

ТРУДНОСТИ «ЛОКАЛИЗАЦИИ» КАК ЛИНГВОКУЛЬТУРНОЙ АДАПТАЦИИ ТЕКСТОВ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

О. В. Шурлина

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 1 октября 2013 г.

Аннотация: в статье рассматривается проблема локализации программного обеспечения как процесса его адаптации для носителей другого языка и культуры. Особое внимание уделяется необходимости комплексного подхода к проведению локализации и невозможности перевода только текстовой составляющей программного продукта. В статье рассматриваются лингвокультурные трудности локализации программного обеспечения. Анализируется перевод текстовых элементов из раздела пользовательских настроек веб-браузера Google Chrome.

Ключевые слова: локализация, перевод, межкультурная коммуникация.

Abstract: the paper reviews software localization as a process of software adaptation to another cultural environment. The focus of attention is on the integrated approach to the localization process. It cannot be considered as the text content translation only. The paper examines the linguistic and cultural challenges of software localization. Research aim is to analyse the text elements from user settings section of web browser Google Chrome.

Key words: localization, translation, cross-cultural communication.

В настоящее время в теории и практике перевода часто используется термин «локализация», что очевидно, так как перевод рассматривается не только как процесс, но и как результат – продукт процесса перевода. Текст перевода создается для носителей другого языка и культуры. Следовательно, при осуществлении перевода всегда учитываются национально-специфические особенности целевой аудитории.

Локализация программного обеспечения (далее – ПО) – новое направление технического перевода. Вопросы локализации программного обеспечения обсуждаются в работах А. Соловьевой, А. Семенова, Б. Эсселинка, Э. Пима, Т. Фернандеса, Р. Спрунга. Так, А. Соловьева определяет локализацию ПО как «адаптацию ПО таким образом, чтобы его могли использовать пользователи, разговаривающие на других языках, в соответствии с особенностями, принятыми в их странах» [1]. Б. Эсселинк ссылается на определение, данное Международной ассоциацией стандартизации в области локализации (The Localization International Standards Association – LISA): «Localization involves taking a product and making it linguistically and culturally appropriate to the target locale (country/region and language) where it will be used and sold» [2]. Мы понимаем под локализацией ПО процесс адаптации ПО в соответствии с социокультурными особенностями конкретной страны. Важно подчеркнуть, что в процессе локализации ПО осуществляются не только перевод его текстовых

элементов, но и адаптация к культуре целевой аудитории.

Успех продукта на национальном рынке зависит от качества проведенной локализации. Локализация ПО представляет собой задачу, решением которой занимаются специалисты разного профиля: технические переводчики, составители технической документации, разработчики и тестировщики ПО. При этом разработчики отмечают, что локализацию лучше не проводить, чем проводить ее некачественно. Некачественная локализация может свести на нет все усилия разработчиков. По многим причинам локализованная версия ПО может быть существенно хуже оригинала. Тем не менее в некоторых случаях с помощью локализации возможно исправить ошибки оригинальной версии.

Материалом исследования послужил проект локализации веб-браузера Google Chrome, выполненный с английского языка на русский. Анализ проекта проводился с помощью билингвистического сравнительно-сопоставительного метода. Прежде чем анализировать перевод текстовых элементов из раздела пользовательских настроек веб-браузера Google Chrome, рассмотрим наиболее часто возникающие трудности локализации ПО. Традиционно их подразделяют на технические, лингвистические и культурологические.

Технические трудности. Как уже было отмечено, локализация не ограничивается переводом отдельных составляющих программного продукта. В процессе локализации иногда приходится дорабаты-

вать пользовательский интерфейс. Так, большинство пользователей привыкли, что универсальной комбинацией клавиш для выделения слова жирным шрифтом является Ctrl+b. Однако, например, в немецком языке эквивалентом слова «bold» (в переводе с английского – «жирный») является слово «fett». Следовательно, комбинация Ctrl+b должна быть изменена в ПО, локализованном для немецкоговорящих пользователей.

Технические проблемы вызывает несовпадение длины текстов на языке оригинала и перевода. Особенно острый характер данная проблема приобретает в процессе адаптации пользовательского интерфейса, так как существует ограничение по количеству символов, которые могут поместиться в отведенные текстовые поля. Известно, что при переводе с одного языка на другой объем слов и предложений не соотносится как один к одному, так как количество символов, необходимых для выражения одной и той же мысли на разных языках, различается и порой весьма существенно. Например, при переводе с английского языка на русский объем текста в среднем увеличивается в 1,5 раза. В результате в локализованной версии необходимо изменять размеры, расположение большинства интерфейсных элементов, а также выравнивать их.

