

УДК 81'25:008

***ЛОКАЛИЗАЦИЯ В МИРОВОЙ КУЛЬТУРЕ. ЯЗЫКОВАЯ И
КУЛЬТУРНАЯ АДАПТАЦИЯ ТЕКСТА ПЕРЕВОДА***

Александрова М. Е.

Студентка четвертого курса направления подготовки «Перевод и переводоведение»

ФГБОУ ВО «МГУ им. Н.П. Огарёва»,

Саранск, Россия,

Аннотация

Статья посвящена такому явлению, как локализация и изучению ее проявления в мировой культуре. В статье приведены примеры применения локализации и способы ее проявления. Обосновывается необходимость применения локализации при переводе политических, художественных, научных, научно-популярных и текстов, а также при переводе технической литературы. В статье приведены факты, доказывающие важную роль локализации в мировой культуре.

Ключевые слова: локализация, перевод, адаптация, цель перевода, мировая культура.

***LOCALIZATION IN WORLD CULTURE. LANGUAGE AND CULTURAL
ADAPTATION OF THE TEXT TRANSLATION***

Alexandrova M. E.

Fourth-year student of the direction of training "Translation and Translation Studies"

Ogarev Moscow State University,

Saransk, Russia

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

Abstract

This article is devoted to such a phenomenon as localization and the study of its manifestation in world culture. It provides examples of the application of localization and the ways of its manifestation. Localization is necessary when translating political, artistic, scientific, popular science and texts, as well as when translating technical literature. The article contains facts proving the important role of localization in world culture.

Keywords: localization, translation, adaptation, purpose of translation, world culture.

Современное общество характеризуется возрастающей значимостью переводческих услуг. Поскольку в современном мире основным средством массовой коммуникации выступают аудиовизуальные материалы, это вызывает особенную необходимость в качественном переводе, который способен точно передать исходную информацию, собственный стиль говорящего и сохранить баланс между культурами языков и народов. Обращения политиков к народу, интервью с представителями государственной власти, трансляция политических встреч на международном уровне, фильмы и сериалы, художественная и научная литература, публицистические статьи и заметки – все это бесценный материал, который является неотъемлемой частью нашей жизни и должен распространяться в каждый уголок нашей планеты. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что перевод таких текстов является актуальным предметом лингвистического исследования.

Как уже отмечалось в научной литературе, «усложнение общества в связи с интенсификацией коммуникативных процессов, происходящих в нем, стимулируют науку более основательно исследовать многомерный феномен – коммуникацию, которая приобретает новые формы выражения» [7, с. 45]. Так, а

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ»

последние несколько лет неотъемлемой частью профессиональной переводческой деятельности стал термин «локализация». Данный термин находит применение во многих областях науки, начиная от лингвистики и распространяясь в такие точные и сложные науки, как математика и информатика. Именно в технических науках этот феномен впервые нашел применение и зарекомендовал себя как явление обязательное к изучению и рассмотрению. Несмотря на недавнюю историю процесса локализации, на сегодняшний день в электронных источниках информации содержится много информации и статей на тему локализации, в том числе и на интернет ресурсах, занимающихся переводческой деятельностью. Таким образом, словосочетания «локализованный видеоряд», «локализованная программа», «локализованная версия» все чаще встречаются в профессиональной терминологии. Над задачами и вопросами локализации работали такие известные отечественные и зарубежные переводчики как А. Д. Швейцер, Л. С. Бархударов, В. В. Виноградов и многие другие ученые.

Существует множество вариаций определения локализации. Локализация, в первую очередь рассматривается как «культурная адаптация текста, конечная цель которой – выстроить эффективную коммуникацию с целевой аудиторией (адресатом) на локальном рынке» [1].

По мнению А.Д. Швейцера локализация занимается выявлением прагматического потенциала текста («то есть внесением определенных поправок на социально-культурные, психологические и иные различия между получателями оригинального и переводного текста» [11]).

