих:

- Основной текстовый контент. Базовым требованием к переводу является точное переложение содержания сайта на иностранный язык.
- Функциональный контент. Должны быть учтены все элементы (названия разделов, кнопки меню, всплывающие подсказки), обеспечивающие удобство пользования сайтом.
- Медиаконтент. На иностранный язык переводятся аудиоролики, звуковой ряд к видео, описания к флеш-картинкам.

Помимо указанных внешних параметров, в локализации сайтов важную роль играют и конструкционные детали. Поэтому услуги перевода интернет-сайта включают в себя подготовку метаинформации и комментариев к программному коду.

Если при осуществлении письменного перевода специалист выполняет такие виды деятельности, как «чтение исходного текста, его предпереводческий анализ, сам процесс перевода, редактирование текста перевода», то при локализации к вышеперечисленным действиям

добавляются перевод интерфейса, текста ссылок, всех заголовков навигационного меню, строго придерживаясь заданного формата, количества символов и прочих требований, адаптация текста к восприятию целевой аудиторией [1, С. 42–45]. Кроме, собственно, перевода текста, в процессе локализации сайта особое внимание уделяется формату представления чисел, дат и времени; формату денежных единиц; символам, знакам и цвету; элементам контента, которые в определённой культурной среде могут быть неправильно истолкованы. В связи с этим очень важными для современного профессионального переводчика являются обширные знания в области информатики, практические навыки и умения пользоваться информационными технологиями в переводческой деятельности.

2) Адаптация информации с учетом специфики рынка и национального менталитета.

Адаптация текста для носителей иной культуры представляет собой лингвоэтническую адаптацию, которая заключается в приемах, направленных на облегчение восприятия чужих культурных реалий и языковых явлений. В этом случае речь идет о локализации – языковой и культурной адаптации текста к условиям того социума, где предполагается его использование, к социальным и моральным нормам языковой среды, к особенностям менталитета, к ее историческим особенностям, к географическому положению. Необходимо, чтобы сайт был понятен, доступен и близок предназначенной аудитории. С этой целью перевод сайтов осуществляют или проверяют носители соответствующих языков.

В статье Ирины Ивойловой «Иностранный как родной», опубликованной на сайте Российской газеты, руководитель управления информационной политики МГТУ им. Баумана, Борис Горячкин, говорит о том, что «самые большие трудности у вузов, которые откроют иноязычную версию портала, могут возникнуть с переводом информации. Например, наши названия кафедр. Они на Западе называются иначе. А надо, чтобы человек в Лондоне или Париже набрал в поисковике то название, которое он знает, и попал бы на портал российского вуза. Далеко не все новости русскоязычной версии нужны на иноязычном портале. Зато там должны быть максимально удобно расположены основные сведения о вузе и достижениях ученых» [2].

В этой же статье Мария Добрякова, директор по порталам Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» относительно англоязычной версии сайта своего вуза рассказала, что «английская версия значительно меньше русской, у нее другой адресат: это наши иностранные студенты и преподаватели, зарубежные коллеги по исследованиям и партнеры. Для английской версии мы никогда не переводим все дословно и не копируем русскую структуру сайта. Переводят информацию сотрудники, а не машина... Сложность заключается еще в том, что большая часть наших текстов - с определенной предметной спецификой, то есть переводчик должен владеть лексикой, понимать смысл переводимого. Поэтому нередко приходится консультироваться со специалистами-

предметниками. Видимо, лучший вариант для англоязычных сайтов, когда специалист-предметник, неплохо знающий английский, сам готовит материал на языке, а носитель языка потом поправляет текст» [2].

Таким образом, перевод интернет-сайтов представляет собой специфическую деятельность, особый вид переводческих услуг, сочетающий в себе письменный перевод и адаптацию оригинальной версии сайта к социокультурным особенностям иностранной аудитории.

3) Техническая адаптация веб-ресурса и разработка необходимых приложений.

Данный этап включает адаптацию графического интерфейса и кода сайта – меню, кнопок, элементов кода, предназначенных для поисковых машин. Локализация сайта подразумевает полную переработку интернет-ресурса с одной целевой аудитории на другую, предусматривает внесение изменений в оформление и структуру ресурса с учетом национальных особенностей пользователей. Прежде всего, веб-ресурс должен корректно отображаться в любом браузере. Так как при переводе сайта меняется средняя длина слова, что нарушает баланс расположения текста на странице, страницы сайта переверстываются, то есть создаются новые с использованием переведенного текста, но с сохранением оригинального дизайна. Комфортное восприятие иностранной аудиторией веб-ресурса обеспечивается профессионально выполненной коррекцией верстки.

