

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Национальный исследовательский университет
«Московский институт электронной техники»

Институт лингвистического и педагогического образования

Бакалаврская работа

по направлению 45.03.02 «Лингвистика»

Профиль «Перевод и переводоведение»

**Особенности локализации на русский язык англоязычных веб-
приложений (на примере социальной сети Mastodon)**

Студент: Глущенко Артём Владимирович

Руководитель: к.с.н., доцент Института ЛПО Юрченко Евгения Игоревна

Москва 2020

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	2
Глава 1. Локализация как часть переводческой дисциплины	5
1.1. Определение локализации. Особенности развития.	5
1.2. Локализация в России. Понятие русификации.....	15
1.3. Виды локализации и особенности техники перевода	25
Вывод по главе 1	36
Глава 2. Локализация веб-приложений	37
2.1. Цикл локализации.....	37
2.2. Особенности локализации веб-приложений.....	40
2.3. Распространённые ошибки при локализации веб-приложений.....	47
Вывод по главе 2	49
Заключение	52
Библиография.....	55
Приложение 1. Примеры для практического анализа.....	67
Приложение 2. Перевод статьи “Why is localization important for business?”	102

Введение

В современном глобализированном мире международные корпорации пытаются расширить свою долю на рынках различными способами. Microsoft, Google, Amazon, а также небольшие игровые студии и компании, предоставляющие услуги или цифровые товары, активно внедряют и применяют метод локализации своих продуктов для продвижения их на новых локальных рынках.

Локализация - сравнительно новое явление, встречающееся в основном в электронных источниках информации, таких как сайты специализированных бюро переводов и различные сервисы, предоставляющие данный вид услуг. Её уникальность заключается в тесной связи с многими областями и сферами общества, такими как экономическая, политическая, культурная, лингвистическая, информационная и техническая.

Изучением данного феномена занимались такие отечественные учёные, как А. Т. Анисимова, С. Е. Мерлян, А. Л. Леонтьев и Л. В. Жабина. Более полно и актуально феномен локализации как глобального явления раскрывается в зарубежных работах учёных (Б. Эсселинк, М. О'Хаган, Э. Пим, А. Косталес) и статьях отечественных дистрибьюторов видеоигр (“Бука”, “Фаргус”, “Акелла”).

Сложность локализации связана с разнородностью видов цифровых продуктов. Видеоигры, программное обеспечение и веб-сайты, хотя и имеют некоторые общие черты в своей архитектуре, требуют различных методов подхода к локализации, и, соответственно, имеют свои собственные особенности. Данные продукты выходят ежегодно и на максимально возможном количестве рынков, что делает локализацию **актуальным явлением.**

Целью данной работы является выявление особенностей русскоязычной локализации (русификации) одного из видов цифровой продукции - веб-приложений.

Материалом для исследования послужила локализованная версия открытой распределённой сети Mastodon. Причиной выбора именно этого веб-приложения служит его относительная новизна, техническая сложность и открытость: проект Mastodon предоставляет полный исходный код (и, соответственно, оригинальный нелокализованный материал и экспортированные файлы локалей) для анализа и модификаций без каких-либо ограничений, в отличие от таких социальных сетей, как Twitter, Facebook и VK.

Для достижения цели было необходимо решить следующие задачи:

- изучив теоретический материал, связанный с феноменом локализации, установить понятия “локализации” и “русификации”;
- выявить ключевые стратегии, используемые для локализации цифровых продуктов;
- выявить этапы и особенности процесса локализации сети Mastodon, с которыми пришлось столкнуться команде локализации;
- сравнить оригинальный и локализованный материал сети на предмет использованных переводческих трансформаций и изменений, стилистики, видов и способов локализации.

Объектом исследования является исходные и локализованные файлы локалей Mastodon, а **предметом** - использованные переводческие приёмы, трансформации и ошибки, а также особенности техники перевода локализационных файлов.

В соответствии с объектом и предметом исследования были выбраны следующие методы:

- метод анализа и синтеза теоретического и практического материалов;

- метод сравнения и описания при рассмотрении исходного и локализованного материала.

Теоретическая значимость состоит в том, что в данной работе представлен обобщённый материал, представленный для локализации любых цифровых продуктов - видеоигр, программного обеспечения и веб-сайтов.

Практическая значимость заключается в возможности применения полученных результатов в дальнейших исследованиях и руководствах по локализации.

Работа состоит из введения, двух глав в основной части, заключения, библиографии и двух приложений.

Глава 1. Локализация как часть переводческой дисциплины

1.1. Определение локализации. Особенности развития.

С появлением Интернета необходимость переводческих работ в сфере сайтов, игр, компьютерных программ и многих других резко возросла. В виду этого появилось новое научное направление в рамках переводческой дисциплины – локализация.

Термин «локализация» пришёл из сферы перевода программного обеспечения, целевая аудитория которого называется «locale» (локалью). Берт Эсселинк определил термин как процесс, путем которого такие объекты, как компьютерные программы, мультимедийные презентации или документы, не только переводятся на другой язык, но также адаптируются для использования в стране с иной культурой. Помимо обычных вопросов перевода, учитываются такие факторы, как управление набором символов, формат дат, система измерений (метрическая или английская), правила использования запятых и точек в десятичной дроби и т. п. [23, с. 3].

Локализация не является обычным направлением в переводческой деятельности, эта дисциплина позволяет адаптировать переведенный язык, как под язык оригинала и ориентировать людей в виртуальном мире.

«Локализация – это разновидность переводческой деятельности в виде культурной и лингвистической адаптации продукта в сфере информатики, кибернетики и смежных с ними науками» [31].

Основная цель локализации – адаптировать продукт под требования территории, где он распространяется. Для того, чтобы достигнуть этой цели нужно решить две исследовательские задачи: исследовать специфику локализации, а также подобрать необходимую модель перевода, делая акцент на двух аспектах: на культуре оригинального языка и на культуре языка на который переводят.

В основе изучения А. В. Дрожащих, автора учебно-методического пособия

"Древние языки и культуры" лежит специфика компьютерных терминов, жаргонов, профессионализмов и сленгизмов.

Л.В. Кушнина разработала концепцию пространства переводчика, теории и гармонизацию Эта концепция являлась разновидностью деятельности переводчика и требовала культурной адаптации. Большую роль при работе с локализацией играют: содержательное поле: очень важно не исказить смысл при переводе;

- содержательное поле: очень важно точно передать смысл при переводе;
- поле реципиента: конечный потребитель, обладающий другими культурными ценностями, должен понимать замысел автора;
- фатическое поле: это максимальная передача культурологического смысла.

Синергия этих трёх аспектов создаст баланс при переводе [35].

Однако, профессионалы-локализаторы должны быть осведомлены не только в сфере лингвистики. Знания в переводческой сфере и инженерии необходимы для любого специалиста в области локализации. Переводчики-локализаторы имеют знания в компьютерных направлениях, они владеют языком, а также необходимыми информационными средствами на высоком уровне, чтобы с лёгкостью локализовывать необходимый материал. Самое большое количество находится на территории Канады, Америки, Германии и Ирландии.

Наши исследования показали, что локализация производится на 3-х уровнях [30]:

1. Языковое обеспечение и учет стандартов, принятых в стране.

Программа должна выполнять свою функцию на той территории, где её будут

использовать. Необходимо отображение символов, адаптированная сортировка по алфавиту и другое;

2. Полная адаптация интерфейса ПО с исходного на целевой языки;

3. Тщательная адаптация при переносе информации с одного языка на другой. В эту тонкую работу входят: подбор необходимых словоформ, поиск дополнительных стандартов, которые не повлияют на функции программы, необходимость в учёте особенностей культуры, традиции и многое другое.

Согласно А.Н. Леонтьеву, «речевая деятельность является активным, целенаправленным, мотивированным, содержательным процессом выдачи и приема, сформированной и сформулированной посредством языка мысли, направленным на удовлетворение коммуникативно – познавательной потребности человека в процессе общения».

Локализация - сложный вид перевода. При работе с локализацией переводчик формирует определенные стратегии взаимодействия двух языков: исходного языка и интерпретируемого языка, основным аспектом которого является адаптация с ориентированием на культуру конечного потребителя. Эти стратегии представляются, как вероятные решения переводчика, при которых отбираются необходимые методы, способы, модели и применяются к «конкретным условиям межкультурного взаимодействия» [35].

Стоит отметить, что изначально локализацию активно использовали в IT-сферах. На тот период времени, локализация являлась переводом вербальных элементов, вводимых, к примеру, в видеоряд или пользовательский интерфейс. Однако в отечественной лингвистике локализация не являлась синонимом к переводу [20].

Наряду с «доместикацией», термин «локализация» в отечественной лингвистике рассматривался как «глобализация» и «интернационализация». Согласно международному экономическому сотрудничеству термин «глобализация» определяется как «процесс придания продукту такого вида, который позволит предлагать его к продаже в другие страны» [38, с. 17].

В основе данного подхода лежит стратегия стандартизации. «Стандартизация предполагает унификацию всего комплекса маркетинга, то есть компания, предлагающая свой товар или услугу, работает на международных рынках, масштабно используя один и тот же способ продвижения». «Таким образом, для того, чтобы фирма смогла заполучить все возможные конкурентные преимущества, необходимо стандартизировать все комплексные элементы маркетинга, что приводит к снижению цен на мировой арене» [10, с. 194].

Для уточнения природы и сущности локализации, необходимо обратиться к материалам Международной ассоциации стандартизации в области локализации (The Localization International Standards Association – LISA), компанией, существующей с 1990 по 2011 года, которая вывела определение к данному термину.

«Локализацией следует считать культурную и лингвистическую адаптацию продукта для той целевой аудитории (страны, региона, языкового ареала), которая будет использовать данный продукт» [38, с. 16]. Локализация, в рамках культурной адаптации, часто сравнивается с таким термином, как доместикация, подразумевая перевод с учётом культурных норм, традиций и менталитета обеих стран языка: переводимого и интерпретируемого [24, с. 113-118]. Основной задачей доместикации является достижение переведенного текста, стилистически адаптированного и доступного для читателя, таким образом, чтобы интерпретируемый язык казался языком оригинала, при этом, не

нарушая культурные нормы страны целевой аудитории. Данная стратегия осуществляется в «снятии языковых, стилистических и прочих указаний на «иностранность» характер текста», например, за счёт замены инокультурных реалий функциональными аналогами, использования принятых в переводящей культуре стандартов и единиц измерений и т.д. Однако доместикация ничто иное, как основная стратегия сфер перевода: адаптации и локализации [11, с. 157].

В работе писателя-переводчика У. Эко «Сказать почти то же самое. Опыты о переводе» термин «локализация» не рассматривался в рамках адаптации программного обеспечения и IT-технологий, несмотря

на то, что специалисты в области локализации связывают начало использования термина «локализация» именно с компьютерной сферой [37].

Локализация в сфере лингвистики, рассматривает перевод как отдельно взятый случай локализации. Помимо этой, существует и другая теория локализации, где сквозь призму традиционной теории перевода, адаптация текста к потребностям и ожиданиям получателя рассматривается как одна из собственно переводческих процедур [3, с. 295].

В виду отсутствия противоречий в рамках определения локализации эти тезисы рассматриваются совместно, так как они не взаимоисключающие. В зарубежной лингвистике точного подхода к определению термина локализации также нет. Локализация, по словам доцента кафедры культурологии, языков и лингвистики Дублинского Городского Университета, Минако О'Хаган, является «преемником переводоведения, но с большим упором на технологизацию» [26]. По результатам исследований, проведенных профессором в 2007 году, «системы машинного перевода внесли меньший теоретический вклад в развитие науки по

сравнению с информационными технологиями и инженерией, где происходит широкое внедрение переводческих технологий» [25].

Переводческая деятельность начала во многом базироваться на технологиях, чаще всего выделяется коммерческий перевод и локализация. Как было отмечено Э. Пимом, «локализация возникла для решения экономических задач, и признание её как самостоятельной отраслевой практики в теории перевода привело к включению её в необходимые условия обучения, хотя исследования локализации ещё не позволяют произвести полное теоретическое описание этого явления» [27, с. 120-142].

Эффективная адаптация перевода интерпретируемого языка является основной целью локализации, что должно способствовать увеличению продаж того или иного продукта на локальных рынках [2, с. 42-45]. Е. В. Медведева также говорит: «эквивалентный перевод без учета национально-культурной специфики целевой аудитории (несоответствие фоновых 16 знаний адресанта и адресатов), в свою очередь вызывает у потребителей непонимание и в итоге неприятие рекламируемого продукта» [12, с. 24].

Объектами локализации являются продукты целевой аудитории:

- Программное обеспечение (в том числе – обучающие лингвистические программы);
- Веб-сайты (Интернет-магазины, международные порталы и т.д.);
- Компьютерные игры;
- Мультимедиа (например, видеоролики);
- Маркетинговые и PR-материалы (рекламные буклеты, презентации о компании и т.д.) [2, с. 42-45].

Помимо этого, переводчику недостаточно одних лишь лингвистических знаний для успешной локализации, хотя многие переводческие трансформации – перевод системы мер, калькирование, семантические замены – обеспечивают, в конечном счете, локализацию текста; необходимо также разбираться в информационных средствах, специфике продукта и региона его распространения. Именно поэтому локализаторы объединяются в целые команды специалистов, что говорит о сложности и многоаспектности всего процесса. Локализация, как и язык, находится в вечном видоизменении. Именно это динамичное развитие указывает на необходимость пристального изучения этой сферы переводческой дисциплины и выделения этой области, как отдельной в рамках теории перевода.

В наше время локализация компьютерных игр требует особого внимания. В 2020 году компьютерные игры носят культурный характер для каждого пользователя, определяя современную мораль, этические нормы, а также мировоззрение общих и отдельно взятых культур, визуализацию исторических фактов и будущее. Говоря о локализации в сфере компьютерных игр, стоит отметить важность определения «локализации». Согласно работам М. Мосина, «локализация компьютерной игры состоит из лингвистической адаптации текстового содержания программного обеспечения и адаптации графического контента, технических настроек» [34]. Иными словами, при локализации компьютерных игр учитывается адаптация продукта во всех аспектах, соответствуя целевой аудитории: культурных, лингвистических, технических и юридических [2].

Локализация является комплексным процессом. Данный процесс включает в себя несколько задач: перевод на интерпретируемый язык, конвертацию графических элементов, разработку файлов readme, создание аудиодорожки,

модификацию технических средств, адаптацию некоторых частей в игре, верификацию возможности переместить контент, который был купирован [2].

Благодаря большому спросу на компьютерные игры и на профессиональную адаптацию этой продукции в мире, локализация стала производится на более высоком уровне. При локализации требуются специальные умения, такие как: грамотное адаптирование графических элементов, точное изменение формата валют, дат, адресов и другого, а также подбор цветов и шрифта, применимые в стране, для которой производится локализация ПО, сайта или игры [31]. Цель данных изменений – доступность адаптированной продукции для широкого круга пользователей. После произведенной локализации игра или веб-сайт будут отличаться от оригинала, но это, чаще всего, не затрагивает интерфейс [15, с. 33].

«Отличным примером необходимости в локализации являются компьютерные игры – это удачный пример адаптации продукта к потребностям новых покупателей и новых рынков, ведь продукт, выпускаемый на рынок какой-либо страны, должен отвечать ожиданиям, а соответственно и традициям, обычаям и ценностям населения этой страны. Соответственно, локализацию можно считать формой межкультурной коммуникации» [8, с. 79-84], а «в межкультурном общении необходимо учитывать особенности национального характера коммуникантов, специфику их эмоционального склада, национально-специфические особенности мышления» [9, с. 10].

Локализация – это многоуровневый сложный процесс, начальные этапы которой можно выполнить, не тронув интерфейс, а последующие с необходимостью взаимодействия программистов, дизайнеров и переводчиков.

Основными задачами переводчика в сфере локализации являются:

- Перевод и переоформление обложки издания;

- Перевод игрового интерфейса (меню, настройки), для которого необходимо владение специфической терминологией компьютерных игр;
- Создание субтитров и перевод общего текстового содержания;
- Озвучка звукового содержания игры;
- Внутриигровая и культурная адаптация содержания;
- В данном случае необходимы специализированные знания в той области, которую затрагивает игра (милитаристская направленность, мифы, легенды, история и другое).

В профессиональной сфере переводчиков компьютерных игр распространён термин - «глубина локализации», о котором говорит менеджер по зарубежным локализациям компании «Бука» Алла Пашутина. Она определяет глубину локализации как «то, что может быть локализовано» и выделяет 6 видов локализации (по нарастанию глубины локализации):

Бумажная локализация (или упрощённый вид локализации). Во время данного процесса производится адаптация только упаковки и обложки игры, readme файл, веб-сайт игры или компании, маркетинговые материалы, однако сам продукт остается на языке оригинала. Такой вид локализации характерен компаниям, закупающим продукт, затем они печатают для него свою обложку и перепродают компаниям, работающим на рынках, где язык оригинала пользуется спросом. К примеру, в Греции, игра на английском языке будет популярна, так как большая часть населения - англоговорящая.

Поверхностная локализация. Этот вид локализации является расширенной версией бумажной локализации, включающий в себя перевод заставки и логотипа игры. При выборе такой локализации заказчик ставит основной целью расширение информации об игре и издателе игры, а также

создает компании достаточно приятный имидж "заботы о рынке", не затрачивая при этом больших средств на более дорогостоящие виды локализации.

Экономичная локализация подразумевает перевод всего игрового текста без изменений звуковых дорожек. Это: всплывающие подсказки, субтитры, имена главных и второстепенных героев, диалоги персонажей, и так далее. Этот вид локализации достаточно популярен среди изданий – заказчиков. Он является самым выгодным, однако при этом остальная часть игры остается на английском языке. Этот же тип локализации используется при создании «демо-версий» для показа на выставках.

Во время **углубленной локализации** перед специалистами ставится цель перевести все внутриигровые текстовые и звуковые составляющие, озвучка всех дорожек, заставок и диалоговых окон персонажей. Этот вид локализации популярен среди издателей игр, которые особое внимание уделяют смыслу сюжета. Помимо этого, издатели выбирают этот тип локализации для стран целевой аудитории, население, которого не разговаривает на языке оригинала.

Избыточная локализация. Локализация такого типа делает акцент и на графических файлах, то есть переводятся внутри игровые графические объекты, в основном из-за юридически правил и норм страны. Например, изображение свастики на рынке Германии недопустимо, поэтому локализаторам необходимо видоизменить этот рисунок на другой – нейтральный, не вызывающий ассоциаций [17, с. 307].

Глубокая локализация подразумевает полную локализацию игры вплоть до сценария игры. Особенностью этого уровня локализации является полный перевод и добавление культурных элементов страны целевой аудитории. Например, говоря об адаптации для русскоязычного общества, в игру вводятся привычные фразеологизмы, речевые обороты, поговорки, жаргонизмы или даже

нецензурная лексика. Но игра не просто изменяется, она наполняется другими культурными элементами, песнями, кличками, акцентами, диалектами [19, с. 116].

Такие замены полностью погружают пользователей в игру, не давая ни единого намёка на наличие адаптации. Во время глубокой локализации специалистам приходится вырезать некоторые элементы, которые не соответствуют культурным нормам страны интерпретации [4, с. 79-85]. Этот вид локализации представляет из себя самый глобальный и самый энерго- и денежно затратный. Однако издатели часто сами выбирают глубину локализации для своего продукта, опираясь на целевую аудиторию и особенности того или иного продукта, культурных элементов. Чем больше проводится тонкая работа над мельчайшими деталями – тем идеальнее будет локализован проект [13, с. 241-247].

На основании рассмотренного теоретического материала по локализации как нового вид переводческой деятельности, было установлено следующее.

Локализация является сложнейшим видом перевода, при работе с локализацией переводчик формирует определенные стратегии взаимодействия двух языков: исходного языка и интерпретируемого языка, основными аспектами которого является адаптивность как направленность перевода на культуру-источник. Локализация – это многоуровневый и сложный процесс.

1.2. Локализация в России. Понятие русификации

Локализация игр появилась в конце 20 века, а точнее в 80х гг., когда стремительное развитие компьютеров привело к тому, что игры начали набирать обороты на международном рынке. В это время появляются первые симуляторы,

которые разрабатывались учеными для исследований. Эти игры были снабжены упрощенным интерфейсом, а также гораздо меньшим числом функций, но эти начальные разработки были очень ценными для дальнейшего развития компьютерных игр. В конце 80х гг. самыми популярными стали короткие игры с интенсивным процессом (аркадные), а также появился большой ассортимент игровых консолей и игр для ПК.

Локализацией игр в РФ в 1995-2005 годах занимались компьютерные пираты. Такими компаниями были, например, «Фаргус» и «Акелла». Адаптация продукта, выполненная подобными частниками, подвергалась активным обсуждениям на форумах и вызывала недовольство пользователей. Например, был выполнен перевод популярной игры «WarCraft: Frozen Throne», как «Воевать-мастерить: стул заморозили».

В 90-х годах также локализовали настольные игры. «Monopoly» – одна из самых первых, при локализации получила название «Менеджер». В 90-м году была выпущена игра «Заколдованная страна», прототип американской «Dungeons & Dragons». В 90-х существовало много переводчиков-любителей.

Развитие программирования и дизайна привело к усложнению наполнения и интерфейса. Благодаря эволюции ПО и распространению программ и игр по всему миру появилась необходимость в переводе на другие языки. Таким образом появилась новая территория для исследований – «локализация».

После распада СССР на переводческом поприще произошел своего рода коллапс. Государственные издательства больше не финансировались, это привело к снижению ассортимента продукции и к уменьшению тиража. Появлялось множество компаний, которые занимались переводом, но, так как число конкурентов росло с огромной скоростью, вскоре бизнесмены перестали заботиться о качестве выпускаемой продукции. Цензуры больше не было,

поэтому рынок наводнили ранее запрещенные произведения. Очень часто локализацией занимались непрофессионалы, что существенно влияло на качество выпускаемой продукции.

Нами были проанализированы статьи, конференции, а также учебные материалы на предмет истории развития локализации в России. И, если локализацию игр мы способны проанализировать и проследить ход ее истории, то в отношении локализации ПО и сайтов мы не можем с уверенностью утверждать, когда именно зародилось понятие локализации сайтов и ПО в нашей стране и какой путь был ей пройден. Так, на конференции «LocKit 2017» Марк Лесун (Language Manager, Google) подготовил презентацию «О локализации в двух словах: история одного онлайн-курса», в которой он отразил наглядный пример того, как изучается данная проблема в нашей стране по сравнению с США и Европой [45]. Марк упоминает о том, что в РФ существует всего лишь примерно 18 онлайн-курсов по локализации, по сравнению с Америкой, в которой приблизительно 160 курсов (Рисунок №1). Это даёт нам основания полагать, что данная теория в нашей стране остается непроработанной и не до конца изученной.



Рис. №1

Локализация ПО и сайтов в РФ не имеет подробной истории. В большинстве случаев крупные компании, как, например, Майкрософт, прибегают к полностью автоматизированной локализации ПО, что, конечно же отражается на качестве продукта.

«Известно, что фирмы-производители программного обеспечения тратят на интернационализацию и локализацию своих программ примерно в 20 раз больше средств, чем на процесс их создания» (Рис. 2) [29, с. 8].