Данный процесс недавно обрел популярность и занял свое место в науках, однако результат процесса локализации уже давно является целью исследований ведущих переводчиков. О значении термина догадаться

несложно. Локальный – значит местный, локализация – процесс, направленный на то, чтобы сделать перевод понятным для определенного круга людей.

Локализация является одной из важнейших частей перевода. Этот прием особенно важен при переводе реалий – слов, присущих только одной стране, социальной группе. Наиболее распространенные области применения локализации – перевод сайтов, медицинские тексты, художественная литература, а также перевод фильмов или сериалов. Леонид Степанович Бархударов писал о локализации, как о термине, имеющем два значения, а именно: локализация как процесс и локализация как результат работы [Бархударов 2008: 125].

Отечественные и зарубежные ученые сходятся на мнении, что близким по значению термину «локализация» можно назвать широко известное понятие «адаптация». Адаптация имеет более универсальный смысл, она подразумевает составление сходного текста на всех уровнях языка – включая грамматический, лексический, стилистический. А локализация, в свою очередь – обработка текста на языке оригинала так, чтобы он стал понятен и близок к нормам и реалиям народов, на язык которых текст переводится.

С точки зрения ведущих переводоведов в процессе локализации главной целью ставится трансформация текста в соответствии с замыслом и необходимым эффектом, который должен произвести текст. Таким образом, необходимость локализации не вызывает сомнений, поскольку именно она подготавливает текст для определенной аудитории. При этом тексты могут быть совершенно разными, но локализация должна произвести грамотную и эффективную адаптацию, нацеленную на принимающую сторону. Переводчик, в свою очередь, должен найти правильный способ перевода. Например, это может быть копирование, частичная замена или полный разрыв с текстом оригинала.

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ»

Зарубежные ученые на сегодняшний день не могут дать точного определения процессу локализации. С одной стороны локализация – это составляющая переводоведения, часть технологизации. Также, локализация применяется для решения экономических задач. Данный факт подтверждает необходимость включения локализации в обязательную дисциплину обучения переводу.

Локализация широко распространена в мировой культуре. Это сложный процесс, влияющий на восприятие качества культурного продукта. Важной частью аудиовизуальной продукции является кинематография, но есть также видеоигры, новостные сайты и т. д. Более подробно данный процесс можно рассмотреть на примере фильмов. В современном мире невозможно представить нашу жизнь без кино. Интенсивный рост кинопроизводства и расширение "потребительского кинорынка" подчеркивают важность перевода фильмов на разные языки. За рубежом в процессе локализации и перевода осуществляется трансформация не только элементов языка, но и в первую очередь происходят культурная адаптация. В названии фильма этими структурными особенностями являются семантический и функциональный прагматизм. Современные примеры исследования представлены практикой перефразирования понятия качественной культуры.

В мировом прокате вместе с самим фильмом переводу подвергается не только его реклама, трейлеры и постеры, но также названия, которые играют очень важную роль. Например, для перевода фильмов и сериалов необходимо совершить локализацию названия фильма. В процессе локализации кинозаголовки преобразовываются, и зачастую, меняются до неузнаваемости. Так, например, оригинальный заголовок может приобретать совершенно другой, противоположный смысл, который будет понятен и близок только для принимающей стороны. Это объясняется тем, что прокатные компании должны

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ»

максимально преобразовать информацию, чтобы она стала ясной, доступной и привлекательной для потенциального покупателя. Общественное мнение таково, что способы перевода прокатных компаний, нацелены на продажу, нежели на культурную и языковую адаптацию, и при этом желание заманить клиента ставится на первый план, как приоритет. При переводе кинозаголовка переводчик играет одну из главных ролей, но вместе с ним работает и остальная команда работников, занимающаяся локализацией. Работа заключается в частичной, а иногда и полной замене языковых элементов. Доказательством этого является огромное количество кинозаголовков, кардинально отличающихся от первоначальной идеей и результата перевода. Рассмотрим яркий пример локализации: *All Roads Lead to Rome* / Римские свидания. Как можно заметить, дословный перевод “Все дороги ведут в Рим”, отличается от представленного варианта в нашей стране. Так например, в оригинале на постере изображены мужчина и женщина на фоне городского пейзажа Рима.