4) Оптимизация сайта под национальные поисковые системы.

Популярность, следовательно, эффективность интернет-ресурса зависит от того, насколько легко ее находят посетители. Продвижение ресурса в иноязычном интернет-пространстве обеспечивает адаптацию контента к специфике иностранных поисковых систем. Перевод сайта может быть выполнен с использованием ключевых слов, которые были отображены в результате целенаправленно проведенного исследования. Локализация в отличие от простого перевода включает перевод и доработку не видимых, но жизненно важных для правильного рейтингования поисковыми системами элементов веб-страниц для того, чтобы посетители могли легко найти сайт. Локализация обеспечивает культурную адаптацию под стандарты новой аудитории [4].

5) Сборка, тестирование и отладка локализованного сайта.

Данный этап включает несколько процессов. Процесс сборки локализованной версии сайта подразумевает «возвращение» исходного формата файлов и их встраивание в программу. Функциональное тестирование включает в себя проверку соответствия функциональности программы согласно разработанному плану тестирования, выявление сбоев в работе приложений программы (сайта) и устранение неполадок. В процессе лингвистического тестирования выявляются возможные ошибки в переводе, проверяется соответствие перевода контексту, отсутствие обрезанного текста, корректность отображения шрифтов и т.д. [1, С. 42-45].

В результате, итогом работы по локализации сайта должен стать профессионально выполненный перевод, отвечающий следующим требованиям:

– точность и полнота перевода (недопустимы дополнения «от себя», пропуски, искажение смысла), его стилистическая и грамматическая правильность;

– корректный перевод терминологии в соответствии с глоссариями для данной отрасли или глоссариями, предоставленными заказчиком, или разработанными в соответствии с требованиями заказчика;

– сохранность служебных тегов, не подлежащих переводу, но присутствующих в файлах программы (если разрушить хотя бы один из них, то пострадает функциональность продукта) [1, С. 42-45].

Таким образом, локализация сайта представляет собой комплексный процесс, успешность которого обеспечивается благодаря применению современных технологий и координированной работе команды профессиональных специалистов. Локализация на язык целевой аудитории это необходимый этап продвижения товаров и услуг. Поскольку пользователями сети «Интернет» являются уже около 4 млрд. человек по всему миру [8] и их число постоянно растет, следовательно локализация сайта особенно важна в современном виртуальном пространстве.

Библиографический список

1. Батюкова Н.А. Многоязычная локализация в современном виртуальном пространстве // Образовательные технологии в виртуальном лингво-коммуникативном пространстве: IV Международная Виртуальная научно-практическая конференция по русистике, литературе и культуре: Сборник научных докладов. США, Вермонт, Мидлбери колледж и др. Ер.: Лимуш, 2011. 244 с. С. 42-45
2. Ивойлова Ирина. Иностраный как родной. [Электронный ресурс] // Российская газета - Столичный выпуск №6052(76) от 09.04.2013 // Режим доступа: <https://rg.ru/2013/04/05/portali-site.html> [Дата обращения: 03.02.2017]
3. Молчанова Н., Михайлова Е. Локализация как разновидность переводческой деятельности: лингвистические, технологические, психологические аспекты/ II Общероссийская студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.rae.ru/forum2010/7/776> [Дата обращения: 27.01.2017]
4. Переводческий портал Translation-Blog.ru - Все о переводе на одном сайте / Что такое локализация сайтов [Электронный ресурс] Режим доступа: www.perevod.info [Дата обращения: 27.01.2017]
5. Русское бюро переводов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://rusburo.ru/lokalizatsiya-saytov-portalov-pochti/> [Дата обращения: 27.01.2017]

27.01.2017]

6. Туранская М.С. Веб-сайты как объект коммуникации в деятельности переводчика-локализатора // Проблемы лингвистики и перевода глазами молодых исследователей: сб. ст. Пермь, 2012. С. 116
7. Языковая локализация // Материал из Википедии – свободной энциклопедии. [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AF%D0%B7%D1%8B%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D0%BB%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F [Дата обращения 03.02.2017]
8. Internet World Stats – Web Site Directory// Internet Usage Statistics [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://internetworldstats.com/stats.htm> [Дата обращения: 27 января 2017]
9. Localization Industry Standards Association // Материал из Википедии – свободной энциклопедии. [Электронный ресурс]. 2016. Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Localization_Industry_Standards_Association [Дата обращения 03.02.2017]