Costs of Delayed Internationalization

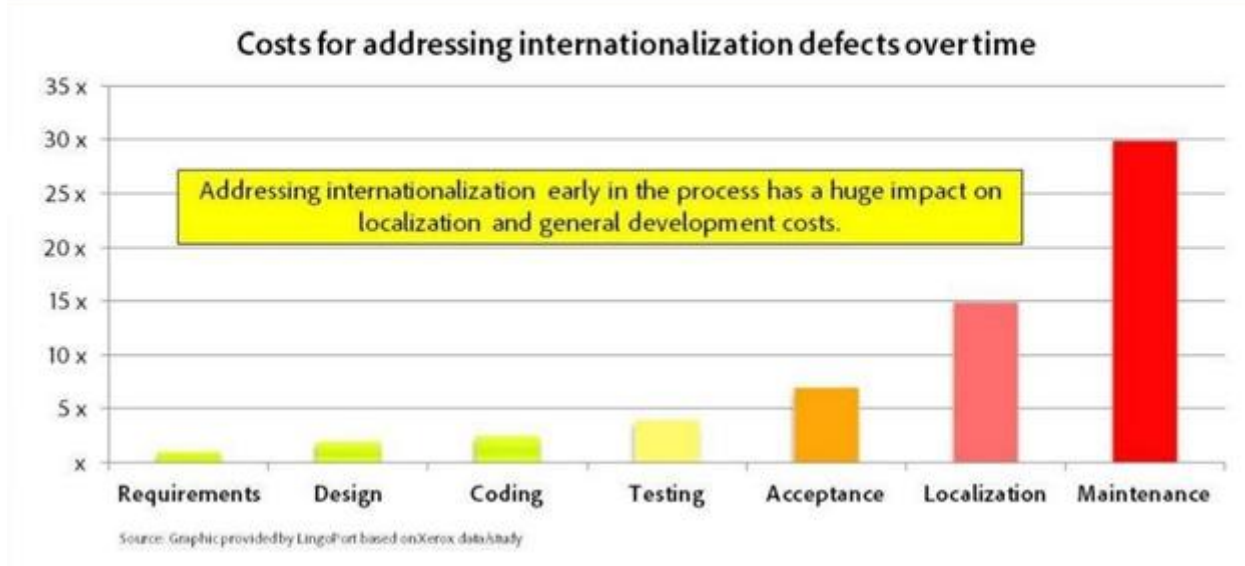


Рис. 2

Основываясь на приведенном выше примере, а также на анализе сайтов и порталов, можно прийти к выводу, что Майкрософт, а также многие другие крупные компании, идут по пути наименьшего сопротивления и, чтобы не тратить и так ограниченный бюджет, полностью автоматизируют процесс локализации сайтов и ПО. Это приводит к тому, что наполняемость продукта выпускается с многочисленными ошибками и неточностями, что будет подробнее разобрано нами в практической части.

Русификация

В связи с тем, что ПК уже не является только лишь инструментом специалистов, а стал нашей повседневностью, появилась потребность в русификации ПО, сайтов и игр. На данный момент интернет переполнен

различными вариантами русифицированных программ. Можно встретить, как профессиональные работы, так и переводы, адаптации низкого качества.

Результаты анализа показывают, что ученые не вывели окончательного определения для русификации в области лингвистики. Опираясь на разные источники, мы постарались сформулировать наше собственное определение русификации.

Русификация в компьютерной и программной инженерии – это локализация продукта, которая позволяет интерфейсу и программному обеспечению взаимодействовать с пользователем на русском языке, используя кириллицу [42].

На основании данных, предоставленных кандидатом физико-математических наук Антоном Чижовым, в рамках видеолекции «История русификации ПК», мы можем частично отследить историю развития современных автоматизированных переводчиков, которые выполняли мгновенный перевод файла/ программы на русский язык.

Русификация появляется с первыми персональными компьютерами; в США, это сентябрь-октябрь 1981 года. В ноябре ПК появляется в Советском Союзе. На протяжении длительного времени компьютер находился в специальной лаборатории, где ученые пытались разобраться и понять, что из себя представляет данное устройство. Выводы исследователей показали, что есть необходимость ввода кириллицы, иначе добиться каких-либо результатов не выйдет.

Компьютеры имели малую мощность из-за чего выполнить русификацию программного обеспечения являлось непростой задачей. Однако ученые смогли добиться своей цели и впервые русификацию ПО представили на конференции в Пущино в 1982 году.

Постепенно мощность компьютеров росла. Появился первый вариант редактора текста. Возник вопрос о том, как следует использовать кириллицу в прикладных пакетах. Так как связи с поставщиками налажены не были, появилась идея провести модификацию пакета в момент загрузки в память ПК с диска. Несмотря на маленькую память в компьютер помещалась специальная программа, которая отслеживала момент загрузки любой другой программы в оперативную память и мгновенно ее переводила. Это позволило русифицировать большое количество программ. Например, одну из первых программ Word, версии DOS [28].

Примерно начиная с 90-х годов западные компании начинают сотрудничать с российскими фирмами для русификации продуктов ПО, сайтов и игр. Необходимость в подобном пиратском переводе постепенно ослабевает.

Официальной датой начала русифицирования ПО и сайтов, можно считать 1993 год, когда была выпущена первая адаптированная версия Windows.

В 2005 году появилась профессиональная (официальная) русифицированная версия Microsoft Disk Operating System (MS-DOS – дисковой операционной системы для компьютеров на базе архитектуры x86). Это послужило толчком к развитию автоматизированных русификаторов. Например, Windows Server 2016 [32].

На сегодняшний момент наиболее точная и полная русификация производится на 3-х уровнях:

- Необходимо обеспечить работу с символами кириллицы;
- Выполнить перевод программы с английского на русский язык;
- Настроить «невербальные» информативные средства, для восприятия российским пользователем [33].

Что касается третьего уровня – по данным ученых люди передают друг другу информацию до 80% при помощи невербальных сигналов. Современные компьютерные программы находятся на высоком уровне и работа в них все больше похожа на диалог компьютера с человеком. В данном случае появляется необходимость в передаче данных за счет невербальных средств.

Следует помнить, что русификации подвергаются 3 объекта:

- Интерфейс программы;
- Алгоритмическая часть;
- Инструкция, справочная информация и прочая документация программы.

Локализация ПО, сайта, игры в РФ проходит несколько стадий. Высокое качество локализации ПО, сайта или игры может быть гарантировано только тогда, когда:

1. Анализируется техническая возможность локализации ПО.

Происходит анализ сложностей, которые могут образоваться в будущем при локализации ПО, сайта или игры, например:

- ограничения по размеру элементов интерфейса, ограничения в использовании шрифтов, которые не содержат кириллицу, и т.д.;
- существует ли возможность изменить региональные настройки ПО, сайта, игры (алфавитная сортировка списков, отображение даты, времени, чисел, валюты);
- насколько точно будет работать программа, проверить технические характеристики.

2. Производится перевод и адаптация ПО

В этот этап входят следующие задачи:

- обеспечить терминологическое единство перевода посредством составления глоссария;
- обеспечить удобство работы переводчиков посредством экспорта текста в удобный формат;
- обеспечить сохранение служебных символов и структуры данных при переводе интерфейса и служебных сообщений;
- обеспечить качественный перевод справочных файлов, документации.

3. Тестируется локализованный продукт.

На данном этапе производится тесное сотрудничество технических специалистов с переводчиками. Перед профессионалами стоят следующие задачи:

- Провести проверку на согласование отдельных фраз;
- Исключить присутствие не уместившихся фраз, слов;
- Исправить обнаруженные ошибки;
- Проверить функциональность ПО.

4. Создаются скриншоты конечного продукта для их последующей публикации и распространения для рекламных целей.

В некоторых фирмах локализация производится не самым тщательным образом (например, в компании Microsoft). Вероятно, к русификации не привлечены лингвисты и филологи, что сказывается на качестве. Например, очень часто в программе мы можем встретить такие корявые переводы, как: «забрать в карман» или «выбрать всё» (по аналогии с «select all»).

При переводе терминов необходимо учитывать традиции, применимые в стране конечного пользователя. К примеру – «Pattern» (экселевская диалоговая панель) переводится на русский язык, как «узор(ы)». Но правильнее было бы присвоить имя «Заполнение», так как эта функция отвечает за фон. Или же команда «Preview», русифицированную, как «Просмотр», грамотнее было бы перевести, как «Макет», чтобы у пользователя не возникало сомнений, что именно скрывается за этой функцией.

Российский рынок локализации: нынешняя ситуация и трудности, с которыми сталкиваются переводчики (локализаторы)

На данный момент интернет это один из самых мощных инструментов для продвижения товаров, предложений и многого другого. С каждым днем растет число механизмов, которые могут помочь в бизнесе. Многие компании занимаются созданием сайтов, а также локализацией, что помогает потенциальным предпринимателям выйти на международный рынок.

«В России рынок переводческих услуг обладает своей спецификой – ряд российских бюро переводов, начинавших свою деятельность как специализированные в той или иной сфере, для того чтобы продолжить существовать в условиях рынка, вынуждены были в итоге стать универсальными, то есть выполнять переводы вне зависимости от тематики. Они также занимаются сопутствующим сервисом, выполняя консульскую легализацию документов, предоставляя юридические услуги, аренду оборудования для синхронного перевода и т.д.» [6].

Такие услуги может оказывать, как частная компания, так и крупная корпорация, в штате которой имеются локализаторы и профессиональные

филологи. Например, компания AWATERA, возникшая в результате слияния ABBYY LS и ТРАКТАТ. Среди компаний, занимающихся локализацией игр, сайтов и ПО – ТрансЛинк (знаковый локализованный продукт – Mafia 3), «1С» (QLOC Studio + «Бука») (самые крупные адаптации – Civilization V, Shadow of Mordor и Skyrim), The Most Games (Dishonored 2, The Witcher 3: Wild Hunt, Fortnite и Doom), Logrus IT (Watch Dogs 2, Assassin’s Creed Chronicles, For Honor, Far Cry Primal).

Пользователи часто недоверчиво относятся к локализованным продуктам, так как имеют негативный опыт в использовании нелегальных версий. Например, в интернете на форумах содержится огромное количество комментариев от возмущенных пользователей. Некоторые программы производства компаний Adobe, D-Studio и Alex Soft имеют чрезвычайно некачественный перевод, что не может не возмущать людей.

Сложности при локализации игр

Во-первых, локализация игр – самый сложный многоуровневый процесс, который требует привлечения огромного количества специалистов из разных областей знаний. Игры – это тысячи страниц текста и диалогов, поэтому требуется перевод наивысшего качества. Миллионы пользователей используют конечный продукт (читают, слушают, смотрят) и они являются самыми строгими судьями профессионализма контента. Перевод выполняется в основном без контекста, что составляет самую главную сложность. Качественная локализация игры – намного более сложная задача, чем локализация фильма.

Во-вторых, для качественной подготовки продукта необходима команда переводчиков, которые знакомы с терминологией и разбираются в играх. Даже

человек хорошо владеющий как русским, так и английским может быть незнаком со следующими словами: **100kkk, Orchid Malevolence, AOE, CC, termagant brood** и др. В такой сфере нужны не просто профессионалы, но люди увлеченные. Составить же профессиональную команду из геймеров – задача непростая.

В-третьих, терминологические трудности. Для носителя английского языка некоторые термины (научно-технические) являются всего лишь переосмыслением уже знакомых слов. В РФ исконные русские слова не могут восприниматься как термины. Вероятнее всего, причина этому – отставание нашей страны в науке и технологиях.

В-четвертых, на данный момент в России продолжает процветать пиратство, что негативно сказывается не только на локализаторах, которые выполняют свою непростую работу, но и на конечных пользователях, которые довольствуются некачественным контентом.

Границы локализационной практики размываются, и терминология активно расширяется за счет процесса заимствования слов из многих областей.

1.3. Виды локализации и особенности техники перевода

В то время как глобализация направлена на глобальную культурную ассимиляцию, локализация, напротив, использует культурную адаптацию для эффективного коммуникативного акта с адресатом – целевой аудиторией продукта – на небольшом, локальном рынке.

Коммуникативный акт в компьютерно-информационной среде можно трактовать не только как процесс лингвистического канала, но и «как

совокупность вербальных, правербальных и экстравербальных сигналов, каждый из которых может быть специфичен только для определенного социо- и лингвокультурного пространства, а соответственно, нести либо нулевое, либо искаженное значение при переносе в плоскость другого языка и культуры».

Таким образом, локализация не просто взаимодействует с исходным и языком перевода, она представляет две совершенно отличные друг от друга картины мира [7]. Её результатом является текст или продукт, который:

- соответствует (или максимально приближен к) культурной среде исходного материала;
- выполнен с учётом лингвистических особенностей целевого языка;
- не искажает заложенный автором смысл в исходный материал.

Виды локализации

Самым простым и поверхностным видом локализации цифровых продуктов считается так называемая **«коробочная локализация»**, которая не затрагивает сам цифровой продукт. При данном виде локализации изменяется только то, что написано на упаковке игрового носителя. Если игра продаётся также и на какой-либо платформе дистрибуции (например, в Steam), то также переводится её страница с описанием и скриншотами в магазине, на чём процесс локализации заканчивается.

Чаще всего она применяется для локализации AAA игр (неформальное обозначение класса высокобюджетных игровых продуктов), если они предназначены для продажи оффлайн и выходят на физическом носителе [36].

Если требуется перевести также и текстовое содержание продукта, то такой вид локализации называется **текстовым**. Например, в игре GTA V команда локализации перевела всё вплоть до субтитров. Игрок, с одной стороны, может послушать и попытаться понять речь персонажей-афроамериканцев, но с другой при этом увидит субтитры на русском языке в случае, если он не знает английский или у него возникают проблемы с пониманием отрывков озвучки. Также этот вид локализации подразумевает перевод следующих элементов [30]:

- Единицы измерения;
- Единицы валют;
- Формат написания дат;
- Формат написания телефонных номеров;
- Формат написания почтовых адресов и индексов;
- Форматирование чисел (десятичный разделитель, группировка цифр);
- Направление письма (в большинстве европейских языков – слева направо, на иврите и арабском- справа налево, на некоторых азиатских языках – вертикально);
- STL – комплексное расположение текста (используется в языках, где символы меняют форму в зависимости от контекста [41]);
- Капитализация частей речи и слов (например, в немецком языке, где все существительные пишутся с большой буквы);
- Знаки препинания (например, цитирование текста с использованием двойных кавычек "" в английском и «» во французском).

Локализация озвучки применяется в играх, где возможно перевести человеческую речь. Для этого подбираются актёры дубляжа, которые озвучивают и записывают переведённые реплики. Если озвучка произведена на хорошем уровне, она не будет восприниматься как нечто чужеродное и незаметно погружать игрока или пользователя в повествование.

Графическая локализация возможна в любом цифровом продукте, где его движок предоставляет возможности для перевода элементов дизайна, текстур, моделей и других графических объектов – переводится всё, что не является текстовыми данными.

Например, если в игре-шутере имеется модель забора с какими-либо надписями на нём, графическая локализация подразумевает, что всё, что может увидеть игрок, следует перевести. Это могут быть также надписи на бумаге, записки, вывески лавок и магазинов, и т.д.

Если, кроме описания скриншотов и коробки (при наличии), переводятся также и страница помощи, названия кнопок, меню и прочие элементы управления, то такая локализация называется **локализацией интерфейса**. В играх данный вид может иногда восприниматься странно без использования одновременно с другими видами, потому что кнопку «Играть» игрок может нажать на русском, но при этом субтитры и сама история игры будет повествоваться полностью на другом языке.

Данный вид встречается довольно часто из-за того, что он является основным типом локализации для сайтов и приложений – основной контент (статусы, посты и другие типы) является недетерминированным (неизменным на любом языке), так как его создают сами пользователи.

При использовании данного вида локализуются следующие элементы:

- Горячие клавиши. Сочетания клавиш могут использовать только кнопки, которые имеются на раскладке клавиатуры локализованного языка. Если сочетание соответствует слову на определенном языке (например, Ctrl+S соответствует «save», т.е. «сохранить»), его может потребоваться изменить.
- Страницы и ссылки на правовые требования, которые разнятся в разных странах. Соблюдение нормативных требований может потребовать настройки для конкретной юрисдикции или изменения продукта в целом. Они включают в себя [30]:
 - Политика конфиденциальности;
 - Дополнительные отказы от ответственности на сайте, в приложении или на коробке;
 - Различные требования к потребительской маркировке (для физических носителей);
 - Соблюдение экспортных ограничений и правил в области шифрования;
 - Соблюдение режима интернет-цензуры ;
 - Требования к специальным возможностям (accessibility);
 - Политика сбора налогов, таких как налог с продаж, налог на добавленную стоимость или таможенные пошлины;
 - Чувствительность к различным политическим вопросам, таким как споры о географических названиях и спорные границы на картах.

Машинный перевод. Используется для перевода недетерминированного текстового контента в социальных сетях или для создания первоначального, чернового варианта перевода продукта.

Данный вид локализации не является стабильным и часто склонен к ошибкам в грамматике, орфографии и стилистике (особенно распространённой ошибкой является употребление неправильной терминологии) [40].

Особенности техники перевода цифровых продуктов

Локализация цифровых продуктов осложняется уникальными техническими проблемами и особенностями, для которых грамотный переводчик должен уметь находить способы решения.

Во-первых, задача переводчика осложняется **проблемой представления исходного материала**. Для лучшего качества локализации все лингвистические ресурсы, извлечённые из игры, приложения или сайта должны быть представлены переводчикам в удобном и читаемом формате.

Для локализации ПО под операционную систему macOS используют специализированные программы для редактирования файлов «plist», которые содержат «ключи» (уникальные идентификаторы строк) и “значения” (непосредственно контент, который необходимо локализовать) [40].

Локализаторы игр же используют электронные таблицы. Информация в ячейках не обязательно представляется в хронологическом порядке: она всё равно сможет предоставить переводчику необходимый контекст, например, при помощи представления монологов и диалогов персонажей игр в отдельных колонках с дополнительной контекстуальной информацией. Перевод игр при помощи электронных таблиц чаще всего становится трудоёмким и запутанным, из-за чего у переводчика может нарушиться понимание контекста и могут появиться ошибки [48].

На данный момент не существует единого, унифицированного вида представления данных. Переводчики могут применять его различные виды: от редактирования файлов обычным текстовым редактором до использования специализированного ПО. В основном этот выбор не зависит от самого локализатора: работать приходится с тем, что поддерживает движок продукта. Более того, не каждый инструмент локализации будет работать на устройстве локализатора из-за особенностей операционной системы.

Вторая проблема связана с тем, что **рабочее пространство ограничено**, особенно в случае пользовательского интерфейса с его меню, справкой, всплывающими окнами и другими элементами интерфейса. Оно перестаёт быть функциональным и подчиняется правилам дизайна продукта.

Игры часто используют поля для ввода, размер которых изменить не предоставляется возможным: данная информация находится в исходном коде. Русские статистически длиннее английских, а это означает, что локализаторы должны быть осторожны при соблюдении установленного выделенного пространства.

Это ограничение также может быть представлено в виде лимитов по времени: некоторые игровые движки не будут поддерживать локализованные файлы реплик, если они длиннее оригинальных по времени.

Так, в игре Portal в начале игры локализованные реплики главного антагониста – ИИ GLaDOS – были значительно длиннее оригинальных, из-за чего происходит рассинхронизация игровых событий с голосовой дорожкой, из-за чего теряется комический эффект. Такая локализация является некачественной, потому что озвучка не только не сохраняет тон оригинального повествования, но и порождает ошибки в ходе игры.

Чтобы справиться с разницей в длине слов, локализаторам приходится находить более короткие (или длинные) эквиваленты для синхронизации движения губ и длины субтитров (данный процесс называется «lipsync» – синхронизация губ), что часто сопровождается потерей или искажением изначального смысла. Например, текстовая строка одной из кнопок интерфейса программы Steam иллюстрирует разницу длин между русским и английскими синтаксическими конструкциями:

Check for Video Driver Updates...	Проверить наличие обновлений графического драйвера...
-----------------------------------	--

Третья проблема заключается в **переводе терминологии и неологизмов**. Ключевая терминология должна быть унифицирована, чтобы игра, приложение или сайт был согласован внутренне и с последующими продуктами из этой серии (например, в виде продолжения игры). Для этого большинство групп локализаторов используют сервисы Translation Memory (TM), которые составляют глоссарии. Переводчики используют их, чтобы не допускать разнородных вариантов перевода одних и тех же слов.

Четвёртая, главная особенность локализации цифровых продуктов, особенность состоит в том, что **результат вывода может являться динамичным**, т.е. включать в разных частях строки специальные маркеры для вставки других данных. Компьютер использует специальные шаблоны, которые определяют, какие части текста всегда будут неизменны, а какие следует изменить или вовсе опустить при выводе результата.

Таким образом, подлежащие локализации строки содержат информацию не только для конечного пользователя, но и для самого компьютера: как образовывать множественные числа слов, какие цифры необходимо подставить в строку, и т.д.

Внедрение программного кода, метаданных и переменных непосредственно в подлежащие локализации текстовые строки (также известных как “теги”) накладывает дополнительные обязательства на локализатора: если нарушить синтаксис вспомогательного кода, то в лучшем случае строка отобразится неправильно (и информацию не поймёт пользователь), а в худшем – приведёт к ошибкам во всём продукте (из-за чего информацию не поймёт компьютер и не станет отображать её вовсе).

Переводчику нужно уметь отделить полезную нагрузку от вспомогательной информации, а при необходимости – уметь её трансформировать.

Последняя, пятая особенность состоит в том, что в некоторых случаях **локализация не будет возможна из-за особенностей языка локализации**, т.е. не по вине локализатора или неправильного синтаксиса. Игра, программа или сайт не будут способны отобразить локализованный контент из-за того, что компания или разработчик не соблюдали принцип интернационализации.

Такой недостаток невозможно исправить на стадии локализации. Чтобы устранить ограничения, коренным образом влияющие на процесс локализации, задействуют работу программистов и разработчиков. Например, вводится **псевдолокализация** – метод интернационализации ПО, при котором вместо перевода текста программного обеспечения на иностранный язык текстовые элементы приложения, игры или сайта заменяются видоизменённой версией исходного языка.

Account Settings	[!!! Àççôûñţ Şéţţîñğş !!!]
------------------	----------------------------

Пример псевдолокализованного элемента меню. В полученной строке присутствуют акценты (диакритики) и символы пунктуации.

Эти изменения делают исходные слова менее читабельными и включают в себя наиболее проблемные знаки языков мира, различную длину текста, и направление письма.

Псевдолокализация является общепринятой мерой интернационализации, предназначенной для определения распространённых типов ошибок ещё в начале цикла разработки (до самого процесса локализации) путем механической замены всех локализуемых элементов специальным псевдоязыком, который свободно распознаётся носителями исходного языка, но при этом содержит большинство “проблемных” элементов из других языков.

Хотя псевдолокализация является инструментом разработки, а не инструментом локализации, произвести без неё полноценный процесс локализации невозможно [47].