Актуален вопрос и о том, что следует переводить, а что переводить не нужно при локализации ПО. Например, ответ на вопрос о том, какие именно слова и команды переводить, а какие оставить в оригинальном написании, не является очевидным. Допустим, в процессе разработки приложения разработчик при поиске открытых в системе документов в строке заголовка окна использовал название редактора Microsoft Word. При локализации локализатор перевел (чего делать не следовало) его как «Слово Microsoft». В этом случае приложение работать не будет.

Лингвистические трудности. Среди основных лингвистических трудностей, которые возникают в процессе локализации ПО, выделяют отсутствие контекста, использование безэквивалентной лексики и терминологии.

При локализации ПО переводчики часто сталкиваются с проблемой отсутствия контекста. Трудности возникают при переводе многозначных слов, которые могут иметь разные значения даже в рамках одной сферы применения – области информационных технологий. Например, *line* – строка (программы) или линия (модельный ряд программных и/или аппаратных продуктов)? *picture* – изображение, рисунок или шаблон, образец?

Еще один пример. Что означает выражение *search term*? Это существительное («условие поиска») или команда («найти термин»)? Для того чтобы сделать

правильный выбор, необходимо знать контекст употребления данного выражения.

Локализация ПО – относительно молодая и динамично развивающаяся индустрия, благодаря которой по мере разработок новых программных продуктов и расширения их функционала, в языке появляется новая терминология. В процессе локализации ПО переводчикам приходится решать задачу перевода терминов, которые еще не имеют эквивалентов в языке перевода. В этом случае переводчик обычно использует прием транскрибирования и таким образом вводит новый термин в язык перевода.

Терминология в области информационных технологий обширно заимствуется из английского языка – языка, на котором создается ПО. У крупных корпораций, производящих программное обеспечение, существуют терминологические базы, доступные в режиме онлайн. Одной из самых известных многоязычных терминологических баз является электронный словарь терминов компании «Microsoft». Однако, к сожалению, единых стандартизированных вариантов перевода терминов ПО не существует в связи с функциональной разнонаправленностью программных продуктов.

Культурологические трудности. Информационная среда современного мира универсальна и не зависит от национальности, культурных предпочтений и вероисповедания пользователей. Тем не менее в процессе локализации ПО решаются проблемы культурологического характера. Определим некоторые культурологические трудности, возникающие при локализации ПО.

В большинстве стран мира используется метрическая система измерений. Однако в США и Великобритании температура измеряется в градусах Фаренгейта; длина и расстояние – в футах, дюймах, ярдах и милях; вес – в унциях, стоунах и фунтах; объем – в баррелях, пинтах, галлонах и т.д. В процессе локализации ПО производится преобразование английской системы мер в метрическую систему измерений. Следует отметить, что расхождения в обозначении какого-либо показателя могут вызвать трудности технического характера. Например, может возникнуть проблема корректного размещения переведенного текста внутри элементов пользовательского интерфейса.

Существуют также различия в формате написания почтового адреса и имени отправителя или получателя. Так, формат адреса в Великобритании выглядит следующим образом: имя получателя, номер дома, название улицы, название города, индекс, название страны. В России – имя получателя, название улицы, номер дома, номер квартиры, название города, название страны, индекс. Эти различия учитываются при адаптации ПО, предназначенного, например, для рас-

печатки почтовых бланков и внесения в них информации об адресе и имени отправителя или получателя.

В различных регионах мира используются разные форматы обозначения даты и времени. Подсистема ПО, отвечающая за отображение даты, должна следовать стандарту Григорианского календаря. Однако интерфейсы могут использовать региональный формат обозначения даты и времени, например исламский календарь. В этом случае необходимо переводить дату и время из международного формата в региональный.

Числовые форматы в разных странах также отличаются. Например, тысячи могут разделяться точками, запятыми или пробелами. Эти различия учитываются в процессе локализации ПО.

Многие цвета имеют свое значение в каждой культуре. Например, в странах Западной Европы красный – это сигнал тревоги, белый – чистоты, черный означает мрак, а зеленый – деньги и рост. В Азии красный передает – радость, белый – траур, а черный – счастье. В арабских странах зеленый является священным цветом. Если при разработке ПО используется цвет, его значение должно быть учтено при локализации ПО для других культур.