Один из главных постеров, выбранных для российских компаний в процессе локализации, вносит существенные изменения в первоначальный образец, сохраняя основную идею. Отношение главного героя не меняется, но его внешность меняется, чтобы уделять больше внимания образу и имиджу актера, создать правильное настроение и положительное впечатление у зрителя. Меняется и образ главной героини. Теперь актриса фильма выглядит так: девушка с совершенно потрясающим макияжем, в вечернем платье. Все это было сделано для создания более привычной и яркой картины, распространенной в принимающей стране. Для мужчины же акцент делают на цвета пастельных оттенков. Также появился Колизей – неотъемлемый атрибут итальянской культуры и архитектуры. В результате данной работы желаемый результат должен быть куплен дистрибьютором – зрителя интересует яркая

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ»

пленочная обложка. Это тоже адаптация основной переводческой команды. Еще одной важной частью локализации произведения выступает перевод названия. Как уже было отмечено ранее, название фильма тоже пришлось изменить. Хотя в этом и не было острой необходимости и его семантический перевод не представляет никакой трудности, поскольку известный афоризм «все дороги ведут в Рим» является широко узнаваемым выражением не только для российских зрителей, но и во всем мире, однако, трансформированная версия на русский язык имеет более лирическое название – «Римские свидания». Это было сделано для добавления романтизма и создания особой атмосферы, присущей фильму. Таким образом, картина становится более заметной и привлекательной на кинорынке и приобретает своего зрителя.

Выбор правильного заголовка еще более важный процесс. Но несмотря на то, каким способом переводчик осуществит перевод, он должен сохранить направленность и сюжет картины, не исказить замысел и посыл фильма. Именно от этого зависит успех картины.

Качественный перевод заголовка играет огромную роль для фильма в целом, ведь в противном случае, может фильм может не заинтересовать зрителя. Если же картина принесет успех и станет популярной, то выбранное название будет упоминаться во многих ресурсах и станет частью культуры. На него будут созданы обзоры и отзывы, он может быть разобран на цитаты и статьи.

При локализации фильма на иностранном языке, необходимо совершить не только непосредственно сам перевод фильма, но и адаптировать и локализовать его для страны потребителя, и в таком случае, у переводчика возникает еще одна сложная задача, а именно совмещение грамотного, адекватного перевода названия фильма с его коммерческой стороной. В своей работе переводчик должен заключить несколько факторов – близость к

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ»

оригиналу, чтобы полностью отобразить содержание и настроение картины, жанр, послание автора, и при этом совместить интересы рекламных компаний. Цель перевода не должна состоять только в “верности”, поскольку это не эффективно. В связи с этим можно прийти к выводу, что лингвокультурная локализация кинозаголовков направлена на коллективную работу. В этом процессе, с разной степенью влияния на результат, могут принимать участие сразу несколько переводчиков, дистрибьютерские компании и рекламные агентства. Однако именно рекламные компании, как правило, выбирают конечный вариант. Представляет собой работу большой группы людей, участвующих в его подготовке в стране проката. Для адаптации кинозаголовка необходима работа нескольких переводчиков, рекламных компаний и компаний, занимающихся непосредственно прокатом фильма.

Таким образом, перевод представляет собой языковую адаптацию. Данный процесс включает в себя не только передачу информации, посылы и идеи автора, но и саму трансформацию и локализацию текста.