Чтобы удостовериться в качестве и правильности перевода с вспомогательной информацией часто прибегают к работе в команде редакторов, супервизоров и программистов. Таким образом, локализация становится командной работой, так как одной задачи переводчика становится недостаточно.

Способы локализации

Ключевые стратегии, которые могут использоваться для большинства цифровых продуктов, были описаны Альберто Фернандес Косталесом [22, с.

385-408]. Они зависят от характера культуры языка, социокультурного контекста принимающей страны, а также от сроков и цели нового продукта. Этими стратегиями являются:

Нулевой перевод, т.е. перевод без изменения изначального текста. Эта техника может быть полезна при переводе специфической терминологии, а также терминологии, эквивалент которой найти не представляется возможным. Например названия комбо, статусных эффектов и движений в Dota 2, персонажей, оружия, транспортных средств, локаций, предметов и сами названия игр также не переводятся:

<u>Aphotic Shield</u> summons dark energies around an ally unit, creating a shield that absorbs a set amount of damage before expiring.	<u>Aphotic Shield</u> окружает союзника щитом из тёмной энергии, который поглощает некоторое количество урона.
---	--

Вторая стратегия, **транскреация**, требует не только непосредственный процесс перевода, но и творческий подход, из-за чего добавляются или изменяются названия внутриигровых элементов. Это перевод, который нарушает баланс в сторону целевой аудитории, но в то же время не изменяет геймплей. Переводчик может найти целесообразным применить такой способ, чтобы приблизить игровой процесс к игрокам.

Транскреация требует использование различных переводческих трансформаций, таких как модуляция, лексически и грамматические перестановки. Данный метод часто приводит к появлению новой терминологии,

особенно в тех случаях, когда переводчик работает с неродственными языками (например, английский и русский):

<p>This next test involves <u>discouragement redirection cubes</u>. I'd just finished building them before you had your, well, episode. So now we'll both get to see how they work.</p>	<p>Следующее испытание связано с <u>кубами преломления подавленности</u>. Я сконструировала их буквально накануне твоего... эпизода. Теперь мы сможем посмотреть, как они работают.</p>
---	---

В Portal 2 некоторые игровые элементы были переведены российскими переводчиками с творческим подходом. Данный пример иллюстрирует технику транскреации, используемую для перевода ключевых игровых механик.

Дословный вариант «кубы перенаправления уныния» не звучит естественно для носителей русского языка, поэтому команда локализации выбрала новый вариант в качестве функционального эквивалента, который точно передает коммуникативную цель строки – кубы преломляют смертоносные лазеры, которые отталкивают игрока от себя.

Дословный перевод применяется при переводе игр спортивного жанра, гоночных игр, аркад и таких симуляторов, в которых есть технические термины. Поскольку тематическое содержание может варьироваться от простого, как в аркадах, до очень сложного, как в спортивных и военных симуляторах, от переводчика потребуются специальные знания, относящихся к конкретному жанру, предмету или области.

Э.А. Дмитриева отмечает, что дословный перевод следует отделять от “буквализма” – переводческого приёма, при котором всегда сохраняется порядок слов и стиль оригинала, даже если перевод будет звучать неестественно.

Дословный перевод допускает использование различных переводческих трансформаций, если при этом сохраняется широкое значение слова [5, с. 14]:

<p>The Enrichment Center reminds you that although circumstances may appear bleak, you are not alone. All Aperture Science <u>personality constructs</u> will remain functional in apocalyptic, low power environments of as few as 1.1 volts.</p>	<p>Центр развития напоминает, что, хотя ситуация может казаться безрадостной, вы не одиноки. <u>Личностные конструкции</u> Лаборатории продолжают работать и в пост-апокалиптических условиях.</p>
--	--

Последняя, **компенсационная стратегия** предполагает частичное (или полное) перефразирования и обычно используется при работе с особым юмором, акцентами, игрой слов и каламбурами. Переводчик вводит новые функциональные эквиваленты, позволяющие компенсировать потерю смысла при помощи описательного перевода.

А.Т. Анисимова утверждает, что категории “правильного” и “неправильного” перевода в данном случае неуместны, так как перед переводчиком стоит задача передать тональность и эмоциональность оригинала [1, с. 85]. В языке локализации необязательно найдутся такие лексические единицы, которые способны полностью передать оттенки оригинального значения без искажения смысла. В данном случае стратегия – это компромисс между оригинальной и целевой культурой:

<p>You have just passed through an</p>	<p>Вы пересекли поле анти-</p>
--	--------------------------------

Aperture Science Material Emancipation Grill.	экспроприации, которое при контакте испепеляет любое неразрешенное оборудование.
---	--

Вывод по главе 1

Проходит активное развитие и кооперация локализаторов и людей с техническим образованием в части плодотворной работы над адаптацией игр в РФ. Что касается программного обеспечения и сайтов, до сих пор этому не уделяется достаточно внимания и многие процессы по локализации и русификации недостаточно освещены в лингвистической литературе. Хотелось бы подчеркнуть, что до сих пор используются автоматизированные «русификаторы» и «локализаторы», которые не проверяются и не анализируются, что приводит к плохому качеству продукта.

Существует четыре основные стратегии, которые могут быть использованы в процессе локализации цифровых продуктов. Для проведения успешной локализации одних переводческих знаний недостаточно: для достижения наилучшего результата локализатор не только не должен исказить оригинал, но и применять своё собственное воображение, чтобы передать опыт и ощущения от использования продукта на оригинальном языке.

На локализатора накладываются дополнительные обязанности, такие как соблюдение синтаксиса разметки тегов, дополнительных метаданных, а также ограничений рабочего пространства.

В свою очередь, самому локализатору должны быть предоставлены соответствующие технические возможности: специализированное ПО,

оригинальный материал с контекстуальной информацией (при её наличии). Архитектуру цифрового продукта необходимо заранее подготовить: внедрить в него методы интернационализации, что требует значительных усилий от его разработчиков.

Глава 2. Локализация веб-приложений

С целью определения особенностей в процессе локализации веб-приложений в данной работе был произведён анализ социальной сети Mastodon, так как современные социальные сети являются динамично развивающимися сайтами с постоянно обновляемым функционалом.

Локализация - необходимый этап вывода социальной сети на новый рынок.

2.1. Цикл локализации

Так как Mastodon является веб-сервисом, т.е. не является законченным продуктом и постоянно обновляется, процесс локализации является циклическим. Установленный цикл локализации Mastodon разделён на 4 этапа, после окончания которого процесс начинается сначала.

1. Сбор оригинального материала

Прежде чем начать процесс подготовки оригинального материала на английском языке, необходимо удостовериться, что приложение возможно локализовать технически. Архитектура Mastodon поддерживает локализацию на многие языки мира благодаря тому, что в процессе разработки сети применялись принципы интернационализации:

- Отображаемые строки хранятся отдельно от кода приложения
- Архитектура приложения поддерживает кодировку Юникод (UTF-8)
- Разработчики предоставляют инструкции по интеграции локализованных файлов в проект

Все эти факторы позволяют убедиться, что приложение действительно возможно локализовать, и что изменение файлов со строками не будет зависеть от самого кода приложения.

Сбор подлежащего локализации материала осуществляют сами разработчики, после чего загружают полученные данные в сторонний сервис Crowdin - облачное решение ТМ, которое облегчает управление процессом локализации. Именно в этом (независимом от Mastodon) сервисе происходит эффективное управление всем многоязычным контентом по адресу: <https://crowdin.com/translate/mastodon/>.

2. Редактирование

Локализаторы и переводчики осуществляют свою работу, устанавливая связь между оригинальными строками и их локализованными вариантами. Crowdin, как решение ТМС, отвечает за анализ и обработку полученного материала, составляя глоссарии и память перевода для контекста, релевантного для проекта Mastodon.

Следует отметить, что формат рабочего процесса представляет собой редактирование электронной таблицы без предоставления контекста. Строки разделены на несколько файлов, отвечающие за каждую логическую часть сети, но дополнительных пояснений для локализаторов не предусмотрено.

Ответственная за проект команда оставляет отзывы, вносит корректировки и критикует предлагаемые изменения в комментариях. После достижения консенсуса утверждается один, наиболее полный вариант с учётом ранее обсуждённых аспектов.

3. Интеграция

Чтобы избежать излишней траты ресурсов, выгрузка локализованных файлов, как правило, происходит после «заморозки» нового функционала платформы. Локализация не происходит параллельно с разработкой нового функционала, так как в этот период исходный материал нестабилен и может меняться кардинальным образом.

Когда разработчики уверены, что в исходный код больше не будут вноситься какие-либо существенные изменения, они экспортируют файлы из Crowdin в форматах «.json» и «.yaml» для их последующей интеграции в само приложение.

В данном этапе не принимают участие сами локализаторы и переводчики. Его цель - проверить работоспособность изменений программистами и тестировщиками. Дальнейшие действия зависят от того, работает ли функциональность приложения после интеграции новых файлов должным образом, а также имеются ли видимые погрешности в новом представлении сайта (например, соблюдены ли лимиты длины для строк, и т.д.).

4. Публикация

Mastodon - распределённая социальная сеть. В отличие от Facebook или Twitter, где все пользовательские данные находятся на серверах одной частной компании, распределённую сеть может установить любой желающий. Полученная «копия» будет обмениваться данными с другими, образуя иллюзию единого портала для пользователей.

После того, как исходный код претерпевает изменения, каждой копии Mastodon необходимо обновиться до последней версии, чтобы получить новые локализованные файлы.

На этом этапе представление сайта на новом языке тестируется уже самими пользователями. Разработчики получают от них обратную связь, и, по

мере необходимости, начинают цикл сначала, если необходимо внести корректировки в локализованные файлы или добавить новую функциональность в приложение.

Данный цикл соответствует предложенной стратегии локализации ПО, предложенной В. А. Калмыковым и Г. И. Макаровой [Калмыков В.А., Макарова Г.И. с74].

2.2. Особенности локализации веб-приложений

Так как Mastodon является сложным веб-приложением и социальная платформа, предназначенная для обмена сообщениями между пользователями, преобладающим видом локализации является **текстовая и локализация интерфейса**.

Приложение использует метод цифровой дистрибуции без посредников, владельцы серверов могут скачать и установить Mastodon без ограничений, а пользователям потребуется лишь регистрация на сервере. Физические носители не используются и, соответственно, локализации не подвергались.

Графические файлы не были предоставлены локализаторам, а промо-материалы сопровождаются субтитрами, переведёнными энтузиастами на платформе YouTube. Так как перевод видео не осуществлялся официальной командой локализации, в данной работе они не учитывались.

Стилистика сообщений интерфейса

Все сообщения интерфейса (в том числе сообщения об ошибках) используют понятные, простые и полужурнальные конструкции. Пользователю

не обязательно видеть коды ошибок и другие технические подробности, поэтому они были полностью или частично опущены.

Если же технические подробности необходимы или в строках используются сложные термины, с которыми пользователь может быть не знаком, то такие строки сопровождаются короткими справочными комментариями:

Posts from these servers will be hidden in public timelines and conversations, and no notifications will be generated from their users' interactions, unless you are following them:	Посты с этих серверов будут скрыты из публичных лент и обсуждений, как и не будут рассылаться уведомления касательно действий удалённых пользователей, если, конечно, вы не подписаны на них:
Unfortunately, there was an error looking up the remote account	К сожалению, при поиске удалённой учётной записи возникла ошибка
Keybase tokens are hashes of signatures and must be 66 hex characters	Токены Keybase — это хэши от подписей и должны быть по длине в 66 hex-символов

Второстепенные данные

Веб-приложения предоставляют динамичные интерфейсы. Это означает, что в любой момент времени выведенная на экран строка может измениться. Динамические строки используются для показа количества подписчиков, времени публикации записи и других данных (числовых или текстовых).

Локализатору предоставляется метка - переменная, в которой будут содержаться эти данные. Формат их представления известен заранее, локализатору требуется лишь указать место, где эти данные должны располагаться так, чтобы результат звучал естественно для пользователя. При отображении метка будет заменена на непосредственные данные, которые она содержит. Явление, при котором строки содержат такие метки, называется **шаблонизацией** [21, с. 39].

Here is a brief summary of the messages you missed since your last visit on % {since}	Вот краткая сводка сообщений, которые вы пропустили с последнего захода % {since}
Your data was successfully uploaded and will now be processed in due time	Ваши данные были успешно загружены и будут обработаны с должной скоростью
The cryptographic connection failed. Please try again from % {provider}.	Криптографическое соединение не установлено. Попробуйте ещё раз на % {provider}.

Динамический контент накладывает дополнительные ограничения на локализатора: рабочее пространство на экране ограничено, и длина значения переменной заранее может быть неизвестна. Команде приходится учитывать это при составлении перевода, и соответствующим образом изменять строки.

Необходимо отметить, что вместо шаблонизации были найдены строки, где используется менее гибкий способ внедрения второстепенных данных - **конкатенация**. Она представляет собой линейный способ объединения данных без возможности изменения порядка частей предложения, и именно поэтому

является неоптимальным вариантом при разработке приложений, так как успешная локализация для языков со специфическим порядком слов может быть невозможна [50, с. 17].

invalid_domain: is not a valid domain name	invalid_domain: не является корректным доменным именем
unrecognized_emoji: is not a recognized emoji	unrecognized_emoji: не является распознанным эмодзи
reblogged: boosted	reblogged: продвинул(а)
acct: Moved to	acct: имя@домен новой учётной записи

Такие обособленные строки не раскрывают смысл полностью: они подразумевают, что перед ними (или после них) будет представлена ещё одна строка, заключающая в себе то, к чему относится изначальная. Изменить их порядок невозможно.

Шаблонизация позволяет избежать проблем с порядком слов, однако, это не устраняет остальные сложности адаптации контента для целевой локали. Русский язык - флективный, что создаёт потребность учёта различных форм окончаний. Так, существует потребность для изменения слов в соответствии с числом и падежом, чем обосновано использование **комплексной шаблонизации** [50, с. 41]:

б. status_count_after: one: status other: statuses	status_count_after: few: поста many: постов
--	---

	one: пост_ other: поста_
--	-----------------------------

Так как комплексные шаблоны позволяют выбирать вариант из заранее известных критериев и условий, они также используются для локализации единиц измерения и времени в соответствии с принятыми в целевой стране стандартами.

Например, с помощью такого комплексного шаблона был локализован формат написания дат в РФ («день, месяц, год» вместо «месяц, день, год»):

date: formats: default: "%b %d, %Y"	date: formats: default: "%d %b %Y"
---	--

Также в строках интерфейса были **обнаружены теги языка разметки HTML**, отвечающие за форматирование текста и ссылки. Данные теги не несут (текстовой) информации для пользователя - они предназначены для самого компьютера и не влияют на конечную длину строки.

What are featured hashtags? They are displayed prominently on your public profile and allow people to browse your public posts specifically under those hashtags. They are a great tool for keeping track of creative works or long-term projects.	Особенные хэштеги отображаются в вашем профиле и позволяют людям просматривать ваши посты, отмеченные ими. Это отличный инструмент для отслеживания долгосрочных проектов и творческих работ.
If you wish to delete your account, you can proceed	Удалить свою учётную запись можно в два счёта

here	здесь
------	-------

. You will be asked for confirmation.

, но прежде у вас будет спрошено подтверждение.

Проблема перевода пользовательского контента

Полностью локализованного интерфейса социальной сети может быть недостаточно, когда большая часть внимания пользователя уделяется непосредственному контенту, который он потребляет - коротким «постам» - текстовым записям других пользователей. Однако, в виду технических и юридических ограничений, перевести его не всегда представляется возможным.

Социальная сеть Twitter решила данную проблему, внедрив стороннюю технологию машинного перевода для иноязычного контента. Пользователь может нажать соответствующую ссылку и перевод будет произведён автоматически при помощи сервиса Google Translate.

Несмотря на то, что машинный перевод допускает различные ошибки, в большинстве случаев он даёт понять общее представление, о чём идёт речь в записи.

Mastodon не обладает техническими и финансовыми возможностями, как у сети Twitter, что не позволяет предоставлять платформе перевод пользовательского контента.

Тем не менее, проблема разнородности языков пользовательского контента в Mastodon выражена менее ярко: в силу своей открытости и принципа федеративности, авторы сети поощряют создавать отдельные серверы для каждого языка в мире. Пользователи при регистрации могут выбрать такой сервер, на котором используются знакомые им языки.

Единообразие языка интерфейса и пользовательского контента создают наиболее полный и комфортный опыт от использования продукта.

Локализация маскотов

Проявление индивидуальности и «характера» приложений при помощи «маскотов» - персонажей талисманов - также требует внимания локализатора. Они служат для продвижения брендов и повышения узнаваемости продуктов. Маскотом рассматриваемого приложения является безымянный мастодонт - вымершее млекопитающее из отряда хоботных. Записи (посты) пользователей называются «**toots**», что является примером ономотопии - звукоподражающих слов. В английском языке это слово обозначает звук, когда трубят слоны.

В русском языке команда переводчиков не нашла подходящего функционального эквивалента, который бы точно передал тон оригинала, поэтому им пришлось найти компромисс: переводчики решили полностью нейтрализовать оттенок оригинального слова «**toots**», заменив его устоявшимся термином микроблогов – «**постами**».

Локализаторы социальной сети Twitter с птицей-маскотом голубого цвета столкнулись с подобным случаем, но воспользовалась альтернативной стратегией: не обнаружив эквивалента слову «**tweet**», локализаторы ввели новый контекстуальный неологизм, образованный при помощи буквального перевода - «**твит**». Данный вариант непонятен русскоязычному пользователю, но из-за широкой аудитории сети (и высокой степени узнаваемости её маскота) его чужеродность принимается как допустимая условность.

Из этого можно сделать вывод, что в цифровом продукте важно донести до пользователя или игрока суть происходящих явлений, не исказив при этом смысла. Практически, если локализатору не удаётся сохранить стилистику

оригинала, компенсационная стратегия и такие переводческие трансформации, как генерализация и экспликация, являются приемлемым вариантом при условии, что узнаваемость бренда не позволяет воспользоваться буквализмом.

Адаптация реалий

Пользователям локальных рынков должна предоставляться актуальная и понятная информация. Так, локализация строк, описывающих реалии, может представлять определённые сложности, если в языке целевой аудитории не удаётся найти аналог или подобное явление.

Команда локализации Mastodon учитывает актуальные и популярные технологии, использующиеся в РФ. В данном случае команде удалось найти функциональный аналог, эквивалентный оригиналу. Так, при использовании двухэтапной аутентификации учётной записи социальная сеть будет предоставлять информацию о тех мобильных приложениях, которыми пользуется большинство пользователей:

Scan this QR code into Google Authenticator or a similiar TOTP app on your phone.	Отсканируйте этот QR-код с помощью Google Authenticator , Яндекс.Ключа или любого подобного приложения.
--	---

2.3. Распространённые ошибки при локализации веб-приложений

Mastodon - сложный проект, для локализации которого требуется множество файлов с тысячами символов. В ходе практического анализа было

выявлено несколько типов основных ошибок и неточностей, допущенных при локализационном процессе.

This account is a virtual actor used to represent the server itself and not any individual user.	Эта учетная запись является виртуальным персонажем , используемым для представления самого сервера, а не какого-либо пользователя.
---	---

Так, в официальной локализации использует термин «виртуальный персонаж», что не является корректным вариантом. Виртуальные персонажи используются в играх для обозначения физически существующих игроков, что противоречит второй части оригинального высказывания.

Технически обмен данными с другими «копиями» осуществляется через обычную учётную запись, которая необходима обычным пользователям социальных сетей. В данном случае строка поясняет, что одна из записей не принадлежит человеку, а лишь является формальностью, обусловленной техническим исполнением протокола синхронизации данных.

Данный случай является **ошибкой в употреблении терминологии**. Несмотря на то, что Mastodon использует ТМ-сервис для создания единого глоссария, к явлению «virtual actor» правильного варианта предложено не было. Мы предполагаем, что это обосновано низкой важностью этой строки, так как не было выявлено ни одного сервера Mastodon, где бы встречалась эта строка.

В файлах локали обнаружены строки, переведённые при помощи **машинного перевода**, так как в них можно заметить нарушение правил перевода имён собственных (название приложения) и обильное использование дословного перевода. В таких строках присутствуют неправильные термины и нарушения в

стилистике сообщений. Однако, большая часть такого материала не используется или является устаревшей и будет удалена в ближайших обновлениях.

<p><u>Mastodon</u> generally allows you to view content from and interact with users from any other server in the fediverse. These are the exceptions that have been made on this particular server.</p>	<p><u>Mastodon</u> в основном позволяет просматривать содержимое и взаимодействовать с другими пользователями любых серверов в федерации. Вот исключения, сделанные конкретно для этого сервера.</p>
--	--

В некоторых частях материала найден **эллипсис**, обоснование которому обнаружить не удалось: рабочее пространство не было ограничено, а само предложение не предоставляет необходимый контекст пользователю:

<p>Mastodon can auto-report accounts that send repeated unsolicited messages. <u>There may be false positives.</u></p>	<p>Мастодон может автоматически сообщать об учётных записях, отправляющих повторяющиеся нежелательные сообщения.</p>
--	--

В результате анализа также были обнаружены **синтаксические ошибки** (в основном комплексных шаблонов). В оригинальном варианте «one» опущены кавычки, из-за чего был нарушен синтаксис шаблона. Весь файл автоматически может быть признан повреждённым и вызвать критическую ошибку в приложении.

max_uses: one: 1 use other: "% {count} uses"	max_uses: few: "%{count} исп." many: "%{count} исп." one: 1 исп other: "%{count} исп"
--	---

Вывод по главе 2

В результате практического анализа было обнаружено, что социальная сеть Mastodon (её интерфейс и вся текстовая информация) практически полностью была локализована. Графических, видео и аудио материалов официально найдено или локализовано не было.

Наиболее распространённым видом локализации оказался **текстовый**, а наиболее продуктивный её способ - **транскреация**. Компенсационная стратегия практически не встречается, так как общение с пользователем происходит дружелюбно, но формально.

Вид локализации	Кол-во ед.
Транскреация	52
Дословный перевод	37
Компенсационная стратегия	3
Нулевой перевод	4
Машинный перевод	2

Наиболее распространённые виды внедрения второстепенной информации в исходные строки:

Тип второстепенной информации	Кол-во ед.
Нет	71
Комплексная шаблонизация	9
HTML теги	7
Конкатенация	7
Шаблонизация	6

Из-за использования конкатенации некоторые строки не учитывают род, падеж или число слов. Локализаторы попытались исправить этот технический недостаток, добавив варианты возможных окончаний (флексий) в скобках.

Несмотря на то, что в процессе локализации и перевода были задействованы меры по предотвращению неточностей (тестирование и использование сервисов ТМ), были обнаружены следующие ошибки:

Тип ошибки	Кол-во ед.
Нет	78
Разнородность терминологии	9
Двусмысленность	3
Использование неправильной терминологии	3
Необоснованный эллипсис и усечения	3
Искажение смысла	2

Орфографические ошибки	1
Неправильный синтаксис разметки	1

Несмотря на наличие систем и средств автоматического (машинного) перевода, локализатору всё ещё необходимо уметь вручную переводить материал во избежание искажения смысла и допущения ошибок.