Звук в качестве элемента ПО, например звуковой сигнал, означающий ошибку, может быть уместен и воспринят правильно в США, но такой же звук у азиатских пользователей может быть воспринят как неуважение к коллегам, работающим рядом в небольшом по размеру помещении. Музыкальный контент, если таковой использовался при разработке ПО, изучается на предмет уместности использования в других культурах и правильности его восприятия.

В различных культурах просмотр страницы происходит по-разному. Это зависит от способа представления информации. В языках, образованных от латинского, информация представляется слева направо. Арабское письмо и иврит читаются справа налево. Текст на японском языке обычно отображается в

столбик сверху вниз, с линиями справа налево. Поэтому в ПО, ориентированном на западноевропейские страны, самый важный объект будет находиться в левом верхнем углу пользовательского интерфейса, в то время как в ПО, предназначенном для стран Восточной Азии, арабских стран и Израиля, – в правом верхнем углу.

Итак, адаптация ПО на техническом, лингвистическом и культурологическом уровнях – сложный процесс, в ходе осуществления которого перед переводчиком стоит ряд задач, от решения которых зависит коммерческий успех программного продукта.

Проанализируем перевод некоторых текстовых элементов из раздела пользовательских настроек интерфейса веб-браузера Google Chrome с исходного (английского) языка на целевой (русский). В ходе анализа выделим трудности лингвокультурного характера, которые были разрешены переводчиком в процессе локализации. Примеры представлены в таблице.

В *примере 1* название функции «Zoom» переводится как «Масштаб». Следует отметить, что во многих локализованных продуктах, известных российскому потребителю, название функции «Zoom» переводится как «Увеличить». Однако в веб-браузере Google Chrome данная опция позволяет не только увеличивать изображение на экране, но и уменьшать его, а также переходить в полноэкранный режим. Поэтому, по нашему мнению, переводчик удачно подобрал эквивалент в языке перевода.

В *примере 2* мы видим, что название раздела «Help» переводится как «Справка» вместо привычного «Помощь». Думается, такой вариант перевода обусловлен особенностями структурирования данного раздела. Здесь предлагаются различные варианты устранения технических неполадок, содержатся справочная информация и видеоуроки, имеются ссылки для быстрого доступа к часто используемым функциям. Следовательно, можно предположить, что

Т а б л и ц а

Примеры перевода текстовых элементов из раздела пользовательских настроек веб-браузера Google Chrome

№ п/п	Оригинальная версия ПО	Локализованная версия ПО
1	Zoom	Масштаб
2	Help	Справка
3	Task Manager	Диспетчер задач
4	Clear browsing data	Удаление данных о просмотренных страницах
5	Cookies	Файлы cookie
6	Options	Настройки, параметры
7	Home page	Главная страница
8	Reopen the pages that were open last	Последние открытые страницы

выбор эквивалента перевода для названия раздела был сделан после изучения его функциональных особенностей. Хотя, возможно, в данном случае переводчик просто не воспользовался стандартизированной терминологической базой и решил разработать свою собственную.

В **примере 3** утилита «*Task manager*» переводится как «*Диспетчер задач*». С технической точки зрения это инструмент, предоставляющий информацию обо всех запущенных процессах. В веб-браузере Google Chrome «*Диспетчер задач*» выполняет аналогичную функцию управления процессами. С его помощью, например, можно завершить работу аудио- или видеопроигрывателя на открытой веб-странице, не закрывая при этом саму вкладку и страницу. Поэтому выбор варианта перевода полностью оправдан.

В **примере 4** под «*browsing data*» в текстовом элементе «*Clear browsing data*» подразумевается информация о просмотренных пользователем веб-страницах. «*Clear browsing data*» переводится как «*Удаление данных о просмотренных страницах*». Следует отметить, что при входе в раздел меню «*Удаление данных о просмотренных страницах*» пользователь нажимает на соответствующую кнопку для удаления информации. Название кнопки может иметь ограниченное количество символов, поэтому в русскоязычной версии она называется «*Очистить историю*». Какую именно историю пользователь удаляет, он понимает из названия раздела. Сам раздел, на наш взгляд, следовало бы назвать «*Очистить историю*», однако переводчик применил грамматическую трансформацию и перевел глагол «*clear*» («*очистить*», «*удалить*») существительным «*удаление*». При переводе команд допускается замена глаголов в инфинитивной форме на имена существительные в именительном падеже, и наоборот. В данном случае все критерии для удобства работы пользователя были соблюдены и адекватность перевода достигнута.