Один из наиболее распространённых примеров такой адаптации считается адаптация рекламного текста в языковом переводе, который привязан только к исходному тексту продаваемого продукта и является общей практической функцией привлечения клиентов, и в этом случае локализацию также можно рассматривать как еще одну форму адаптивного транскодирования. Таким образом, локализация представляет собой перевод, включающий в себя социальную и языковую адаптацию. Ее по праву можно считать одним из способов распространения продукта.

Чтобы обеспечить высокое качество перевода, переводчик должен знать культуры и традиции многих народов, уметь адаптировать специфику оригинального текста и текста перевода, оценивать и классифицировать возможные риски, вносить необходимые коррективы, чувствовать посыл автора

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ»

и уметь качественно передавать его реципиенту, сохраняя идею, эмоции и настроение.

В заключение отметим, что тема локализации актуальна, так как в современном мире качественный и адекватный перевод текстов играет важную роль. Не смотря на то, что локализация является достаточно новым понятием, однако в наши дни оно актуально, как никогда и уже прочно закрепилось в лексикологии. Она играет важную роль в качественном переводе и межъязыковой коммуникации. Осуществляя процесс локализации, переводчик должен обладать широким набором навыков и знаний. Перевод является сложным процессом. В нем могут быть рассмотрены две составляющие такие как, с одной стороны, сама деятельность переводчика, процесс создания перевода, так с другой стороны, перевод представляет собой сам результат работы переводчика, то с чем работает и что воспринимает читатель или слушатель. Локализация, в свою очередь, является разновидностью средств совершения перевода. Она, в первую очередь, направлена на потребителя. Целью локализации выступает трансформация текста оригинала для максимального понимания и усвоения принимающей стороной, создание продукта близкого к языковому и социальному строю страны, для которой делается перевод, а также исключение культурных и нормативных элементов, неприемлемых для заказчика перевода, при этом точно сохраняя исходную информацию и собственный стиль говорящего.

Библиографический список

1. Smartling. Brand and Localisation: driving global brand engagement. New York, 2010.
2. Аносова Н.Э. Перевод в свете межкультурной коммуникации // Индустрия перевода. – 2014. – 145 с.

3. Бархударов Л. С. Язык и перевод. Вопросы общей и частной теории перевода. — Санкт-Петербург: ЛКИ, 2008. — 400 с.
4. Горшкова, В.Е. Перевод в кино. – Иркутск: ИГЛУ, 2006. – 213 с.
5. Мазлумян В.С. Картина мира или образ мира // Психолингвистика в XXI веке: результаты, проблемы, перспективы: тезисы докладов. - М., 2009. с.242.
6. Масленникова Е.М. Художественный перевод: новое о старом: монография. Тверь: Твер. гос. ун-т. – 2014. – 120 с.
7. Матасов, Р. А. Перевод кино/видео материалов: лингвокультурологические и дидактические аспекты: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – М.: 2009 [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/perevod-kino-video-materialov-lingvokulturologicheskie-i-didakticheskie-aspekty> (дата обращения 15.06.2021).
8. Рябова М. Э., Шикина Т.С. Диалогический дискурс современного общества // Гуманитарий. – 2008. – №7 [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/dialogicheskiy-diskurs-sovremennogo-obschestva> (дата обращения 15.06.2021).
9. Тадтаева А.В., Бигаева Э.С. Актуальные проблемы межкультурной коммуникации // Гуманитарные и социальные науки. 2014. с.112.
10. Швейцер А.Д. Перевод и лингвистика. - М.: Воениздат, 1973
11. Шикина Т. С. Диалог и принятие решения как интеллектуальная операция //Философия здравого смысла. Критика оснований разума. Сер. «Здравый смысл в основаниях принятия решений в общественной практике». – М., 2015 [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23275956> (дата обращения 15.06.2021)

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ»

12. Шикина Т. С. Динамика институционализации диалога // Регионология. – Саранск, 2011. - №3 [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://regionsar.ru/ru/node/795> (дата обращения 15.06.2021)

Оригинальность 92%