Была выявлена частотность наиболее продуктивных переводческих трансформаций и авторских изменений:

Тип изменения	Кол-во ед.
Семантическая замена	14
Модуляция	9
Эллипсис\усечения	7
Грамматические перестановки, изменения структуры	6
Генерализация	6
Авторские вставки	4
Изменение стилистической окраски	2
Конкретизация	1
Экспликация	1

Из результата анализа можно сделать вывод, что добиться качественного результата можно только при взаимодействии группы специалистов: тестировщиков, переводчиков, программистов и других людей, работающих над продуктом.

Даже при наличии автоматизированных средств тестирования и перевода необходимо тщательно тестировать файлы локали вручную на наличие синтаксических и смысловых ошибок.

Заключение

Локализация сайтов, приложений и игр является относительно новым направлением, поэтому оно подвержено ошибкам, неточностям, а также осложняется отсутствием единого подхода локализации в силу разнородности использованного стека технологий в каждом уникальном сайте. Она охватывает многие области – экономику, политику, лингвистику и основы программирования. Для успешной локализации требуются некоторые технические навыки и знания, чтобы уметь работать и видоизменять предоставляемый материал.

Для создания гибкого цифрового продукта, способного конкурировать со схожими на любых рынках, компаниям приходится задействовать множество команд, состоящих из программистов, редакторов и локализаторов.

В процессе изучения теории и выполнения практической работы мы проанализировали локализацию как лингвистическую дисциплину, её нынешнюю ситуацию на рынке цифровых продуктов, а также рассмотрели способы и особенности при локализации цифровых продуктов. Мы пришли к следующим выводам:

- В связи с развитием рынка игр, а также программного обеспечения, увеличивается спрос на иностранную продукцию, что требует качественной локализации, которая удовлетворит потребности современных пользователей. Нами были проанализированы работы Михайлова Е., Молчанова Е., Кушниковой Л.В., Дрожжих А.В. и других ученых лингвистов, изучавших локализацию. В связи с чем мы пришли к выводу, что на данный момент теория не в полной мере обоснована, поэтому наше исследование является хорошим материалом для более детального изучения данной проблемы;

- Довольно часто локализацию сводят к простому переводу, что является в корне неверным. Поскольку локализация подразумевает не только перевод, но также адаптацию сайта, игры или социальной сети к национально-культурным особенностям страны. Необходимо уметь различать перевод и локализацию;
- Из анализа теоретических и практических материалов мы вывели значимость точного перевода компьютерной лексики. Достоверность при переводе компьютерных терминов – одна из главных задач, стоящих перед локализатором. В основном термины передаются при помощи калькирования, транскрибирования или описательного перевода;
- Существует проблема в соблюдении единообразия при локализации продукта. Во время анализа локализованных сайтов и игр, мы столкнулись с большой вариативностью терминологии. Следует помнить, что некоторые словоформы уже имеют устоявшиеся лексические единицы в конечном языке;
- При локализации продукта недостаточно усилий одних переводчиков. В английском и русском языках существуют различия, что означает изменения не только самого текста, но и кода, реорганизации архитектуры, изображений и прочих элементов под различные сценарии отображения. В связи с этим необходимо наладить тесный контакт с техническими специалистами и проводить консультации на каждом этапе цикла локализации;
- При локализации веб-сайтов, игр и приложений следует также выполнять перевод руководства программы и справочных материалов. В этом случае главной задачей является сохранение лексики, использованной в интерфейсе;

- Ключевыми стратегиями при локализации цифровых продуктов являются: нулевой перевод, транскреация, дословный перевод, а также компенсационная стратегия. Последний вид является наиболее продуктивным при локализации игр;
- Использование машинного перевода на данный момент не является действенной альтернативой, так как грамотность автоматического перевода до сих пор остается на достаточно низком уровне.

Материалами нашего исследования послужили файлы русскоязычной локали интерфейса социальной сети Mastodon, веб-портала Microsoft SharePoint Portal Server, а также тексты игр The Last of Us, Uncharted: Drake`s Fortune и Uncharted 2: Among Thieves.

На основании всего вышеизложенного мы можем сделать вывод, что актуальность и польза данной работы состоит в уникальном анализе проблем, возникающих при локализации цифровых продуктов. Нами были систематизированы основные неточности, а также выделены удачные решения переводчиков. Мы предоставили альтернативные способы решения представленных в практической части ошибок.

Из этого следует, что локализатор должен уметь производить не только лексические, синтаксические и грамматические трансформации, но также творчески подходить к специфическим культурным особенностям конечного пользователя.

Библиография

1. Анисимова А.Т. Феномен компьютерной игры в переводческом дискурсе. // Южный институт менеджмента, Краснодар, 2018. с. 85.
2. Батюкова Н.А. Многоязычная локализация в современном виртуальном пространстве // Образовательные технологии в виртуальном лингвокоммуникативном пространстве: IV Международная Виртуальная научно-практическая конференция по русистике, литературе и культуре: Сборник научных докладов. США, Вермонт, Мидлбери колледж и др. Ер.: Лимуш, 2011. с. 42-45.
3. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник. - М.: КНОРУС, 2009 0 672 с.
4. Быкова И.А. Межкультурная коммуникация: сопоставительное исследование когнитивно-культурных факторов перевода // Вестник РУДН. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2013. №2 С.79-85.
5. Дмитриева Э.А., Ткаченко В.В. Дословный перевод как дополнительный инструмент при обучении письменному переводу // БГУ, 2015. с. 14.
6. Жабина Л.В. О переводе названий компьютерных игр (на материале английского и русского языков) // Язык и культура (Новосибирск). 2015. №19. с. 77.
7. Зинкевич О.В. Локализация как процесс лингвистической трансформации структуры и содержания динамического текста // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2008. с. 3.

8. Лукина М. С. Компьютерная лексика в интернет пространстве русского и французского языков // Вестник челгу. 2013. №35 (326) С.79-84.
9. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: автореф. дисс. ... докт. филол. Наук. Волгоград, 2009. с. 10-11.
10. Маркина Н.С., Лапшина М. С., Алексеева Е. С. Глобализация; локальный подход к глобальной задаче // Вестник МГЛУ. - 2011. - №612.
11. Масленникова Е.М. Художественный перевод: когнитивная матрица и лингвистическая (не)равноценность 2014, с. 157.
12. Медведева Е.В Рекламный текст как переводческая проблема // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. - 2003. - №4 - с.23-42.
13. Мерлян С. Е. Локализация как разновидность переводческой деятельности; науч. рук. С. А. Песоцкая // Коммуникативные аспекты языка и культуры: сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых, г. Томск, 21-23 мая 2014 г. : в 3 ч. - Томск : Изд-во ТПУ, 2014. Ч. 1. с. 241-247.
14. Мосин М. Вспоминаем тех, благодаря кому у нас были компьютерные игры на русском языке. Игровые девяностые. Режим доступа: <http://xakep.ru/2015/01/14/old-translators/>.
15. Муравьёва Д.Д., Яренчук Е.Э. Локализация и перевод. К вопросу локализации компьютерных игр // Перевод и межкультурная коммуникация: теория и практика. 2018. № 5. с. 32-37.
16. Назарова И.П. Машинный перевод иноязычного текста и ошибки, возникающие в процессе перевода // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. 2012. с.2.

17. Сафронова А.П. Этико-правовые аспекты перевода компьютерных игр // Научный альманах. 2017. №4-2(30). с. 304.
18. Сухарева Е.Е., Шурлина О.В. Анализ качества перевода и локализации интернет-представительств компаний // Вестник ВГУ. 2016. с. 85.
19. Тихонов В.В. Языковая локализация как проблема перевода видеоигр // Сборник статей Международной практической конференции. 2017.
20. Фищенко Л.Г. Структура рекламного текста: учебно-практическое пособие. - СПб: Петербургский институт печати, 2003. – 232 с.
21. Andras Kornai - Mathematical Linguistics - Springer Science & Business Media Nov 10, 2007 с. 17-42.
22. Costales A. F. Exploring Translation Strategies in Video Game Localization / A. F. Costales // Monographs in Translation and Interpreting. – 2012. – №4. – p. 385-408.
23. Esselink B. A Practical Guide to Localization / B. Esselink. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2000. – 488 p.
24. J Jakobson, R. On Linguistic Aspects of Translation / R. Jakobson // Venuti L. (ed.) The Translation Studies Reader – L.; N.Y.: Routledge, 2000. – p. 113-118.
25. O’Hagan, M. Video Games as a New Domain for Translation Research: From Translating Text to Translating Experience / M. O’Hagan // Tradumàtica: traducció i tecnologies de la informació i la comunicació. – 2007. – №5. – p. 1-7.
26. O’Hagan, M., Mangiron C, Games Localization: When Arigato Gets Lost in Translation / M. O’Hagan, C. Mangiron – Proceedings: New Zealand Game Developers Conference Proceedings, 2004. – p. 57-62.

27. Pym Anthony/ Exploring Translation Series. - London and New York: Routledge, 2010. - P. 120-142.

Электронные ресурсы

28. История русификации ПК – Антон Чижов – <https://www.youtube.com/watch?v=mI41kVq9h3o>
29. Лингвистическое и косметическое тестирование программ «Лаборатории Касперского» – <https://ict.moscow/presentation/lingvisticheskoe-i-kosmeticheskoe-testirovanie-programm-laboratorii-kasperskogo/>
30. Локализация программного обеспечения – https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D0%B5%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F
31. Молчанова Н., Михайлова Е. Локализация как разновидность переводческой деятельности: лингвистические, технологические, психологические аспекты/ II Общероссийская студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум» – <http://www.rae.ru/forum2010/7/776> [Дата обращения: 27.01.2017]
32. Русификация Windows Server 2016 – <https://zen.yandex.ru/media/id/5a3211a177d0e6afcba2adfd/rusifikaciia-windows-server-2016-gde-vziat-russkii-language-pack-dlia-angliiskoi-versii-5b08f273256d5c417a61b251>

33. Русификация программных продуктов – <http://optics.sinp.msu.ru/fnn/russ.html>
34. Русское бюро переводов – <http://rusburo.ru/lokalizatsiya-saytov-portalov-pochti/> [Дата обращения: 27.01.2017]
35. Студенческий научный форум – 2010 – <https://scienceforum.ru/2010/article/2010000776>
36. Что такое локализация и чем она отличается от перевода? – <https://apptractor.ru/info/articles/что-такое-локализация-i-chem-ona-otlichaetsya-ot-perevoda.html>
37. Эко У. Сказать почти то же самое. Опыты о переводе. М.: Акт, 2015 – <https://e-libra.ru/read/367142-skazat-pochti-to-zhe-samoe-opyty-o-perevode.html>
38. Якунина В. Г., Шевченко Е. В. Лингвоиндустрия: Локализация и перевод 2017, с. 17 – <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvoindustriya-lokalizatsiya-i-perevod/viewer>
39. Amazon Translate – <https://aws.amazon.com/ru/translate/>
40. CAT программа – <https://ru.smartcat.ai/blog/cat-tools-programma-dlya-perevodchikov/>
41. Complex text layout – https://en.wikipedia.org/wiki/Complex_text_layout
42. Computer Russification – https://en.wikipedia.org/wiki/Computer_Russification
43. Info.plist Localization – <https://medium.com/@guerrix/info-plist-localization-ad5daaea732a>
44. Internationalization and localization – https://en.wikipedia.org/wiki/Internationalization_and_localization

45. LocKit 2017 – конференция по локализации игр и ПО – <https://www.youtube.com/watch?v=2Nhkv2s7-XE&list=PL6luDL1wpAFozWvX3-w5YdUnRLnGgN7Vg&index=8&t=0s>
46. Microsoft SharePoint Оценочное руководство – <https://docplayer.ru/29983912-Microsoft-sharepoint-ocenochnoe-rukovodstvo-dlya-tehnicheskikh-direktorov-i-lic-otvetstvennyh-za-prinyatie-delovyh-resheniy.html>
47. Pseudolocalization – <https://en.wikipedia.org/wiki/Pseudolocalization>
48. Spreadsheets for localization: One step forward, two steps back – <https://lokalisese.com/blog/spreadsheets-localization/>

Приложение 1. Примеры для практического анализа

Оригинальная строка	Локализованная строка	Предлагаемые изменения	Использованные виды локализации и трансформации
<p>1. This account is a virtual actor used to represent the server itself and not any individual user.</p>	<p>Эта учетная запись является виртуальным персонажем, используемым для представления самого сервера, а не какого-либо пользователя.</p>	<p>Эта учетная запись является виртуальным представлением всего сервера, а не конкретного пользователя.</p>	<p>Ошибка в употреблении терминологии Дословный перевод</p>
<p>2. It is used for federation purposes and should not be blocked unless you want to block the whole instance, in which case you should use a domain block.</p>	<p>Используется для целей федерации и не должен быть заблокирован, если вы не хотите заблокировать всю инстанцию, вместо этого лучше использовать доменную блокировку.</p>		<p>Дословный перевод Разнородная терминология</p>
<p>3. Browse a profile directory and filter by</p>	<p>Изучите каталог и найдите профили по интересам</p>		<p>Транскреация</p>

interests			
4. Browse a live stream of public posts from this server	Просматривайте в реальном времени новые посты с этого сервера		Транскреация Модуляция
5. See what's happening	Узнайте, что происходит вокруг		Транскреация Модуляция
6. status_count_after: one: status other: statuses	status_count_after: few: поста many: постов one: пост other: поста		Дословный перевод по шаблону с учётом падежей и множественного числа
7. Media files from these servers will not be processed or stored, and no thumbnails will be displayed, requiring manual click-through to the original file:	Медиафайлы с этих серверов не будут обработаны или сохранены. Их миниатюры не будут отображаться и вам придётся вручную нажимать на исходный файл:		Транскреация Замена сложного словосочетания на более простое и распространённое явление при помощи модуляции
8. Posts from these	Посты с этих серверов будут		Дословный перевод

<p>servers will be hidden in public timelines and conversations, and no notifications will be generated from their users' interactions, unless you are following them:</p>	<p>скрыты из публичных лент и обсуждений, как и не будут рассылаться уведомления касательно действий удалённых пользователей, если, конечно, вы не подписаны на них:</p>		<p>Изменена стилистика строки, чтобы быть более дружелюбной к пользователю</p> <p>Конкатенация</p>
<p>9. No data from these servers will be processed, stored or exchanged, where any interaction or communication with users from these servers is impossible:</p>	<p>Обмен, хранение и обработка данных с этих серверов будут прекращены, что сделает невозможным взаимодействие или общение с пользователями с этих серверов:</p>		<p>Транскреация</p> <p>Модуляция</p>
<p>10. Mastodon generally allows you to view content from and interact with users from any other server in the fediverse. These are the exceptions that have been made on</p>	<p>Mastodon в основном позволяет просматривать содержимое и взаимодействовать с другими пользователями любых серверов в федерации. Вот исключения,</p>	<p>Мастодон в основном позволяет просматривать содержимое и взаимодействовать с другими пользователями любых серверов в федерации. Вот исключения, сделанные</p>	<p>Нулевой перевод</p> <p>Нарушение разнородности существующей терминологии (Mastodon\Мастодон)</p>

<p>this particular server.</p>	<p>сделанные конкретно для этого сервера:</p>	<p>конкретно для этого сервера: <i>(локализовано название приложения)</i></p>	<p>Конкатенация</p>
<p>11. Mastodon can auto-report accounts that send repeated unsolicited messages. There may be false positives.</p>	<p>Мастодон может автоматически сообщать об учётных записях, отправляющих повторяющиеся нежелательные сообщения.</p>	<p>Мастодон будет сообщать вам об учётных записях, часто отправляющих нежелательные сообщения. Учтите, что возможны ложные срабатывания. <i>(локализовано название приложения, добавлена опущенная информация)</i></p>	<p>Дословный перевод Нарушение разнородности существующей терминологии (Mastodon\Мастодон) Необоснованно опущена вторая часть предложения.</p>
<p>12. Anti-spam automation</p>	<p>Анти-спам</p>		<p>Транскреация Эллипсис, уход к абстрактному и более короткому явлению</p>
<p>13. Display link to public timeline on landing page</p>	<p>Показывать публичную ленту на приветственной</p>		<p>Транскреация</p>

and allow API access to the public timeline without authentication	странице		Эллипсис информации про API, так как обычному пользователю она не необходима
14. Trending hashtags	Популярные хэштеги	Популярные хештеги <i>(Исправлено написание)</i>	Дословный перевод Орфографическая ошибка в написании устоявшегося технического термина
15. Allow hashtags to trend without prior review	Разрешить добавление хештегов в список актуальных без предварительной проверки	Отображать популярные хештеги без премодерации <i>(Предлагаемый вариант имеет тот же смысл, но занимает меньше места)</i>	Транскреация Экспликация
16. Mark as sensitive	Отметить как деликатное	Небезопасное для просмотра <i>(Использован устоявшийся термин в Интернете)</i>	Дословный перевод

17. Breakdown of today's usage by source:	Разбивка сегодняшнего использования по источникам:	Сводка использований из источников:	Дословный перевод Нарушен смысл предложения
18. % {count} posting today	% {count} чел. пишут об этом	% {count} человек пишут об этом	Транскреация Шаблонизация Необоснованное сокращение (рабочего пространства на странице достаточно), комплексная шаблонизация могла бы учесть множественное число.
19. The hashtag #% {name} is trending today, but has not been previously reviewed . It will not be displayed publicly unless you allow it to, or just save the form as it is to never hear about	Хэштег #% {name} актуален сегодня, но не был проверен . Он не будет отображаться публично, если вы не одобрите его, или просто сохраните эту форму как есть, чтоб никогда больше о нём не слышать.	Сегодня актуален хештег #% {name}, но он ещё не прошёл премодерацию. Он не будет отображаться, пока вы его не одобрите. Чтобы больше его никогда не видеть, сохраните страницу без изменений.	Транскреация

it again.		<i>(Предложенный вариант занимает больше места, но более понятно объясняет суть происходящего на экране; сохранена стилистика)</i>	
20. Successfully created a new alias. You can now initiate the move from the old account.	Новый псевдоним установлен . Теперь вы можете начать миграцию со старой учётной записи.		Транскреация
21. If you want to move from another account to this one, here you can create an alias, which is required before you can proceed with moving followers from the old account to this one. This action by itself is harmless and reversible .	Если вы собираетесь мигрировать с другой учётной записи на эту, вы можете настроить псевдоним, что требуется для переноса подписчиков со старой учётной записи. Это действие само по себе безвредно и обратимо . Миграция учётной		Транскреация Внедрены теги HTML Использование различных терминов для обозначения одного явления.

<p>The account migration is initiated from the old account.</p>	<p>записи начинается со старой учётной записи.</p>		
<p>22. Advanced web interface</p>	<p>Многоколоночный интерфейс</p>		<p>Транскреация</p> <p>Авторы приложения пришли к соглашению, что наличие более одной колонки на экране усложняет интерфейс.</p> <p>Уход от “продвинутого интерфейса” к конкретизированному явлению в локализованной версии более чем обоснован.</p>
<p>23. If you want to make use of your entire screen width, the advanced web interface allows you to configure many different columns to see as much information at the same</p>	<p>Если вы хотите использовать всю ширину экрана, расширенный веб-интерфейс позволяет настроить множество различных столбцов, чтобы увидеть столько</p>	<p>Если вы хотите использовать всю ширину экрана, многоколоночный веб-интерфейс позволяет настроить множество различных столбцов, чтобы увидеть столько информации,</p>	<p>Дословный перевод.</p> <p>Разнородная терминология (расширенный веб-интерфейс\многоколоночный интерфейс)</p>

time as you want: Home, notifications, federated timeline, any number of lists and hashtags.	информации, сколько вы хотите: главную ленту, уведомления, глобальную ленту, любое количество списков и хэштегов.	сколько вы хотите: главную ленту, уведомления, глобальную ленту, любое количество списков и хэштегов. <i>(Исправлена орфография, унифицирована терминология)</i>	
24. Change e-mail preferences	Настроить уведомления можно здесь	Настроить почтовые уведомления <i>(Исправлена путаница с уведомлениями на главной странице)</i>	Транскреация Генерализация
25. Regenerate access token	Повторно сгенерировать токен доступа	Повторно сгенерировать код доступа <i>(Токен - технический термин, предлагается более простое явление, знакомое любому пользователю)</i>	Транскреация

<p>26. If you wish to delete your account, you can <code>proceed here</code>. You will be asked for confirmation.</p>	<p>Удалить свою учётную запись <code>можно в два счёта здесь</code>, но прежде у вас будет спрошено подтверждение.</p>	<p>Удалить учётную запись <code>можно одним кликом здесь</code> после подтверждения.</p> <p><i>(Уменьшен размер строки, сохранена стилистика)</i></p>	<p>Транскреация Шаблонизация Внедрены теги HTML</p>
<p>27. Sign up on Mastodon today!</p>	<p>Зарегистрируйтесь в Mastodon уже сегодня!</p>	<p>Присоединяйтесь к Mastodon!</p> <p><i>(Дейктик времени “сегодня” непродуктивен в русском языке и не несёт смысловой нагрузки в интерфейсах социальных сетей; полностью переписана строка с помощью транскреации)</i></p>	<p>Дословный перевод</p>
<p>28. With an account, you will be able to follow people, post updates and exchange messages with users from any Mastodon</p>	<p>Имея учётную запись, вы можете подписываться на людей, постить обновления, обмениваться сообщениями с пользователями любых</p>	<p>Зарегистрируйтесь, чтобы подписываться на пользователей, публиковать сообщения и переписываться с пользователями Mastodon и</p>	<p>Транскреация</p>

server and more!	узлов Mastodon и не только!	не только! (Строка адаптирована для русскоязычной речи)	
29. Your account is fully operational .	Ваша учётная запись в полном порядке .		Транскреация Неформальная стилистика
30. Trouble logging in?	Не удаётся войти?		Транскреация
31. Unfortunately, there was an error looking up the remote account	К сожалению, при поиске удалённой учётной записи возникла ошибка	К сожалению, не удалось найти учётную запись на другом сервере (Устранена двусмысленность)	Транскреация Слово “удалённой” двусмысленно: - запись была удалена - запись находится на другом сервере
32. Or, you can just close this window .	Или просто закройте это окно .	Или просто закройте эту страницу . (Устранена	Дословный перевод Слово “окно” двусмысленно: - окно сайта

		<i>двусмысленность, чтобы пользователь случайно не закрыл браузер, вместо вкладки)</i>	- окно браузера
33. date: formats: default: "%b %d, % Y"	date: formats: default: "%d %b %Y"		Дословный перевод по шаблону Локализован формат написания дат ("день, месяц, год" вместо "месяц, день, год")
34. datetime: distance_in_words: about_x_hours: "% {count}h" about_x_months: "% {count}mo" about_x_years: "% {count}y" almost_x_years: "% {count}y" half_a_minute: Just	datetime: distance_in_words: about_x_hours: "% {count}ч" about_x_months: "% {count}мес" about_x_years: "% {count}г" almost_x_years: "% {count}г" half_a_minute: Только		Дословный перевод по шаблону Локализованы единицы времени

<p>now</p> <p>less_than_x_minut es: "% {count}m"</p> <p>less_than_x_second s: Just now</p> <p>over_x_years: "% {count}y"</p> <p>x_days: "% {count}d"</p> <p>x_minutes: "% {count}m"</p> <p>x_months: "% {count}mo"</p> <p>x_seconds: "% {count}s"</p>	<p>что</p> <p>less_than_x_minutes: "% {count}мин"</p> <p>less_than_x_seconds: Только что</p> <p>over_x_years: "% {count}г"</p> <p>x_days: "% {count}д"</p> <p>x_minutes: "% {count}мин"</p> <p>x_months: "% {count}мес"</p> <p>x_seconds: "% {count}сек"</p>		
<p>35. Before proceeding, please read these notes carefully:</p>	<p>Внимательно прочитайте следующую информацию перед началом:</p>	<p>Внимательно прочитайте следующую информацию перед продолжением:</p> <p><i>(Эта строка используется</i></p>	<p>Транскреация</p> <p>Изменён порядок частей предложения</p>

		<i>при отображении пошаговых процессов; “начало” может оказаться вторым или третьим по счёту, из-за чего у пользователя может нарушиться ход действий)</i>	
36. Content that has been cached by other servers may persist.	Некоторые данные, обработанные другими узлами , однако, могут храниться ещё какое-то время	Некоторые данные на других серверах Mastodon могут храниться ещё какое-то время.	Транскреация Технический термин “кэширование” заменён на более простой и понятный
37. invalid_domain: is not a valid domain name	invalid_domain: не является корректным доменным именем		Дословный перевод Конкатенация При переводе на другие языки могут возникнуть проблемы, если по строению предложение будет отличаться от английского.
38. Security verification	Проверка безопасности не		Нулевой перевод

failed. Are you blocking cookies ?	удалась. Возможно, Вы блокируете cookies ?		
39. We're sorry, but something went wrong on our end.	Приносим извинения, но на нашей стороне что-то пошло не так.		Транскреация Использована стилистика “дружелюбных” сообщений
40. You can request an archive of your toots and uploaded media . The exported data will be in the ActivityPub format, readable by any compliant software. You can request an archive every 7 days.	Вы можете запросить архив своих постов и загруженных медиа-файлов . Экспортированные данные будут в формате ActivityPub, который можно прочесть любой соответствующей программой. Запрашивать архив можно каждые 7 дней.		Компенсационная стратегия. Генерализация: звукоподражание оригинала невозможно передать на русском языке.