В **примере 5** английский термин «*Cookies*» переводится на русский язык как «*Файлы cookie*». В сфере информационных технологий некоторые термины в процессе перевода принято оставлять в оригинальном написании, так как большая часть терминов из этой относительно молодой, динамичной развивающейся сферы не имеет эквивалентов в русском языке. В локализованных версиях некоторых программ термин «*Cookies*» переводится как «*Куки*» путем транскрибирования. Термин «*Cookies*» обозначает «*блок данных, возвращаемый сервером клиенту в качестве ответа на его запрос*». Его название происходит от названия программы *UNIX fortune cookie*, что приблизительно означает «печенье с предсказанием». Данная программа при каждом своем

вызове выводит на экран разные афоризмы. В некоторых системах эта программа запускается при входе пользователя в систему.

В **примере 6** трудность перевода термина «*Options*» состоит в том, что данный термин употребляется дважды в разных элементах одного раздела интерфейса. Если перевести его в обоих случаях одинаково, то можно ввести в заблуждение пользователя. Поэтому переводчик принял верное решение и перевел заголовок раздела «*Options*» как «*Настройки*», а название клавиши быстрого доступа – как «*Параметры*».

В **примере 7** название вкладки «*Home page*» переводится как «*Главная страница*». Следует отметить, что в большинстве веб-браузеров вкладка «*Home page*» переводится как «*Домашняя страница*». Этот термин стандартизирован и его активно используют при локализации программного обеспечения. Возможно, переводчики в процессе локализации веб-браузера Google Chrome использовали свою терминологическую базу. Принципиальной разницы между названиями «*Главная страница*» и «*Домашняя страница*» нет. Однако второй вариант может показаться более привычным для тех, кто ранее пользовался локализованными версиями веб-браузеров других разработчиков.

В **примере 8** переводчик отказывается от дословного перевода элемента «*Reopen the pages that were open last*» как «*Вновь открыть страницы, которые были открыты последними*». Он подбирает более естественный для русского языка вариант перевода «*Последние открытые страницы*» и полностью сохраняет смысл высказывания. Кроме того, он не превышает количества символов в языке перевода, что является большим преимуществом, так как избыточная локализация почти всегда доставляет больше проблем, чем недостаточная. Этот фактор может быть критичным в обеспечении нормальной работы программы. При переводе глагол в инфинитивной форме заменяется на существительное в именительном падеже, что является приемлемым приемом при переводе команд.

Подводя итоги, хотелось бы отметить следующее. Локализация ПО как одна из сфер деятельности переводчика представляет большой интерес для изучения. В настоящее время многие компании-разработчики программных продуктов стремятся к выходу на международный рынок. Поэтому качественная локализация ПО становится для них первостепенной задачей. Локализованный продукт позволяет пользователю работать с программой или приложением на своем родном языке. Вместе с тем немаловажное значение имеет социокультурная составляющая локализации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Соловьева А. В. Профессиональный перевод с помощью компьютера / А. В. Соловьева. – СПб. : Питер, 2008. – 158 с.
2. Семенов А. Л. Современные информационные технологии и перевод / А. Л. Семенов. – М. : Академия, 2008. – 224 с.
3. Esselink B. A Practical Guide to Localization / B. Esselink. – Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2000. – 488 p.
4. Pym A. Website localization / A. Pym // The Oxford Handbook of Translation Studies / ed. by K. Malmkjaer, K. Windle. – Oxford : Oxford University Press, 2011. – P. 410–424.
5. Fernandes T. Global Interface Design / T. Fernandes. – Morgan Kaufmann Publishers, 1995. – 220 p.
6. Sprung R. Translating into Success / R. Sprung. – John Benjamins Publishing Company, 2000. – 261 p.

Воронежский государственный университет

Шурлина О. В., преподаватель, соискатель кафедры теории перевода и межкультурной коммуникации

E-mail: oshurlina@gmail.com

Тел.: 8 (473) 222-73-62

Voronezh State University

Shurlina O. V., Lecturer, Post-graduate Student of the Translatology and Intercultural Communication Department

E-mail: oshurlina@gmail.com

Tel.: 8 (473) 222-73-62