41. What are featured hashtags? They are displayed	Особенные хэштеги _ отображаются в вашем профиле и позволяют		Транскреация Внедрены теги HTML
---	---	--	------------------------------------

prominently on your public profile and allow people to browse your public posts specifically under those hashtags. They are a great tool for keeping track of creative works or long-term projects.	людям просматривать ваши посты, отмеченные ими. Это отличный инструмент для отслеживания долгосрочных проектов и творческих работ.		Изменена структура предложения.
42. Public timelines	Публичные ленты		Дословный перевод
43. None or invalid context supplied	Некорректный контекст или ничего	Отсутствует или указан неправильный контекст <i>(Исправлен смысл строки)</i>	Машинный перевод
44. Changes successfully saved!	Изменения успешно сохранены!		Дословный перевод
45. No batch actions available on this page	На этой странице нет запланированных действий	Нет доступных пакетных действий для страницы <i>(Исправлен смысл строки; так как данная строка</i>	Транскреация Использована неправильная терминология

		<i>используется в интерфейсе модерирования, использован устоявшийся технический термин)</i>	Смена порядка слов
46. validation_errors: one: Something isn't quite right yet! Please review the error below other: Something isn't quite right yet! Please review % {count} errors below	validation_errors: few: Что-то здесь не так! Пожалуйста, прочитайте о % {count} ошибках ниже many: Что-то здесь не так! Пожалуйста, прочитайте о % {count} ошибках ниже one: Что-то здесь не так! Пожалуйста, прочитайте об ошибке ниже other: Что-то здесь не так! Пожалуйста, прочитайте о % {count} ошибках ниже	validation_errors: few: Ой, произошли следующие ошибки: many: Ой, произошли следующие ошибки: one: Ой, произошла ошибка! other: Ой, произошли следующие ошибки: <i>(Количество ошибок не является полезной информацией для пользователя, и было опущено для экономии экранного пространства)</i>	Транскреация Шаблонизация Склонение слова “ошибка” по числу и падежам
47. Authorize this cryptographic connection ?	Авторизовать эту криптографическую связь ?	Авторизовать это криптографическое	Дословный перевод

		соединение? <i>(Термин заменён на правильный вариант)</i>	Ошибка в употреблении терминологии
48. The cryptographic connection failed. Please try again from % {provider}.	Криптографическое соединение не установлено. Попробуйте ещё раз на % {provider}.		Транскреация Шаблонизация В данной строке использован уже правильный перевод слова “connection”
49. Keybase tokens are hashes of signatures and must be 66 hex characters	Токены Keybase — это хэши от подписей и должны быть по длине в 66 hex-символов	Токены Keybase — это хэши от подписей длиной в 66 hex-символов <i>(Уменьшен размер строки)</i>	Нулевой перевод
50. Keybase does not recognize this token as a signature of Keybase user % {kb_username}. Please	Keybase не распознаёт этот токен как подпись пользователя % {kb_username}.	Keybase не распознал этот токен как подпись пользователя % {kb_username}. Пожалуйста,	Дословный перевод

retry from Keybase.	Пожалуйста, повторите на Keybase.	повторите попытку в Keybase. <i>(Исправлено согласование времён - действие уже произошло на момент показа строки)</i>	
51. Your data was successfully uploaded and will now be processed in due time	Ваши данные были успешно загружены и будут обработаны с должной скоростью	Ваши данные загружены и будут скоро обработаны <i>(Действие автоматически успешно, так как не показано сообщение об ошибке. Слово “успешно” в данном контексте не имеет смысла.)</i>	Транскреация
52. In Memoriam.	В память о пользователе.		Транскреация
53. max_uses: one: 1 use other: "% {count} uses"	max_uses: few: "% {count} исп." many: "% {count} исп." one: 1 исп other: "% {count} исп"	max_uses: few: "% {count} использования." many: "% {count} использования" one: “1 использование”	Дословный перевод по шаблону Склонение слова “использование” по числу и падежам

		<p>other: "% {count} использований"</p> <p><i>(Раскрыты сокращения, исправлен синтаксис)</i></p>	<p>Технически склонение для русского языка реализовано правильно, но окончания сокращены, что полностью лишает эту строку смысла.</p> <p>В двух последних вариантах опущены точки.</p> <p>В варианте “one” опущены кавычки, из-за чего нарушен синтаксис. Весь файл автоматически может быть признан неправильным.</p>
54. Generate and share links with others to grant access to	Создавайте и делитесь ссылками с другими, чтобы	Создавайте и делитесь ссылками с другими, чтобы	Транскреация

<p>this server</p>	<p>предоставить им доступом к этому узлу</p>	<p>предоставить им доступом к этому серверу</p>	<p>Использована разнородная терминология</p>
<p>55. acct: Moved to</p>	<p>acct: имя@домен новой учётной записи</p>		<p>Транскреация Конкатенация</p>
<p>56. errors: already_moved: is the same account you have already moved to missing_also_known_as: is not back-referencing this account move_to_self: cannot be current account not_found: could not be found on_cooldown: You are on cooldown</p>	<p>errors: already_moved: это та же учётная запись, на которую вы мигрировали missing_also_known_as: не ссылается на эту учетную запись move_to_self: не может быть текущей учётной записью not_found: не удалось найти on_cooldown: Вы пока не можете переехать</p>		<p>Транскреация по шаблону типа ошибки Модуляция</p>

<p>57. Here is a brief summary of the messages you missed since your last visit on % {since}</p>	<p>Вот краткая сводка сообщений, которые вы пропустили с последнего захода % {since}</p>	<p>Вот, что вы пропустили с % {since}</p> <p><i>(уменьшен размер строки, исправлена стилистика для русского языка)</i></p>	<p>Дословный перевод</p> <p>Шаблонизация</p>
<p>58. % {name} mentioned you in:</p>	<p>% {name} упомянул(а) Вас в:</p>		<p>Транскреация</p> <p>Шаблонизация</p> <p>Не используется шаблонизация, что не позволяет учитывать род токена</p>
<p>59. new_followers_summary: one: Also, you have acquired one new follower while being away! Yay! other: Also, you have acquired % {count} new followers while being away!</p>	<p>new_followers_summary: few: У вас появилось % {count} новых подписчика! Отлично! many: У вас появилось % {count} новых подписчиков! Отлично! one: Также, пока вас не</p>		<p>Транскреация по шаблону</p> <p>Шаблонизация</p> <p>Склонение словосочетания “новый подписчик” по числу и</p>

Amazing!	<p>было, у вас появился новый подписчик! Ура!</p> <p>other: Также, пока вас не было, у вас появилось % {count} новых подписчиков! Отлично!</p>		падежам
<p>60.</p> <p>number:</p> <p>human:</p> <p>decimal_units:</p> <p>format: "%n%u"</p> <p>units:</p> <p>billion: B</p> <p>million: M</p> <p>quadrillion: Q</p> <p>thousand: K</p> <p>trillion: T</p> <p>unit: "</p>	<p>number:</p> <p>human:</p> <p>decimal_units:</p> <p>format: "%n %u"</p> <p>units:</p> <p>billion: млрд</p> <p>million: млн</p> <p>quadrillion: квадрлн</p> <p>thousand: тыс</p> <p>trillion: трлн</p>		Дословный перевод по шаблону мер измерения

<p>61.</p> <p>pagination:</p>	<p>pagination:</p> <p>newer: Новее</p>		Дословный перевод по шаблону
-------------------------------	--	--	------------------------------

<p>newer: Newer next: Next older: Older prev: Prev truncate: "&hellip;";</p>	<p>next: След older: Старше prev: Пред truncate: "&hellip;";</p>		<p>Внедрён код HTML символа</p>
<p>62. unrecognized_emoji: is not a recognized emoji</p>	<p>unrecognized_emoji: не является распознанным ЭМОДЗИ</p>		<p>Дословный перевод Конкатенация</p>
<p>63. Enter your handle you want to act from</p>	<p>Введите свой имя@домен для продолжения</p>	<p>Введите свой адрес (имя@домен) для продолжения <i>(Введён новый термин для обозначения адреса пользователя, а также добавлено его толкование)</i></p>	<p>Транскреация В русском языке нет устоявшегося термина для “handle”, адреса пользователя на сервере.</p>
<p>64. These are the web browsers currently logged in to your Mastodon account.</p>	<p>Здесь отображаются все веб-браузеры, в которых выполнен вход в вашу учётную запись. <i>Авторизованные приложения</i></p>		<p>Транскреация. Добавлена часть от переводчика.</p>

	<i>отображаются в другой секции.</i>		Возможно, в локализованной версии приложения пользователи путали секции настроек, что побудило локализаторов добавить пояснение.
65. The status you are trying to reply to does not appear to exist.	Пост , на который вы пытаетесь ответить, не существует или удалён.		Транскреация.
66. Sign in to participate in the conversation	Войдите, чтобы принять участие в дискуссии	Войдите, чтобы принять участие в обсуждении	Транскреация
67. reblogged: boosted	reblogged: продвинул(а)		Транскреация Введён новый неологизм - “продвинуть”, альтернатива “ретвитнуть”.

			Конкатенация
68. terms: body_html: <h2>Privacy Policy</h2> <h3 id="collect">What information do we collect?</h3>	-		Нулевой перевод Локализованная версия политики конфиденциальности отсутствует, хотя локализация интерфейса подразумевает перевод юридических документов
69. Enter the code generated by your authenticator app to confirm	Для подтверждения введите код, сгенерированный приложением- аутентификатором		Дословный перевод Разнородные термины: “аутентификация” и “авторизация”
70. If you enable two-factor authentication , logging in will require	<i>На этой странице</i> можно включить двухфакторную авторизацию : с ней,	Здесь можно включить двухфакторную аутентификацию : запрос ввести короткий	Транскреация Разнородные термины: “аутентификация” и

<p>you to be in possession of your phone, which will generate tokens for you to enter.</p>	<p>чтобы войти в свою учётную запись, потребуется ввести небольшой временный код, генерируемый через приложение на своём смартфоне.</p>	<p>временный код, генерируемый через приложение на своём смартфоне при каждом входе в вашу запись.</p> <p>(Унифицирована терминология, переписано предложение для русского языка)</p>	<p>“авторизация”</p> <p>Авторские вставки</p>
<p>71. Generate recovery codes</p>	<p>Сгенерировать коды восстановления</p>		<p>Дословный перевод</p>
<p>72. Scan this QR code into Google Authenticator or a similiar TOTP app on your phone. From now on, that app will generate tokens that you will have to enter when logging in.</p>	<p>Отсканируйте этот QR-код с помощью Google Authenticator, Яндекс.Ключа или любого другого подобного приложения. После сканирования и добавления, приложение начнёт генерировать коды, которые потребуется вводить для завершения входа в учётную</p>		<p>Транскреация.</p> <p>Внедрены теги HTML</p> <p>Авторская вставка: добавлено локальное приложение для двухфакторной аутентификации</p>

	запись.		
73. You requested a full backup of your Mastodon account. It's now ready for download!	Вы запросили архив всех данных вашей учётной записи Mastodon. <i>Что ж</i> , он готов к скачиванию.	Архив всех данных вашей учётной записи Mastodon готов к скачиванию. <i>(Упрощено и укорочено)</i>	Транскреация
74. You can customize your profile by uploading an avatar, header , changing your display name and more. If you'd like to review new followers before they're allowed to follow you, you can lock your account.	Настройте свой профиль, загрузив аватарку, шапку , изменив отображаемое имя и ещё много чего. Если вы хотите вручную рассматривать и подтверждать подписчиков, можно закрыть свою учётную запись.		Транскреация
75. full_handle: Your full handle	full_handle: Ваше обращение	full_handle: Ваш адрес <i>(унифицирована терминология)</i>	Дословный перевод Ранее использовался вариант “имя@домен”.

			Конкатенация
76. This is what you would tell your friends so they can message or follow you from another server.	То , что Вы хотите сообщить своим друзьям, чтобы они могли написать Вам или подписаться с другого узла.	Это то , что нужно сообщить друзьям, чтобы они могли вам написать или подписаться с другого сервера.	Дословный перевод
77. Start posting! Even without followers your public messages may be seen by others, for example on the local timeline and in hashtags. You may want to introduce yourself on the #introductions hashtag.	Начните постить! Ваши публичные посты могут видеть другие, например, в локальной ленте или по хэштегам, даже если у вас нет подписчиков. Вы также можете поздороваться с остальными и представиться, используя хэштег #приветствие .	Опубликуйте что-нибудь! Ваши публичные посты могут видеть другие, например, в локальной ленте или по хэштегам, даже если у вас нет подписчиков. Вы также можете поздороваться с остальными и представиться, используя хэштег #приветствие .	Дословный перевод Локализован хэштег, который позволяет отделить русскоязычные посты от иностранных
78. В глобальной ленте отображается сеть Mastodon . Но в ней показаны посты только от людей, на которых подписаны вы	The federated timeline is a firehose view of the Mastodon network . But it only includes people your neighbours are subscribed to, so it's not complete.		Транскреация

и ваши соседи , поэтому лента может быть неполной.			
79. The local timeline is a firehose view of people on % {instance}. These are your immediate neighbours!	В локальной ленте показаны посты от людей с % {instance}. Это ваши непосредственные соседи!		Транскреация Шаблонизация
80. If your mobile browser offers you to add Mastodon to your homescreen , you can receive push notifications. It acts like a native app in many ways!	Если ваш мобильный браузер предлагает добавить иконку Mastodon на домашний экран, то вы можете получать push-уведомления. Прямо как полноценное приложение!		Транскреация
81. Welcome aboard, % {name}!	Добро пожаловать на борт, % {name}!		Транскреация

<p>82. You are logged in via an external service, so password and e-mail settings are not available.</p>	<p>Вы залогинены через сторонний сервис, поэтому настройки e-mail и пароля недоступны.</p>	<p>Настройки e-mail и пароля недоступны, так как вы вошли через сторонний сервис.</p> <p><i>(Исправлена стилистика и изменён порядок слов)</i></p>	<p>Транскреация</p>
<p>83. You can verify yourself as the owner of the links in your profile metadata. For that, the linked website must contain a link back to your Mastodon profile. The link back must have a <code>rel="me"</code> attribute. The text content of the link does not matter. Here is an example:</p>	<p>Владение ссылками в профиле можно подтвердить. Для этого на указанном сайте должна содержаться ссылка на ваш профиль Mastodon, а у самой ссылки должен быть атрибут <code>rel="me"</code>. Что внутри ссылки — значения не имеет. Вот вам пример ссылки:</p>		<p>Транскреация</p> <p>Внедрены теги HTML</p> <p>Опущена часть предложения</p>

<p>84. This account privacy status is set to locked. The owner manually reviews who can follow them.</p>	<p>Это закрытый аккаунт. Его владелец вручную одобряет подписчиков.</p>	<p>Это закрытый аккаунт. Его владелец вручную модерирует подписки.</p> <p><i>(Унифицирована терминология в соответствии с предлагаемыми изменениями)</i></p>	<p>Транскреация Разнородная терминология</p>
<p>85. Something went wrong while loading this component.</p>	<p>Что-то пошло не так при загрузке этого компонента.</p>	<p>Не удалось загрузить данные.</p> <p><i>(Так как “компонент” ранее не использовался и не имеет значения для обычных пользователей, он был опущен)</i></p>	<p>Дословный перевод</p>
<p>86. This toot won't be listed under any hashtag as it is unlisted. Only public toots can be searched by hashtag.</p>	<p>Так как этот пост не публичный, он не отобразится в поиске по хэштегам.</p>		<p>Компенсационная стратегия Генерализация</p>
<p>87. What's on your mind? (в поле создания</p>	<p>О чём думаете?</p>	<p>Напишите о чём-нибудь</p>	<p>Транскреация</p>

записи)			
88. Toot! (в поле создания записи)	Запостить!	Опубликовать! <i>(Использовано более распространённое слово в социальных сетях)</i>	Компенсационная стратегия Генерализация
89. Are you really, really sure you want to block the entire {domain}? In most cases a few targeted blocks or mutes are sufficient and preferable. You will not see content from that domain in any public timelines or your notifications. Your followers from that domain will be removed.	Вы точно уверены , что хотите скрыть все посты с узла {domain}? В большинстве случаев пары блокировок и скрытий вполне достаточно. <i>\n\nПри блокировке узла, вы перестанете получать уведомления оттуда, все посты будут скрыты из публичных лент, а подписчики убраны.</i>		Транскреация Шаблонизация Локализаторы добавили код HTML “\n\n”, чтобы разделить строку на две для повышения читаемости и логичности.
90. Delete conversation	Удалить беседу	Удалить обсуждение	Транскреация

		<i>(Унифицирована терминология)</i>	
91. The local timeline is empty. Write something publicly to get the ball rolling!	Локальная лента пуста. Напишите что-нибудь, чтобы разогреть народ!	Локальная лента пуста. Напишите что-нибудь, чтобы привлечь внимание народа!	Транскреация
92. Welcome to the fediverse! In a few moments, you'll be able to broadcast messages and talk to your friends across a wide variety of servers. But this server, {domain}, is special—it hosts your profile, so remember its name.	Добро пожаловать в Федиверс! Уже через мгновение вы сможете отправлять сообщения и общаться со своими друзьями с любых узлов. Но этот узел — {domain} — особенный: на нём располагается ваш профиль, так что не забудьте его название.		Транскреация Разнородность терминологии: “федиверс” и “федерация”. Использование буквализма обосновано, так как федеративность - ключевая особенность платформы
93. The account is from another server . Send an anonymized copy of the report there as well?	Эта учётная запись расположена на другом узле . Отправить туда анонимную копию вашей жалобы?	Эта учётная запись находится на другом сервере . Отправить туда анонимную копию вашей жалобы?	Транскреация

		<i>(Унификация в соответствии с предлагаемыми изменениями)</i>	
94. Open this status in the moderation interface (в контекстном меню поста)	Открыть этот пост в интерфейсе модератора	Открыть в режиме модерации <i>(Опущен “этот пост” - эта строка появляется в контекстном меню для этого поста; сокращён размер строки)</i>	Дословный перевод
95. Detailed conversation view (в контекстном меню поста)	Подробный просмотр обсуждения	Показать обсуждение	Дословный перевод
96. Boost to original audience (в контекстном меню поста)	Продвинуть для своей аудитории	Продвинуть для аудитории автора	Транскреация Изменён смысл оригинальной строки

97. Show less for all	Свернуть все спойлеры в ветке	Свернуть все спойлеры в обсуждении <i>или</i> Свернуть всё <i>(Унификация в соответствии с предлагаемыми изменениями)</i>	Транскреация Разнородная терминология (“ветка” и “беседа”) Логическое развитие смысла
98. You might be interested in...	Вам может быть интересно...		Дословный перевод
99. Your draft will be lost if you leave Mastodon. (в поле создания поста, если в нём что-то есть, и пост ещё не опубликован)	Ваш черновик будет утерян, если вы покинете Mastodon.	Ваш черновик будет утерян, если вы закроете эту вкладку. <i>(Пояснение “закрытия Mastodon” - указана конкретная вкладка вместо самого приложения)</i>	Дословный перевод
100. Drag & drop to upload	Перетащите сюда, чтобы загрузить		Транскреация

Приложение 2. Перевод статьи “Why is localization important for business?”

<p>Why Is Localization Important for Business?</p>	<p>Почему локализация важна для бизнеса?</p>
<p>There is always a cost to doing business, but it doesn't have to set you back an arm and a leg. Many companies fear that localizing their products might cause increased administrative overhead and might slow down the release cycle and is thus just not worth the time. This can be true but there's really no getting around it entirely if successful expansion is your goal and I'm willing to bet that it won't be as bad as you think. Here are just some of the benefits of localization for your business:</p>	<p>Ведение бизнеса - всегда занятие затратное. Но это вовсе не означает, что его цена должна быть неподъёмной. Многие компании опасаются, что локализация их продуктов приведёт к увеличению административных накладных расходов и замедлению цикла выпуска. Таким образом они приходят к выводу, что локализация не стоит затраченного времени. В этом может быть своя доля правды, но полностью обойтись без неё невозможно, особенно если ваша цель - успешное расширение компании. Готовы поспорить, что этот процесс не настолько плох, как вы о нём думаете. Приведём лишь некоторые из преимуществ локализации для вашего бизнеса:</p>
<p>Improving Customer Satisfaction</p>	<p>Повышение степени удовлетворённости клиентов</p>
<p>Localization is much more than just direct translation. It is about carefully refining and adapting content to resonate with the culture</p>	<p>Локализация - нечто большее, чем просто прямой перевод. Её суть состоит в тщательном улучшении и</p>

<p>and to meet local peculiarities. Companies can and often do spend millions crafting global campaigns only to find that their new slogan translates into something that wasn't exactly intended in their target country, often with hilarious – or downright offensive – results.</p>	<p>адаптации контента, чтобы он находил отклик в местной культуре и соответствовал её особенностям. Компании часто тратят миллионы с целью создания глобальных кампаний, и в конечном итоге обнаруживают, что их новый лозунг перевели не так, как он изначально задумывался для целевой аудитории страны, первой увидевшей их продукт. Чаще всего это приводит к забавным, а иногда и откровенно оскорбительным результатам.</p>
<p>Localization will help to prevent you from falling head over heels into pitfalls like these. It will help you to support a more appealing user experience for your diversifying clientele and in doing so, increase your overall customer conversions.</p>	<p>Локализация призвана не позволить вам увязнуть в таких ловушках. Она поможет вам поддерживать более привлекательное восприятие пользователем ваших продуктов на самых различных рынках, а также увеличить ваш коэффициент конверсии.</p>
<p>Increasing Your Customer Base</p>	<p>Расширение клиентской базы</p>
<p>The ability to expand a company's potential customer base is essential in today's globalized world. Adapting existing products to new markets through translation and localization management is key for global growth. Professional localization helps to</p>	<p>Расширение клиентской базы играет важную роль в современном глобализированном мире. Адаптация существующих продуктов к новым рынкам с помощью перевода и локализации является ключевым фактором глобального роста. Профессиональная локализация</p>

<p>decrease the barrier for new potential customers, as localized products fit local market conditions better and lower cultural barriers. Localization allows more consumers to learn about your products and increases your customer base. FAMILLO, for example, noticed an overwhelming 400% increase in new customers after they scaled their mobile app for families internationally and became an industry leader through effective localization.</p>	<p>помогает снизить порог для вхождения новых потенциальных клиентов, так как локализованные продукты лучше соответствуют условиям и ограничениям локальной культуры рынка. Например, в компании FAMILLO отметили значительное увеличение числа клиентов, на 400%, после того, как они адаптировали своё мобильное приложение для семей по всему миру, благодаря чему компания приобрела роль лидера отрасли с помощью эффективной локализации.</p>
<p>Localization Allows You to Enter New Markets More Rapidly</p>	<p>Локализация позволяет быстро осваивать новые рынки</p>
<p>The localization process can speed up the time it takes to enter new markets as localized products help to overcome cultural barriers. This results in customers being more likely to spread the word about the product. Companies that localize content tend to see improvements in engagement and market share from an ever more diverse clientele.</p>	<p>Процесс локализации может ускорить выход на новые рынки, поскольку локализованные продукты помогают преодолеть культурные барьеры. В итоге клиенты с большей вероятностью будут распространять информацию о вашем продукте. Компании, которые используют локализацию контента, как правило, приобретают более активную вовлеченность и высокие доли рынка со стороны более разнообразной клиентуры.</p>

<p>From a business perspective, this means gaining a competitive advantage by the rapid and flexible deployment of products. Companies that start localizing faster tend to grow faster – and for obvious reasons. As an example, when using Phrase, 95% of ordered translations are done within 24 hours and 80% of orders take 12 hours or less. This allows our clients to enter new markets with their businesses at an extremely rapid rate.</p>	<p>С точки зрения бизнеса это означает, что вы получите конкурентное преимущество за счёт быстрого и гибкого запуска продуктов. Компании, которые начинают использовать локализацию как можно быстрее, как правило, и растут быстрее по очевидным причинам. Например, при использовании платформы Phrase 95% всех заказов на перевод выполняется в течение 24 часов, а перевод 80% заказов занимает не более 12. Это позволяет нашим клиентам выходить на новые рынки чрезвычайно быстрыми темпами.</p>
<p>Considering all these factors, it looks like there’s pretty much no reason at all not to localize your business and if you’re reading this you’re already interested in the process. Unless you’re just very lazy, a fan of stagnating, or enjoy losing sales and otherwise not expanding, the answer to the title question is: “Very”.</p>	<p>Учитывая все эти факторы, похоже, что практически не существует причин не локализовать свой бизнес, и если вы читаете этот текст, то, скорее всего, вы уже заинтересованы в этом. Если вы не ленивы, против стагнации, не получаете удовольствие от потери продаж или расширяете бизнес по каким-либо другим причинам, то ответ на поставленный в начале вопрос звучит так: “локализация очень важна”.</p>
<p>If your business strategy is focused on increasing revenue, market share and your customer base, localization is going to be a necessity for your business. And, really, if your business isn’t</p>	<p>Если ваша бизнес-стратегия ориентирована на увеличение выручки, расширение доли рынка и клиентской базы, то локализация станет необходимостью для вашего бизнеса. И, на самом</p>

<p>thinking about those three things, should you really continue calling yourself one at all?</p>	<p>деле, если ваш бизнес не учитывает эти базовые вещи, стоит ли продолжать называть его таковым в принципе?</p>
<p>How to Get Started with Localization?</p>	<p>Что необходимо для начала локализации?</p>
<p>In most circumstances, the ultimate costs involved with the localization of your software or website will be less than the returns from the opportunities it creates. If you've made the decision to localize your product or service, make sure to proof whether it's even localization-ready and choose the right tools in order to seamlessly integrate localization into your processes. Now, where do you start? With so many elements involved in a skillfully conducted localization project, this can be a daunting task. As with most areas of business, if you want to get it right, success often lies in the planning stages. Check out our six essential steps in preparing your localization strategy.</p>	<p>В большинстве случаев связанные с локализацией вашего программного обеспечения или веб-сайта конечные затраты окупятся за счёт предоставленных новых возможностей. Если вы приняли решение локализовать свой продукт или сервис, убедитесь, что он готов к ней. Выберите правильные инструменты, чтобы легко интегрировать локализацию в свои процессы. Итак, с чего же начать? Ответ на этот вопрос сам по себе может быть непростой задачей с таким количеством вовлеченных в процесс локализации элементов. Если вы хотите сделать всё правильно, то в большинстве отраслей бизнеса, успех часто заключается в стадии планирования. Ознакомьтесь с шестью основными этапами подготовки стратегии локализации, которые мы предлагаем.</p>

<p>Planning and Research</p>	<p>Планирование и исследование</p>
<p>You wouldn't launch a product in your home market without carrying out extensive research first. Just because you're confident in your software and making good sales, it doesn't mean that you should dive into foreign waters without finding out how deep those waters are first. You want your software localization project to become a case study in terms of sales success, product adoption, and clever message adaption. Not because you made monumental bundlers worthy of making a list of epic global marketing fails. There are safeguards to ensure that your software localization project is hassle-free and most of them are born out of proper planning.</p>	<p>Вы бы вряд ли запустили продукт на своём внутреннем рынке без проведения тщательного исследования. Уверенность в качестве своего программного обеспечения и его хорошие продажи не означают, что вам стоит выходить на новые рынки без чёткого понимания их особенностей и последствий ваших действий. Необходимо, чтобы ваш проект локализации ПО стал образцом в области успешных продаж, внедрения продукта и грамотной адаптации контента, а не примером из списка провальных решений в области маркетинга. Для этого существуют меры предосторожности, гарантирующие, что в процессе локализации вашего программного обеспечения не возникнет проблем ещё на стадии правильного планирования.</p>
<p>So, try to think about the individual markets in which you have a good chance of success. Analyze your website traffic visitors and software users. Do you get a lot of visits from Eastern Europe? Is much of your foreign traffic UK-based? How similar is culture?</p>	<p>Итак, попробуйте подумать об отдельных рынках, на которых у вас есть хорошие шансы преуспеть. Проанализируйте посещаемость вашего сайта и пользователей программного обеспечения. Часто ли посещают ваш сайт из Восточной Европы? Исходит ли</p>

<p>What is their legislation like? Do you have local resources on the ground you can reach out to? There are more than 4 billion internet connections around the world. But, that doesn't mean they'll all be interested in your product. Narrow your focus through careful research and planning first.</p>	<p>большая часть вашего иностранного трафика из Англии? Насколько схожи культуры? Каково их законодательство? Имеются ли у вас установленные местные ресурсы, к которым вы можете обратиться? По всему миру к сети Интернет подключаются более 4 миллиардов пользователей, но это вовсе не означает, что все они заинтересованы в вашем продукте. Сфокусируйтесь на том, что действительно имеет значение при помощи тщательного исследования и планирования.</p>
<p>Remember that you'll need to take the crafting of your message seriously. The last thing you want to do is enter a new market with a half-translated website, poor attempt at software localization. Research showed that 87 percent of people who can't understand English, won't buy from English-only websites. They won't use your software or download your app either. So, make sure you don't cut corners when it comes to your content.</p>	<p>Помните, что вам нужно ответственно отнестись к разработке вашего сообщения. Нельзя выходить на новый рынок с только наполовину переведенным сайтом или некачественной локализацией программного обеспечения. Исследование показало, что 87% людей, которые не понимают английский язык, не будут покупать у компаний, которые предоставляют только англоязычную версию сайта. Они также не будут использовать такое программное обеспечение или загружать приложения, и именно поэтому следует убедиться, что вы не экономите на вашем контенте.</p>

<p>During your planning and research stage, you'll need to make sure to consider important elements, such as your software design layout. Languages take up different amounts of space. The last thing you want is to come up with a beautifully functioning product which when translated into French, German, or Arabic doesn't work from its layout design anymore. Don't even think about using hard-coded design elements, as you're going to be asking for problems.</p>	<p>На этапе планирования и исследования вам необходимо учесть такие важные элементы, как макет дизайна программного обеспечения. Письменная речь различных языков занимает разное количество пространства. Не стоит придумывать красивый продукт, который при переводе на французский, немецкий или арабский больше не будет работать с макетом сайта. Не поддавайтесь искушению “вшивать” элементы дизайна непосредственно в сам код, поскольку в таком случае вы практически сами будете напрашиваться на проблемы.</p>
<p>Also, be sure to consider internet speeds globally. One thing people have in common around the world is their lack of time and growing impatience. Your site needs to load as quickly as possible everywhere you do business. If that means relying on not-so-hot local internet speeds, you might want to use a CDN (Content Delivery Network) to provide an optimal user experience for all. Site speed is also one of many search engines' ranking factors, so working on this metric is important.</p>	<p>Кроме того, обязательно учитывайте скорости интернет-соединения в разных странах. Одна вещь, которая объединяет людей по всему миру, - это нехватка времени и постоянно растущее нетерпение. Ваш сайт должен загружаться как можно быстрее из любой страны, где вы ведёте бизнес. Если местные провайдеры предлагают вам слишком низкую скорость соединения, вы можете воспользоваться сетью доставки контента (CDN), чтобы обеспечить оптимальный пользовательский опыт для всех посетителей. Работа над этим критерием очень важна,</p>

	<p>так как скорость сайта также является одним из многих факторов ранжирования поисковых систем.</p>
<p>Last but not least, think about your costs. The cost of software localization will obviously increase according to how many different languages you want to localize into. If you don't have a huge budget at your disposal, there's no need to localize into 200 languages at once. Pick one or two that you think will bring you the highest localization ROI. China is one of the most lucrative markets in the world, but it's also one of the hardest to crack. If large companies like Coca Cola, McDonald's and Google can have problems over there, you'll need to be fully confident in your product before you go.</p>	<p>И последний, но не менее важный совет: помните о своих расходах. Стоимость локализации программного обеспечения, очевидно, будет увеличиваться в зависимости от того, сколько различных рынков вы хотите охватить. Если в вашем распоряжении нет достаточного бюджета, то ориентироваться на все 200 языков сразу нет никакой необходимости. Выберите один или два варианта, которые, по вашему мнению, принесут вам самую большую отдачу от инвестиций. Китай - один из самых прибыльных рынков в мире, но он также является одним из самых трудных для освоения. Если даже у таких крупных компаний, как Coca-Cola, McDonalds и Google могут возникнуть проблемы, то вам тем более нужно полностью быть уверенными в своём продукте.</p>
<p>Building Your Team</p>	<p>Создание команды</p>

<p>Successful localization requires a rock-solid team. And putting your team together is one of the hardest things you can do. You have to ensure that you have the right skill sets and talents and that each team member can function with the other. Not everyone is a programmer, and not every programmer is a linguist. This means that you want to make sure collaboration is easy. More than likely, the majority of your team will be working remotely, in different regions of the world. You'll need native translators who also have the ability to transcreate if needed. They'll need to understand locally used slang and vocabulary and capture the tone and voice of local audiences.</p>	<p>Чтобы быть успешной, для локализации потребуется надёжная команда, и собрать такую команду вместе - это одна из самых трудных задач в ведении бизнеса. Вы должны убедиться, что у вас имеются правильные навыки и таланты, и что каждый член команды может работать вместе с другими. Не каждый человек программист, и не каждый программист - лингвист. Сделайте так, чтобы сотрудничать было легко: например, скорее всего, большая часть вашей команды будет работать удалённо. Вам понадобятся переводчики-носители языка, которые также имеют возможность использовать тактику транскреации, если она понадобится. Они должны понимать местный сленг и лексику, а также улавливать эмоциональную окраску местной аудитории.</p>
<p>But, they'll need to have some basic technical skills as well, or, at least, the ability to learn. Start talking about HTML and strings to a person who barely knows how to use a computer and the conversation won't get very far. That's why you'll need skilled software developers who understand how to use Unicode and apply internationalization techniques. But, you'll also need them to have some semblance of people skills. They'll have to develop</p>	<p>Они также должны иметь некоторые базовые технические навыки или, по крайней мере, научиться им. Когда речь заходит о HTML и строках с человеком, который едва знает, как пользоваться компьютером, разговор вряд ли будет продуктивным. Именно поэтому вам понадобятся квалифицированные разработчики ПО, которые понимают, как</p>

<p>an understanding of how translators work. Instead of passing them random strings to translate, they should know all about the importance of context.</p>	<p>использовать кодировку Юникод и применять методы интернационализации. Также нужно, чтобы они имели некоторое представление о навыках общения с людьми. Им нужно понимать, как работают переводчики и знать о важности контекста, чтобы не передавать им нерелевантные строки для перевода.</p>
<p>You'll also need local marketing advisors and maybe even a legal consultant to find out about anti-competition laws. Promotional restrictions also vary from country to country. Finally, you'll need someone highly skilled in management. Let's face it, it might very well be you, who get's to be the glue that holds everything together.</p>	<p>Вам понадобятся консультанты по маркетингу на местном рынке и, возможно, даже юридический консультант, чтобы познакомиться с законодательством по вопросам конкуренции в стране целевой аудитории, ведь от страны к стране варьируются даже рекламные ограничения. Наконец, вам понадобится кто-то с богатым опытом менеджмента. Следует признать: вполне возможно, что именно вы станете таким связующим звеном.</p>
<p>Deciding on the Right Translation Management Software</p>	<p>Выбор правильного ПО</p>
<p>If no one has let you in on this secret, it's about time someone did. Using the right translation management software (TMS) will make or break your software localization project. The right TMS will</p>	<p>Если до этого момента вам никто не раскрыл эту тайну, то самое время сделать это прямо сейчас: провалится или преуспеет ваш проект локализации целиком зависит от того, используете ли вы</p>

<p>have several key features that will allow you to seamlessly manage your team and ensure that everyone is on the same page. Look out for a web-based platform that will allow you to manage your worldwide team more effectively with reduced costs.</p>	<p>правильное программное обеспечение для управления переводом (TMS). Правильное ПО для перевода будет иметь несколько ключевых функций, которые позволят вам легко координировать действия вашей команды и гарантировать, что все понимают друг друга. Найдите такую веб-платформу, которая позволит вам эффективно управлять командой с наименьшими затратами по всему миру.</p>
<p>Be sure that it has an API that will make automation easier. An in-built API will allow your programmers to integrate new products easily into your workflow. Being able to import locale files quickly and easily is essential. Especially if you want to localize into more languages or take on more software localization projects for clients. Your TMS should allow your team members to collaborate easily and leave messages for each other, upload screenshots, tag people, leave feedback and generally make the project more effective, as well as fun!</p>	<p>Проверьте, что у такой платформы есть необходимый программный интерфейс (API), который облегчит автоматизацию. Встроенный API позволит вашим программистам легко интегрировать новые продукты в ваш рабочий процесс. Очень важно иметь возможность быстро и легко импортировать переведённые файлы, особенно если вы хотите локализовать продукт на большое количество языков или взять на себя больше проектов по локализации для ваших клиентов. Ваше программное обеспечение должно позволять членам вашей команды легко сотрудничать и оставлять друг другу сообщения, а также загружать скриншоты, отмечать людей, оставлять отзывы и в целом сделать процесс локализации более эффективным и приятным</p>

	в использовании!
You can even speed up your workflow and reduce the amount of technical training involved by translating directly onto your software or website.	При помощи данного шага вы даже можете ускорить рабочие процессы и сократить объём технической подготовки, необходимой для непосредственного перевода вашего программного обеспечения или веб-сайта.
You'll have no more need for localizing with spreadsheets or sending out long emails and trawling through your inbox trying to find what you're looking for. You'll also get to build up a translation memory that will allow you to complete projects faster. It will save frequently used terms in the language you're working in and allow your translators to progress more quickly through the task. And if you're not really crazy about acting as the project manager or babysitting your team, let your TMS take care of that for you.	Локализация с помощью электронных таблиц или отправки длинных электронных писем, которая сопровождается бесконечными поисками в почтовом ящике, больше не будет актуальна. Более того, вы также сможете формировать память переводов, которая позволит быстрее выполнять проекты. Память переводов сохраняет часто используемые термины в языке, на котором вы работаете, и позволит переводчикам быстрее выполнять задания. Если вы действительно не помешаны на желании выступать в качестве менеджера проекта или не хотите контролировать каждый шаг своей команды, то позвольте системе TMS позаботиться об этом за вас.

<p>Preparing Your Software for Localization</p>	<p>Подготовка вашего ПО к локализации</p>
<p>Localization is way too often considered unimportant and too time-consuming, so many companies don't bother concerning themselves with it until the damage is already done. You might find yourself having to totally overhaul your entire project in order to later support other languages because your developers did not care about other languages, international formats or other necessary localization attributes when they wrote the code.</p>	<p>Локализацию часто считают несущественным и слишком трудоёмким занятием, поэтому многие компании не утруждают себя им до тех пор, пока уже не станет слишком поздно. Возможно, вам придется полностью переработать свой проект, чтобы получить только самую возможность поддерживать другие языки, так как ваши разработчики не позаботились заранее о других языках, международных форматах или других важных атрибутах локализации, когда они писали код.</p>
<p>All it takes is a tiny mistake to send everything careening off a cliff. Errors in source content can be replicated or worse, amplified in various different language versions if they're not prepared properly beforehand. If you don't want to spend months fixing localization bugs after translation, you had better internationalize your software from the very start. This basically means that you'll be able to add new languages to your software with greater ease and reduced effort.</p>	<p>Чтобы пустить под откос весь проект, достаточно лишь крошечной ошибки. Недочёты в исходном контенте могут воспроизводиться или, что ещё хуже, ярче проявлять себя в различных языковых версиях, если они не были заранее подготовлены должным образом. Если вы не хотите тратить месяцы на исправление ошибок в локализации после перевода, лучше следует с самого начала интернационализировать своё ПО. Фактически это означает, что вы сможете добавлять новые языки в свое программное обеспечение с большей лёгкостью и затрачивать на это меньше</p>

	усилий.
<p>Your developers will apply Unicode (UTF-8) throughout your software to standardize encoding between languages. It provides a unique symbol for all characters and can be applied to almost every language in the world. Your programmers will also separate the source code from the translated strings and store it for future use, so that you can adapt the data to each new language. In layman's terms, that basically means you won't have to break the strings when you want to translate into a new language. Internationalization of your software will also allow you to set codes for local preferences, which makes changing number formats, dates, times, measurements and currencies easier.</p>	<p>Ваши разработчики внедрят кодировку Юникод (UTF-8) во всё ваше ПО для стандартизации кодирования между языками. Юникод обеспечивает уникальный символ для всех возможных вариантов и может применяться почти к каждому языку мира. Ваши программисты также отделят исходный код от переведённых строк и сохранят его для дальнейшего использования, чтобы была возможна адаптация данных к новым языкам. Простыми словами, вам не придется делить строки, каждый раз, когда вы хотите перевести их на новый язык. Интернационализация вашего ПО также позволит вам устанавливать код для локальных предпочтений, что облегчит изменение форматов чисел, дат, времени, измерений и валют.</p>
Localization and Linguistic Testing	Локализация и лингвистическое тестирование
<p>A vital step that can't be missed, you'll need to factor both localization and linguistic testing into your software localization strategy. Hire local testers to make sure that your message makes</p>	<p>Как локализация, так и лингвистическое тестирование в стратегии локализации вашего ПО - это жизненно важный шаг, который нельзя пропускать. Наймите тестировщиков на локальном рынке. Убедитесь, что</p>

<p>sense. That you've used the right vocabulary and that the text flows and appeals to users. Contract expert programmers who can simulate the user experience across different operating systems and platforms. Localization testing will ensure that your software works well and at optimal speed. That there are no broken translations, forms or code. You'll also double check that the images, symbols, and icons you've used are culturally appropriate. If you don't find fault with your product, you can bet your customers will. It's much better to stall your launch a few more days than deal with customer complaints or bad reviews.</p>	<p>ваше сообщение понятно для них, что вы используете правильную лексику, и что текст привлекает пользователя. Заключите контракт с опытными программистами, которые могут смоделировать единый пользовательский опыт на различных операционных системах и платформах. Тестирование вашей локализации гарантирует, что ваше ПО будет работать должным образом с оптимальной скоростью, и что не существует никаких некорректных переводов, неработающих форм или фрагментов кода. Дважды перепроверьте, что используемые изображения, символы и значки являются культурно приемлемыми. Если вы не придираетесь к своему продукту, можете быть уверены: ваши клиенты сделают это за вас. Лучше отложить запуск продукта на несколько дней, чем иметь дело с жалобами клиентов или плохими отзывами.</p>
<p>The Takeaway</p>	<p>Вывод</p>
<p>While it's definitely true that for some, business localization is often easier said than done – since proper processes and responsibilities need to be established – that doesn't mean that it</p>	<p>Не смотря на то, что из-за необходимости устанавливать надлежащие процессы и обязанности локализация бизнеса может казаться легче на словах, чем на практике, это вовсе не означает, что</p>

<p>needs to be some sort of arduous ordeal. By properly localizing your content, you can significantly decrease your time to market by massively increasing the efficiency with which your software, website or application are localized. Using the right tools and streamlining the localization process can remove unnecessary, repetitive manual work and administrative overhead and should not be overlooked.</p>	<p>локализация - непосильное испытание. Правильно локализовав свой контент, вы можете значительно сократить время выхода на рынок и повысить эффективность локализации вашего программного обеспечения, веб-сайта или приложения. Использование правильных инструментов и рационализация процесса могут устранить ненужную, рутинную ручную работу и административные накладные расходы, и поэтому их не следует упускать из виду.</p>
<p>You can break your business localization project down into an achievable bite-sized project. You just need to make sure that you spend adequate time and resources in the planning and research stages. Build a team that works well together and ensure that you use the right translation management tool. Internationalize your software from the very outset and work on your ASO/SEO strategies well in advance. And once you've done all that, test, test, and test again!</p>	<p>Попробуйте разбить проект локализации на более достижимые, мелкие задачи. Убедитесь, что вы тратите достаточно времени и ресурсов на стадии планирования и исследования. Создайте команду, которая будет работать слаженно. Убедитесь, что вы используете правильный инструмент управления переводом. Интернационализируйте своё ПО с самого начала и работайте над стратегиями ASO/SEO заблаговременно. Как только вы внедрите все эти тактики, проверяйте, проверяйте и ещё раз проверяйте!</p>

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Национальный исследовательский университет
«Московский институт электронной техники»

Институт лингвистического и педагогического образования

Бакалаврская работа
по направлению 45.03.02 «Лингвистика»
Профиль «Перевод и переводоведение»

**Особенности локализации на русский язык англоязычных веб-
приложений (на примере социальной сети Mastodon)**

Студент: Одноколкина Инна Александровна

Руководитель: к.с.н., доцент Института ЛПО Юрченко Евгения Игоревна

Москва 2020

СОДЕРЖАНИЕ

Глава 1. Локализация как часть переводческой дисциплины	6
1.1. Определение локализации. Особенности развития.....	6
1.2. Локализация в России. Понятие русификации	16
1.3. Виды локализации и особенности техники перевода	26
Вывод по главе 1	38
Глава 2. Анализ локализации веб-портала	39
2.1. Оценка веб-портала.....	40
2.2. Локализация видеоматериалов и графики.....	42
2.3. Анализ русскоязычной версии веб-портала Microsoft SharePoint	44
Вывод по главе 2	49
Заключение	51
Библиография	54
Электронные ресурсы	57
<i>Приложение 1</i>	60
<i>Приложение 2</i>	93
<i>Приложение 3</i>	109

Введение

В наших реалиях, при стремительно развивающейся глобализации, компании активно ищут способы, чтобы идти в ногу со временем и превосходить конкурентов. Интернет и ПК стали причиной зарождения корпоративных веб-порталов, которые представляют собой среду для сотрудничества, которую организации используют для того, чтобы повысить эффективность бизнес-процессов.

Для того, чтобы привлечь зарубежных клиентов требуется создание веб-портала или сайта на их языке. При этом необходимо учитывать особенности национальности.

Локализация (от лат. locus - место) является совершенно новой дисциплиной. Благодаря ей люди могут осваивать и легче ориентироваться на просторах всемирной сети и в ПК. Для определения сущности локализации, рассмотрим несколько определений этого термина.

«Локализацией следует считать культурную и лингвистическую адаптацию продукта для той целевой аудитории (страны, региона, языкового ареала), которая будет использовать данный продукт» [38, с. 17].

«Локализация является комплексным процессом. Данный процесс включает в себя несколько задач: перевод на интерпретируемый язык, конвертация графических внутри игровых файлов и файлов клиента игры, разработка файлов readme, создание аудиофайлов, изменения аппаратного обеспечения, адаптация отдельных фрагментов игры согласно культурным особенностям определённого региона, добавления дополнительных участков для перемещения, вырезанного контента» [31].

Основываясь на приведенных выше определениях термина «локализация», нами было сформулировано следующее определение: локализация - это часть деятельности переводчика, который выполняет лингвистическую адаптацию конечного продукта в таких сферах, как: информатика, кибернетика, информационные технологии и другое.

В современном мире ведущая роль принадлежит переводчикам-локализаторам, занимающимся адаптацией продуктов. Это очень трудоемкий и сложный процесс, поскольку локализаторы должны учитывать культуру конечного потребителя, а также лингвистические и технические нюансы. В рамках данной работы будут рассмотрены проблемы, с которыми сталкиваются переводчики, при локализации продуктов.

Актуальность обусловлена тем, что современные разработчики не могут выйти на международный рынок, не произведя локализацию сайта, ПО или игры. Это подтверждают многочисленные исследования рынка. К тому же локализация остается малоизученным процессом.

Объектом исследования является перевод, как часть локализации, веб-портала SharePoint. **Предмет** – использованные виды перевода, неточности при локализации веб-портала.

Цель данного исследования – изучить особенности локализации веб-портала, с английского на русский языки на примере SharePoint Portal Server. Для достижения цели необходимо решить **задачи**:

1. Выявить понятия «локализация», «русификация»;
2. Раскрыть специфику веб-портала;
3. Описать проблему локализации веб-портала;
4. Рассмотреть структуру данного портала для последующего совершенствования локализации;
5. Провести сравнительный анализ примеров, взятых с веб-портала.

Материалом для исследования послужил веб-портал SharePoint Portal Server на английском языке, а также его версия на русском.

Методологической и теоретической базой послужили труды следующих российских лингвистов – А.В. Дрожащих, Л.В. Кушниковой, А.Н.Леонтьева, И.К. Ситкаревой, Масленниковой, У. Эко, Беляева, а также зарубежных - O’Nagan, 2007; Рум, 2010; Мосин, 2015.

Теоретическая значимость состоит в том, что в данной работе дается обобщение теоретического представления о переводе, как локализации веб-портала.

Практическая значимость обусловлена возможностью применять полученные нами результаты при последующем, возможно, более детальном и глубоком изучении темы.

Структура работы. Представленная работа состоит из введения, 2-х глав (теоретическая и практическая), заключения. В конце работы приведен список используемой литературы. Даны приложения к исследованию. Во введении мы даём определение актуальности, объекту, предмету, материалам, цели исследования, структуре работы. Первая глава рассматривает Локализацию как вид переводческой деятельности. Глава состоит из 3-х подпунктов: 1.1. Определение локализации. Особенности развития, 1.2. Локализация в России.

Понятие русификации, 1.3. Виды локализации и особенности техники перевода. Вторая глава содержит результаты анализа содержания веб-портала на английском и русском языках (практическую работу). В заключении подведены итоги исследования, определяется дальнейшее развитие локализации.

Глава 1. Локализация как часть переводческой дисциплины

1.1. Определение локализации. Особенности развития.

С появлением Интернета необходимость переводческих работ по сайтам, веб-порталам, компьютерным играм, а также ПО резко возросла. Это поспособствовало появлению нового научного направления в рамках переводческой дисциплины – локализации.

Этот термин пришёл из сферы перевода программного обеспечения, целевая аудитория которого называется «locale» (локалью). Берт Эсселинк определил термин как процесс, путем которого такие объекты, как компьютерные программы, мультимедийные презентации или документы, не только переводятся на другой язык, но также адаптируются для использования в стране с иной культурой. Помимо обычных вопросов перевода, учитываются такие факторы, как управление набором символов, формат дат, система измерений (метрическая или английская), правила использования запятых, а также точек в десятичной дроби и т. п. [23, с. 3].

Локализация – не обычное направление в деятельности переводчиков; эта дисциплина позволяет адаптировать переведенный язык, как под язык оригинала, так и сориентировать людей в виртуальном мире.

«Локализация – это разновидность переводческой деятельности в виде культурной и лингвистической адаптации продукта в сфере информатики, кибернетики и смежных с ними науками» [31].

Основная цель локализации – адаптировать продукт под требования территории, где он распространяется. Для того, чтобы достигнуть этой цели нужно решить две исследовательские задачи: исследовать специфику локализации, а также подобрать необходимую модель перевода, делая акцент на двух аспектах: на культуре оригинального языка и на культуре языка на который переводят. В основе изучения А. В. Дрожачих, автора учебно-методического

пособия «Древние языки и культуры» лежит специфика жаргонизмов, компьютерных терминов, сленгизмов, а также профессионализмов.

Л.В. Кушнина разработала концепцию пространства переводчика, теории и гармонизацию. Эта концепция являлась разновидностью деятельности переводчика и требовала культурной адаптации. Большую роль при работе с локализацией играют:

- содержательное поле: очень важно точно передать смысл при переводе;
- поле реципиента: конечный потребитель, обладающий другими культурными ценностями, должен понимать замысел автора;
- фатическое поле: это максимальная передача культурологического смысла.

Синергия этих трёх аспектов создаст баланс при переводе [35].

Однако, профессионалы-локализаторы должны быть осведомлены не только в сфере лингвистики. Знания в переводческой сфере и инженерии необходимы для любого специалиста в области локализации. Переводчики-локализаторы имеют знания в компьютерных направлениях, они владеют языком, а также умеют использовать информационные средства на высоком уровне, для того, чтобы с лёгкостью локализовывать необходимый материал. В наше время существуют не так много факультетов по подготовке профессиональных локализаторов. Самое большое количество находится на территории Канады, Америки, Германии и Ирландии.

Наши исследования показали, что локализация производится на 3-х уровнях [30]:

1. Языковое обеспечение и учет стандартов, принятых в стране. Программа должна выполнять свою функцию на той территории, где её будут использовать. Необходимо отображение символов, адаптированная сортировка по алфавиту и другое. 2. Полная адаптация интерфейса ПО с исходного на целевой языки.

3. Тщательная адаптация при переносе информации с одного языка на другой. В эту тонкую работу входят: подбор необходимых форм слова, а также тщательный поиск дополнительной информации о культурологических особенностях, традициях и стандартах.

Согласно А.Н. Леонтьеву, «речевая деятельность является активным, целенаправленным, мотивированным, содержательным процессом выдачи и приема, сформированной и сформулированной посредством языка мысли, направленным на удовлетворение коммуникативно познавательной потребности человека в процессе общения».

Локализация – сложнейший вид перевода. При локализации переводчик формирует определенный подход при взаимодействии с языками: исходным и интерпретируемым, основным аспектом которого является адаптация с ориентированием на культуру конечного потребителя. Эти стратегии представляются, как вероятные решения переводчика, при которых отбираются необходимые методы, способы, модели и применяются к «конкретным условиям межкультурного взаимодействия» [35].

Стоит отметить, что изначально локализацию активно использовали в IT-сферах. На тот период времени, локализация являлась переводом вербальных элементов, вводимых, к примеру, в видеоряд или пользовательский интерфейс. Однако в отечественной лингвистике локализация не являлась синонимом к переводу [20].

Наряду с «доместикацией», «локализация» в нашей стране приравнивалась к «глобализации» и «интернационализации». Согласно международному экономическому сотрудничеству термин «глобализация» определяется как «процесс придания продукту такого вида, который позволит предлагать его к продаже в другие страны» [38, с. 17].

Основой данного подхода служит стандартизация. «Стандартизация предполагает унификацию всего комплекса маркетинга, то есть компания,

предлагающая свой товар или услугу, работает на международных рынках, масштабно используя один и тот же способ продвижения. Таким образом, для того, чтобы фирма смогла заполучить все возможные конкурентные преимущества, необходимо стандартизировать все комплексные элементы маркетинга, что приводит к снижению цен на мировой арене» [10, с. 194].

Благодаря Международной ассоциации стандартизации в области локализации (The Localization International Standards Association – LISA), которая существовала 21 год (1990-2011), мы можем уточнить природу и сущность локализации:

«Локализацией следует считать культурную и лингвистическую адаптацию продукта для той целевой аудитории (страны, региона, языкового ареала), которая будет использовать данный продукт» [38, с. 16]. Локализация, в рамках культурной адаптации, часто сравнивается с таким термином, как «доместикация», подразумевая перевод с учётом культурных норм, традиций и менталитета обеих стран языка: переводимого и интерпретируемого [24, с. 113-118]. Основной задачей доместикации является достижение стилистически адаптированного и доступного для читателя таким образом, чтобы интерпретируемый язык казался языком оригинала, при этом, не нарушая культурные нормы страны целевой аудитории. Данная стратегия осуществляется в «снятии языковых, стилистических и прочих указаний на «иностранность» характер текста» [11]. Переводчик может этого достигнуть, предоставив функциональные аналоги культурной среды страны, в которой происходит внедрение продукта. Поэтому «доместикация» является основной стратегией адаптации и локализации [11, с. 157].

В работе писателя-переводчика У. Эко «Сказать почти то же самое. Опыты о переводе» термин «локализация» не рассматривался в рамках адаптации программного обеспечения и IT-технологий, несмотря на то, что специалисты в

области локализации связывают начало использования термина «локализация» именно с компьютерной сферой [37].

Локализация в сфере лингвистики, рассматривает перевод как отдельно взятый случай локализации. Помимо этой, существует и другая теория локализации, где сквозь призму традиционной теории перевода, адаптация текста к потребностям и ожиданиям получателя рассматривается как одна из собственно переводческих процедур [3, с. 295].

В виду отсутствия противоречий в рамках определения локализации эти тезисы рассматриваются совместно, так как они не взаимоисключающие. В зарубежной лингвистике точного подхода к определению термина локализации также нет. Локализация, по словам доцента кафедры культурологии, языков и лингвистики Дублинского Городского Университета, Минако О'Хаган, является «преемником переводоведения, но с большим упором на технологизацию» [26]. По результатам исследований проведенных профессором в 2007 году, «системы машинного перевода внесли меньший теоретический вклад в развитие науки по сравнению с информационными технологиями и инженерией, где происходит широкое внедрение переводческих технологий» [25].

Переводческая деятельность начала во многом базироваться на технологиях, чаще всего выделяется коммерческий перевод и локализация. Как было отмечено Э. Пимом, «локализация возникла для решения экономических задач, и признание её как самостоятельной отраслевой практики в теории перевода привело к включению её в необходимые условия обучения, хотя исследования локализации ещё не позволяют произвести полное теоретическое описание этого явления» [27, с. 120-142].

Эффективная адаптация перевода интерпретируемого языка является основной целью локализации, что должно способствовать увеличению продаж того или иного продукта на локальных рынках [2, с. 42-45]. Е. В. Медведева также говорит: «эквивалентный перевод без учета национально-культурной

специфики целевой аудитории (несоответствие фоновых 16 знаний адресанта и адресатов), в свою очередь вызывает у потребителей непонимание и в итоге неприятие рекламируемого продукта» [12, с. 24].

Объектами локализации являются:

- ПО (также специальные обучающие программы);
- Веб-порталы, веб-сайты (Бизнес-порталы, социальные сети, сайты);
- PR и маркетинговые материалы (информация о компании: презентации, буклеты);
- Мультимедиа (видеоролики);
- Компьютерные игры [2, с. 42-45].

Помимо этого, переводчику недостаточно одних лишь лингвистических знаний для успешной локализации, хотя многие переводческие трансформации – перевод системы мер, калькирование, семантические замены – обеспечивают, в конечном счете, локализацию текста; необходимо также разбираться в информационных средствах, специфике продукта и региона его распространения. Именно поэтому локализаторы объединяются в целые команды специалистов, что говорит о сложности и многоаспектности всего процесса. Локализация, как и язык, находится в вечном видоизменении. Именно это динамичное развитие указывает на необходимость пристального изучения этой сферы переводческой дисциплины и выделения этой области, как отдельной в рамках теории перевода.

В наше время локализация компьютерных игр требует особого внимания. В 2020 году компьютерные игры носят культурный характер для каждого пользователя, определяя современную мораль, этические нормы, а также мировоззрение общих и отдельно взятых культур, визуализацию исторических фактов и будущее. Говоря о локализации в сфере компьютерных игр, стоит отметить важность определения «локализации». Согласно работам М. Мосина,

«локализация компьютерной игры состоит из лингвистической адаптации текстового содержания программного обеспечения и адаптации графического контента, технических настроек» [34]. Иными словами, при локализации компьютерных игры учитывается адаптация продукта во всех аспектах, соответствуя целевой аудитории: культурных, лингвистических, технических и юридических [2].

Локализация является комплексным процессом. Данный процесс включает в себя несколько задач: перевод на язык конечного пользователя, конвертацию графических элементов, разработку файлов readme, создание аудиодорожки, модификацию технических средств, адаптацию некоторых частей в игре, верификацию возможности переместить контент, который был купирован [2].

Благодаря большому спросу на компьютерные игры и на профессиональную адаптацию этой продукции в мире, локализация стала производится на более высоком уровне. При локализации требуются специальные умения, такие как: грамотное адаптирование графических элементов, точное изменение формата валют, дат, адресов и другого, а также подбор цветов и шрифта, применимые в стране, для которой производится локализация ПО, сайта или игры [31]. Цель данных изменений – доступность адаптированной продукции для широкого круга пользователей. После произведенной локализации игра или веб-сайт будут отличаться от оригинала, но это, чаще всего, не затрагивает интерфейс [15, с. 33].

«Отличным примером необходимости в локализации являются компьютерные игры – это удачный пример адаптации продукта к потребностям новых покупателей и новых рынков, ведь продукт, выпускаемый на рынок какой-либо страны, должен отвечать ожиданиям, а соответственно и традициям, обычаям и ценностям населения этой страны. Соответственно, локализацию можно считать формой межкультурной коммуникации» [8, с. 79-84], а «в межкультурном общении необходимо учитывать особенности национального

характера коммуникантов, специфику их эмоционального склада, национально-специфические особенности мышления» [9, с. 10].

Локализация – это многоуровневый сложный процесс, начальные этапы которой можно выполнить, не тронув интерфейс, а последующие с необходимостью взаимодействия программистов, дизайнеров и переводчиков.

Основными задачами переводчика в сфере локализации являются:

- Перевод и переоформление обложки издания;
- Перевод игрового интерфейса (меню, настройки), для которого необходимо владение специфической терминологией компьютерных игр;
- Создание субтитров и перевод общего текстового содержания;
- Озвучка звукового содержания игры;
- Внутриигровая и культурная адаптация содержания;
- Глубокая культурная адаптация манеры речи, выражений. В данном случае необходимы специализированные знания в той области, которую затрагивает игра (милитаристская направленность, мифы, легенды, история и другое).

В профессиональной сфере переводчиков компьютерных игр распространён такой термин - «глубина локализации», о котором говорит менеджер по зарубежным локализациям компании «Бука» Алла Пашутина. Она определяет глубину локализации как «то, что может быть локализовано» и выделяет 6 видов локализации (по нарастанию глубины локализации):

Бумажная локализация (или упрощённый вид локализации). Во время данного процесса производится адаптация только упаковки и обложки игры, readme файл, веб-сайт игры или компании, маркетинговые материалы, однако сам продукт остается на языке оригинала. Такой вид локализации характерен компаниям, закупающим продукт, затем они печатают для него свою обложку и

перепродают компаниям, работающим на рынках, где язык оригинала пользуется спросом. К примеру, в Греции, игра на английском языке будет популярна, так как большая часть населения - англоговорящая.

Поверхностная локализация. Этот вид локализации является расширенной версией бумажной локализации, включающий в себя перевод заставки и логотипа игры. При выборе такой локализации заказчик ставит основной целью расширение информации об игре и издателе игры, а также создает компании достаточно приятный имидж «заботы о рынке», не затрачивая при этом более дорогостоящие виды локализации.

Экономичная локализация подразумевает перевод всего игрового текста без изменений звуковых дорожек. Это: всплывающие подсказки, субтитры, имена главных и второстепенных героев, диалоги персонажей, и так далее. Этот вид локализации достаточно популярен среди изданий – заказчиков. Он является самым выгодным, однако при этом остальная часть игры остается на английском языке. Этот же тип локализации используется при создании «демо-версий» для показа на выставках.

Во время **углубленной локализации** перед специалистами ставится цель перевести все внутриигровые текстовые и звуковые составляющие, озвучка всех дорожек, заставок и диалоговых окон персонажей. Этот вид локализации популярен среди издателей игр, которые особое внимание уделяют смыслу сюжета. Помимо этого, издатели выбирают этот тип локализации для стран целевой аудитории, население, которого не разговаривает на языке оригинала.

Избыточная локализация. Локализация такого типа делает акцент и на графических файлах, то есть переводятся внутри игровые графические объекты, в основном из-за юридических правил и норм страны. Например, изображение свастики на рынке Германии недопустимо, поэтому локализаторам необходимо видоизменить этот рисунок на другой – нейтральный, не вызывающий ассоциаций [17, с. 307].

Глубокая локализация подразумевает полную локализацию игры вплоть до сценария игры. Особенностью этого уровня локализации является полный перевод и добавление культурных элементов страны целевой аудитории. Например, говоря об адаптации для русскоязычного общества, в игру вводятся привычные фразеологизмы, речевые обороты, поговорки, жаргонизмы или даже нецензурная лексика. Но игра не просто изменяется, она наполняется другими культурными элементами, песнями, кличками, акцентами, диалектами [19, с. 116].

Такие замены полностью погружают пользователей в игру, не давая ни единого намёка на наличие адаптации. Во время глубокой локализации специалистам приходится вырезать некоторые элементы, которые не соответствуют культурным нормам страны интерпретации [4, с. 79-85]. Этот вид локализации представляет из себя самый глобальный и самый энерго- и денежно затратный. Однако издатели часто сами выбирают глубину локализации для своего продукта, опираясь на целевую аудиторию и особенности того или иного продукта, культурных элементов. Чем больше проводится тонкая работа над мельчайшими деталями – тем идеальнее будет локализован проект [13, с. 241-247].

На основании рассмотренного теоретического материала по локализации как нового вида переводческой деятельности, было установлено следующее.

Локализация является многоуровневым и сложным процессом. При локализации переводчик формирует определенные стратегии взаимодействия двух языков: исходного языка и интерпретируемого языка. К основному аспекту адаптации мы можем отнести нацеленность на культуру и стандарты страны, в которой производится локализация.

1.2. Локализация в России. Понятие русификации

Локализация игр появилась в конце 20 века, а точнее в 80-х гг., когда стремительное развитие компьютеров привело к тому, что игры начали набирать обороты на международном рынке. В это время появляются первые симуляторы, которые разрабатывались учеными для исследований. Эти игры были снабжены упрощенным интерфейсом, а также гораздо меньшим числом функций, но эти начальные разработки были очень ценными для дальнейшего развития компьютерных игр. В конце 80-х гг. самыми популярными стали короткие игры с интенсивным процессом (аркадные), а также появился большой ассортимент игровых консолей и игр для ПК.

Локализацией игр в РФ в 1995-2005 годах занимались компьютерные пираты. Такими компаниями были, например, «Фаргус» и «Акелла». Адаптация продукта, выполненная подобными частниками, подвергалась активным обсуждениям на форумах и вызывала недовольство пользователей. Например, был выполнен перевод популярной игры «WarCraft: Frozen Throne», как «Воевать-мастерить: стул заморозили».

В 90-х годах также локализовали настольные игры. «Monopoly» – одна из самых первых, при локализации получила название «Менеджер». В 90-м году была выпущена игра «Заколдованная страна», прототип американской «Dungeons & Dragons». В 90-х существовало много переводчиков-любителей.

Развитие программирования и дизайна привело к усложнению наполнения и интерфейса. Благодаря эволюции ПО и распространению программ и игр по всему миру появилась необходимость в переводе на другие языки. Таким образом появилась новая территория для исследований – «локализация».

После распада СССР на переводческом поприще произошел своего рода коллапс. Государственные издательства больше не финансировались, это привело к снижению ассортимента продукции и к уменьшению тиража.

Появлялось множество компаний, которые занимались переводом, но, так как число конкурентов росло с огромной скоростью, вскоре бизнесмены перестали заботиться о качестве выпускаемой продукции. Цензуры больше не было, поэтому рынок наводнили ранее запрещенные произведения. Очень часто локализацией занимались непрофессионалы, что существенно влияло на качество выпускаемой продукции.

Нами были проанализированы статьи, конференции, а также учебные материалы на предмет истории развития локализации в России. И, если локализацию игр мы способны проанализировать и проследить ход ее истории, то в отношении локализации ПО и сайтов мы не можем с уверенностью утверждать, когда именно зародилось понятие локализации сайтов и ПО в нашей стране и какой путь был ей пройден. Так, на конференции «LocKit 2017» Марк Лесун (Language Manager, Google) подготовил презентацию «О локализации в двух словах: история одного онлайн-курса», в которой он отразил наглядный пример того, как изучается данная проблема в нашей стране по сравнению с США и Европой [45]. Марк упоминает о том, что в РФ существует всего лишь примерно 18 онлайн-курсов по локализации, по сравнению с Америкой, в которой приблизительно 160 курсов (Рисунок №1). Это даёт нам основания полагать, что данная теория в нашей стране остается непроработанной и не до конца изученной.



Рис. №1

Локализация ПО и сайтов в РФ не имеет подробной истории. В большинстве случаев крупные компании, как, например, Майкрософт, прибегают к полностью автоматизированной локализации ПО, что, конечно же отражается на качестве продукта.

«Известно, что фирмы-производители программного обеспечения тратят на интернационализацию и локализацию своих программ примерно в 20 раз больше средств, чем на процесс их создания» (Рис. 2) [29, с. 8].

Costs of Delayed Internationalization

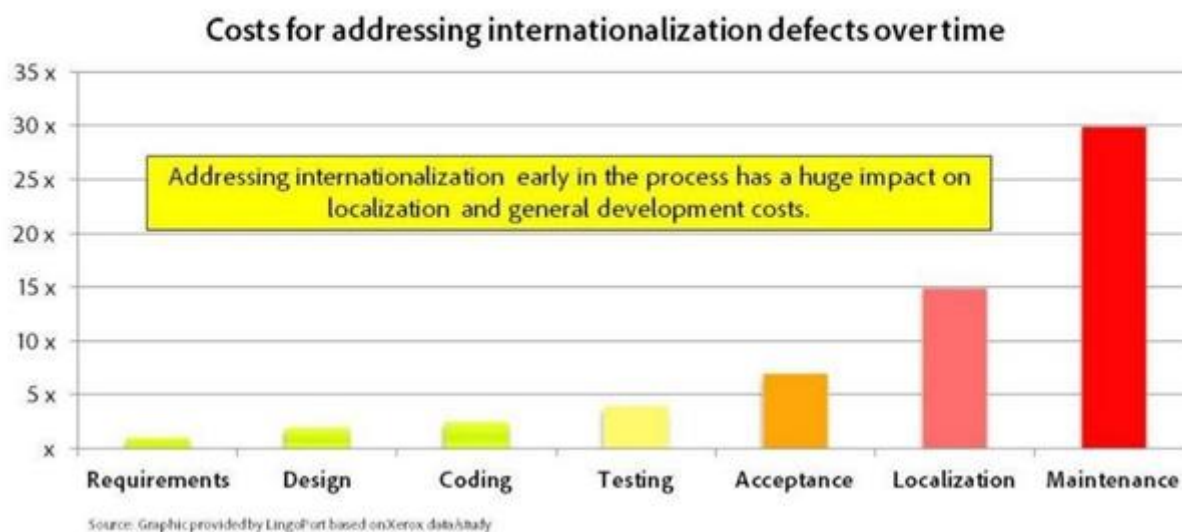


Рис. 2

Основываясь на приведенном выше примере, а также на анализе сайтов и порталов, можно прийти к выводу, что Майкрософт, а также многие другие крупные компании, идут по пути наименьшего сопротивления и, чтобы не тратить и так ограниченный бюджет, полностью автоматизируют процесс локализации сайтов и ПО. Это приводит к тому, что наполняемость продукта выпускается с многочисленными ошибками и неточностями, что будет подробнее разобрано нами в практической части.

Русификация

В связи с тем, что ПК уже не является только лишь инструментом специалистов, а стал нашей повседневностью, появилась потребность в русификации ПО, сайтов и игр. На данный момент интернет переполнен различными вариантами русифицированных программ. Можно встретить, как профессиональные работы, так и переводы, адаптации низкого качества.

Результаты анализа показывают, что ученые не вывели окончательного определения для русификации в области лингвистики. Опираясь на разные источники, мы постарались сформулировать наше собственное определение русификации.

Русификация в компьютерной и программной инженерии – это локализация продукта, которая позволяет интерфейсу и программному обеспечению взаимодействовать с пользователем на русском языке, используя кириллицу [42].

На основании данных, предоставленных кандидатом физико-математических наук Антоном Чижовым, в рамках видео лекции «История русификации ПК», мы можем частично отследить историю развития современных автоматизированных переводчиков, которые выполняли мгновенный перевод файла/ программы на русский язык.

Русификации появляется с первыми персональными компьютерами; в США, это сентябрь-октябрь 1981 года. В ноябре ПК появляется в Советском Союзе. На протяжении длительного времени компьютер находился в специальной лаборатории, где ученые пытались разобраться и понять, что из себя представляет данное устройство. Выводы исследователей показали, что есть необходимость ввода кириллицы, иначе добиться каких-либо результатов не выйдет.

Компьютеры имели малую мощность из-за чего выполнить русификацию программного обеспечения являлось непростой задачей. Однако ученые смогли добиться своей цели и впервые русификацию ПО представили на конференции в Пущино в 1982 году.

Постепенно мощность компьютеров росла. Появился первый вариант редактора текста. Возник вопрос о том, как следует использовать кириллицу в прикладных пакетах. Так как связи с поставщиками налажены не были, появилась идея провести модификацию пакета в момент загрузки в память ПК с

диска. Несмотря на маленькую память в компьютер помещалась специальная программа, которая отслеживала момент загрузки любой другой программы в оперативную память и мгновенно ее переводила. Это позволило русифицировать большое количество программ. Например, одну из первых программ Word, версии DOS [28].

Примерно начиная с 90-х годов западные компании начинают сотрудничать с российскими фирмами для русификации продуктов ПО, сайтов и игр. Необходимость в подобном пиратском переводе постепенно ослабевает.

Официальной датой начала русифицирования ПО и сайтов, можно считать 1993 год, когда была выпущена первая адаптированная версия Windows.

В 2005 году появилась профессиональная (официальная) русифицированная версия Microsoft Disk Operating System (MS-DOS – дисковой операционной системы для компьютеров на базе архитектуры x86). Это послужило толчком к развитию автоматизированных русификаторов. Например, Windows Server 2016 [32].

На сегодняшний момент наиболее точная и полная русификация производится на 3-х уровнях:

- Необходимо обеспечить работу с символами кириллицы;
- Выполнить перевод программы с английского на русский язык;
- Настроить «невербальные» информативные средства, для восприятия российским пользователем [33].

Что касается третьего уровня – по данным ученых люди передают друг другу информацию до 80% при помощи невербальных сигналов. Нынешние компьютерные программы находятся на высоком уровне и работа в них все больше похожа на диалог компьютера с человеком. В данном случае появляется необходимость в передаче данных за счет невербальных средств.

Следует помнить, что русификации подвергаются 3 объекта:

- Интерфейс программы;
- Алгоритмическая часть;
- Инструкция, справочная информация и прочая документация программы.

Локализация ПО, сайта, игры в РФ проходит несколько стадий. Высокое качество локализации ПО, сайта или игры может быть гарантировано только тогда, когда:

1. Анализируется техническая возможность локализации ПО.

Происходит анализ сложностей, которые могут образоваться в будущем при локализации ПО, сайта или игры, например:

- ограничения по размеру элементов интерфейса, ограничения в использовании шрифтов, которые не содержат кириллицу, и т.д.;
- существует ли возможность изменить региональные настройки ПО, сайта, игры (алфавитная сортировка списков, отображение даты, времени, чисел, валюты);
- насколько точно будет работать программа, проверить технические характеристики.

2. Производится перевод и адаптация ПО

В этот этап входят следующие задачи:

- обеспечить терминологическое единство перевода посредством составления глоссария;
- обеспечить удобство работы переводчиков посредством экспорта текста в удобный формат;
- обеспечить сохранение служебных символов и структуры данных при переводе интерфейса и служебных сообщений;

- обеспечить качественный перевод справочных файлов, документации.

3. Тестируется локализованный продукт.

На данном этапе производится тесное сотрудничество технических специалистов с переводчиками. Перед профессионалами стоят следующие задачи:

- Провести проверку на согласование отдельных фраз;
- Исключить присутствие не уместившихся фраз, слов;
- Исправить обнаруженные ошибки;
- Проверить функциональность ПО.

4. Создаются скриншоты конечного продукта для их последующей публикации и распространения для рекламных целей.

В некоторых фирмах локализация производится не самым тщательным образом (например, в компании Microsoft). Вероятно, к русификации не привлечены лингвисты и филологи, что сказывается на качестве. Например, очень часто в программе мы можем встретить такие корявые переводы, как: «забрать в карман» или «выбрать всё» (по аналогии с «select all»).

При переводе терминов необходимо учитывать традиции, применимые в стране конечного пользователя. К примеру – «Pattern» (экселевская диалоговая панель) переводится на русский язык, как «узор(ы)». Но правильнее было бы присвоить имя «Заполнение», так как эта функция отвечает за фон. Или же команда «Preview», русифицированную, как «Просмотр», грамотнее было бы перевести, как «Макет», чтобы у пользователя не возникало сомнений, что именно скрывается за этой функцией.

Российский рынок локализации: нынешняя ситуация и трудности, с которыми сталкиваются переводчики (локализаторы)

На данный момент интернет это один из самых мощных инструментов для продвижения товаров, предложений и многого другого. С каждым днем растет число механизмов, которые могут помочь в бизнесе. Многие компании занимаются созданием сайтов, а также локализацией, что помогает потенциальным предпринимателям выйти на международный рынок.

«В России рынок переводческих услуг обладает своей спецификой – ряд российских бюро переводов, начинавших свою деятельность как специализированные в той или иной сфере, для того чтобы продолжить существовать в условиях рынка, вынуждены были в итоге стать универсальными, то есть выполнять переводы вне зависимости от тематики. Они также занимаются сопутствующим сервисом, выполняя консульскую легализацию документов, предоставляя юридические услуги, аренду оборудования для синхронного перевода и т.д.» [6].

Такие услуги может оказывать, как частная компания, так и крупная корпорация, в штате которой имеются локализаторы и профессиональные филологи. Например, компания AWATERA, возникшая в результате слияния ABBYY LS и ТРАКТАТ. Среди компаний, занимающихся локализацией игр, сайтов и ПО – ТрансЛинк (знаковый локализованный продукт – Mafia 3), «1С» (QLOC Studio + «Бука») (самые крупные адаптации – Civilization V, Shadow of Mordor и Skyrim), The Most Games (Dishonored 2, The Witcher 3: Wild Hunt, Fortnite и Doom), Logrus IT (Watch Dogs 2, Assassin's Creed Chronicles, For Honor, Far Cry Primal).

Пользователи часто недоверчиво относятся к локализованным продуктам, так как имеют негативный опыт в использовании нелегальных версий. Например, в интернете на форумах содержится огромное количество комментариев от возмущенных пользователей. Некоторые программы

производства компаний Adobe, D-Studio и Alex Soft имеют чрезвычайно некачественный перевод, что не может не возмущать людей.

Сложности при локализации игр

Во-первых, локализация игр – сложнейший многоуровневый процесс, который требует привлечения огромного количества специалистов из разных областей знаний. Игры – это тысячи страниц текста и диалогов, поэтому требуется перевод наивысшего качества. Миллионы пользователей используют конечный продукт (читают, слушают, смотрят) и они являются самыми строгими судьями профессионализма контента. Перевод выполняется в основном без контекста, что составляет самую главную сложность. Качественная локализация игры – намного более сложная задача, чем локализация фильма.

Во-вторых, для качественной подготовки продукта необходима команда переводчиков, которые знакомы с терминологией и разбираются в играх. Даже человек хорошо владеющий как русским, так и английским может быть незнаком со следующими словами: **100kkk**, **Orchid Malevolence**, **AOE**, **CC**, **termagant brood** и др. В такой сфере нужны не просто профессионалы, но люди увлеченные. Составить же профессиональную команду из геймеров – задача непростая.

В-третьих, терминологические трудности. Для носителя английского языка некоторые термины (научно-технические) являются всего лишь переосмыслением уже знакомых слов. В РФ исконные русские слова не могут восприниматься как термины. Вероятнее всего, причина этому – отставание нашей страны в науке и технологиях.

В-четвертых, на данный момент в России продолжает процветать пиратство, что негативно сказывается не только на локализаторах, которые

выполняют свою непростую работу, но и на конечных пользователях, которые довольствуются некачественным контентом.

Границы локализационной практики размываются, и терминология активно расширяется за счет процесса заимствования слов из многих областей.

1.3. Виды локализации и особенности техники перевода

В то время как глобализация направлена на глобальную культурную ассимиляцию, локализация, напротив, использует культурную адаптацию для эффективного коммуникативного акта с адресатом – целевой аудиторией продукта – на небольшом, локальном рынке.

Коммуникативный акт в компьютерно-информационной среде можно трактовать не только как процесс лингвистического канала, но и «как совокупность вербальных, правербальных и экстравербальных сигналов, каждый из которых может быть специфичен только для определенного социо- и лингвокультурного пространства, а соответственно, нести либо нулевое, либо искаженное значение при переносе в плоскость другого языка и культуры».

Таким образом, локализация не просто взаимодействует с исходным и языком перевода, она представляет две совершенно отличные друг от друга картины мира [7]. Её результатом является текст или продукт, который:

- соответствует (или максимально приближен к) культурной среде исходного материала;
- выполнен с учётом лингвистических особенностей целевого языка;
- не искажает заложенный автором смысл в исходный материал.

Виды локализации

Самым простым и поверхностным видом локализации цифровых продуктов считается так называемая **«коробочная локализация»**, которая не затрагивает сам цифровой продукт. При данном виде локализации изменяется только то, что написано на упаковке игрового носителя. Если игра продаётся также и на какой-либо платформе дистрибуции (например, в Steam), то также переводится её страница с описанием и скриншотами в магазине, на чём процесс локализации заканчивается.

Чаще всего она применяется для локализации AAA игр (неформальное обозначение класса высокобюджетных игровых продуктов), если они предназначены для продажи оффлайн и выходят на физическом носителе [36].

Если требуется перевести также и текстовое содержание продукта, то такой вид локализации называется **текстовым**. Например, в игре GTA V команда локализации перевела всё вплоть до субтитров. Игрок, с одной стороны, может послушать и попытаться понять речь персонажей-афроамериканцев, но с другой при этом увидит субтитры на русском языке в случае, если он не знает английский или у него возникают проблемы с пониманием отрывков озвучки. Также этот вид локализации подразумевает перевод следующих элементов [30]:

- Единицы измерения;
- Единицы валют;
- Формат написания дат;
- Формат написания телефонных номеров;
- Формат написания почтовых адресов и индексов;
- Форматирование чисел (десятичный разделитель, группировка цифр);

- Направление письма (в большинстве европейских языков – слева направо, на иврите и арабском – справа налево, на некоторых азиатских языках – вертикально);
- STL – комплексное расположение текста (используется в языках, где символы меняют форму в зависимости от контекста [41]);
- Капитализация частей речи и слов (например, в немецком языке, где все существительные пишутся с большой буквы);
- Знаки препинания (например, цитирование текста с использованием двойных кавычек "" в английском и «» во французском).

Локализация озвучки применяется в играх, где возможно перевести человеческую речь. Для этого подбираются актёры дубляжа, которые озвучивают и записывают переведённые реплики. Если озвучка произведена на хорошем уровне, она не будет восприниматься как нечто чужеродное и незаметно погружать игрока или пользователя в повествование.

Графическая локализация возможна в любом цифровом продукте, где его движок предоставляет возможности для перевода элементов дизайна, текстур, моделей и других графических объектов – переводится всё, что не является текстовыми данными.

Например, если в игре-шутере имеется модель забора с какими-либо надписями на нём, графическая локализация подразумевает, что всё, что может увидеть игрок, следует перевести. Это могут быть также надписи на бумаге, записки, вывески лавок и магазинов, и т.д.

Если, кроме описания скриншотов и коробки (при наличии), переводятся также и страница помощи, названия кнопок, меню и прочие элементы управления, то такая локализация называется **локализацией интерфейса**. В играх данный вид может иногда восприниматься странно без использования одновременно с другими видами, потому что кнопку «Играть» игрок может

нажать на русском, но при этом субтитры и сама история игры будет повествоваться полностью на другом языке.

Данный вид встречается довольно часто из-за того, что он является основным типом локализации для сайтов и приложений – основной контент (статусы, посты и другие типы) является недетерминированным (неизменным на любом языке), так как его создают сами пользователи.

При использовании данного вида локализуются следующие элементы:

- Горячие клавиши. Сочетания клавиш могут использовать только кнопки, которые имеются на раскладке клавиатуры локализованного языка. Если сочетание соответствует слову на определенном языке (например, Ctrl+S соответствует «save», т.е. «сохранить»), его может потребоваться изменить.
- Страницы и ссылки на правовые требования, которые разнятся в разных странах. Соблюдение нормативных требований может потребовать настройки для конкретной юрисдикции или изменения продукта в целом. Они включают в себя [30]:
 - Политика конфиденциальности;
 - Дополнительные отказы от ответственности на сайте, в приложении или на коробке;
 - Различные требования к потребительской маркировке (для физических носителей);
 - Соблюдение экспортных ограничений и правил в области шифрования;
 - Соблюдение режима интернет-цензуры;
 - Требования к специальным возможностям (accessibility);

- Политика сбора налогов, таких как налог с продаж, налог на добавленную стоимость или таможенные пошлины;
- Чувствительность к различным политическим вопросам, таким как споры о географических названиях и спорные границы на картах.

Особенности техники перевода цифровых продуктов

Локализация цифровых продуктов осложняется уникальными техническими проблемами и особенностями, для которых грамотный переводчик должен уметь находить способы решения.

Во-первых, задача переводчика осложняется **проблемой представления исходного материала**. Для лучшего качества локализации все лингвистические ресурсы, извлечённые из игры, приложения или сайта должны быть представлены переводчикам в удобном и читаемом формате.

Для локализации ПО под операционную систему macOS используют специализированные программы для редактирования файлов «plist», которые содержат «ключи» (уникальные идентификаторы строк) и «значения» (непосредственно контент, который необходимо локализовать) [40].

Локализаторы игр же используют электронные таблицы. Информация в ячейках не обязательно представляется в хронологическом порядке: она всё равно сможет предоставить переводчику необходимый контекст, например, при помощи представления монологов и диалогов персонажей игр в отдельных колонках с дополнительной контекстуальной информацией. Перевод игр при помощи электронных таблиц чаще всего становится трудоёмким и запутанным, из-за чего у переводчика может нарушиться понимание контекста и могут появиться ошибки [48].

На данный момент не существует единого, унифицированного вида представления данных. Переводчики могут применять его различные виды: от редактирования файлов обычным текстовым редактором до использования специализированного ПО. В основном этот выбор не зависит от самого локализатора: работать приходится с тем, что поддерживает движок продукта. Более того, не каждый инструмент локализации будет работать на устройстве локализатора из-за особенностей операционной системы.

Вторая проблема связана с тем, что **рабочее пространство ограничено**, особенно в случае пользовательского интерфейса с его меню, справкой, всплывающими окнами и другими элементами интерфейса. Оно перестаёт быть функциональным и подчиняется правилам дизайна продукта.

Игры часто используют поля для ввода, размер которых изменить не предоставляется возможным: данная информация находится в исходном коде. Русские статистически длиннее английских, а это означает, что локализаторы должны быть осторожны при соблюдении установленного выделенного пространства.

Это ограничение также может быть представлено в виде лимитов по времени: некоторые игровые движки не будут поддерживать локализованные файлы реплик, если они длиннее оригинальных по времени.

Так, в игре Portal в начале игры локализованные реплики главного антагониста – ИИ GLaDOS – были значительно длиннее оригинальных, из-за чего происходит рассинхронизация игровых событий с голосовой дорожкой, из-за чего теряется комический эффект. Такая локализация является некачественной, потому что озвучка не только не сохраняет тон оригинального повествования, но и порождает ошибки в ходе игры.

Чтобы справиться с разницей в длине слов, локализаторам приходится находить более короткие (или длинные) эквиваленты для синхронизации движения губ и длины субтитров (данный процесс называется «lipsync» –

синхронизация губ), что часто сопровождается потерей или искажением изначального смысла. Например, текстовая строка одной из строк интерфейса социальной сети Mastodon иллюстрирует разницу длин между русским и английскими синтаксическими конструкциями:

Mastodon hosted on %{domain}	Вы получили это сообщение, так как зарегистрированы на %{domain}
------------------------------	--

Третья проблема заключается в **переводе терминологии и неологизмов**. Ключевая терминология должна быть унифицирована, чтобы игра, приложение или сайт был согласован внутренне и с последующими продуктами из этой серии (например, в виде продолжения игры). Для этого большинство групп локализаторов используют сервисы Translation Memory (TM), которые составляют глоссарии. Переводчики используют их, чтобы не допускать разнородных вариантов перевода одних и тех же слов.

Четвёртая, главная особенность локализации цифровых продуктов, особенность состоит в том, что **результат вывода может являться динамичным**, т.е. включать в разных частях строки специальные маркеры для вставки других данных. Компьютер использует специальные шаблоны, которые определяют, какие части текста всегда будут неизменны, а какие следует изменить или вовсе опустить при выводе результата.

Таким образом, подлежащие локализации строки содержат информацию не только для конечного пользователя, но и для самого компьютера: как образовывать множественные числа слов, какие цифры необходимо подставить в строку, и т.д.

Внедрение программного кода, метаданных и переменных непосредственно в подлежащие локализации текстовые строки (также известных как «теги») накладывает дополнительные обязательства на локализатора: если нарушить синтаксис вспомогательного кода, то в лучшем случае строка отобразится неправильно (и информацию не поймёт пользователь), а в худшем – приведёт к ошибкам во всём продукте (из-за чего информацию не поймёт компьютер и не станет отображать её вовсе).

Переводчику нужно уметь отделить полезную нагрузку от вспомогательной информации, а при необходимости – уметь её трансформировать.

Последняя, пятая особенность состоит в том, что в некоторых случаях **локализация не будет возможна из-за особенностей языка локализации**, т.е. не по вине локализатора или неправильного синтаксиса. Игра, программа или сайт не будут способны отобразить локализованный контент из-за того, что компания или разработчик не соблюдали принцип интернационализации.

Такой недостаток невозможно исправить на стадии локализации. Чтобы устранить ограничения, коренным образом влияющие на процесс локализации, задействуют работу программистов и разработчиков. Например, вводится **псевдолокализация** – метод интернационализации ПО, при котором вместо перевода текста программного обеспечения на иностранный язык текстовые элементы приложения, игры или сайта заменяются видоизменённой версией исходного языка.

Account Settings	[!!! Àççôûñť Šěţţîñğš !!!]
------------------	----------------------------

Пример псевдолокализованного элемента меню. В полученной строке присутствуют акценты (диакритики) и символы пунктуации.

Эти изменения делают исходные слова менее читабельными и включают в себя наиболее проблемные знаки языков мира, различную длину текста, и направление письма.

Псевдолокализация является общепринятой мерой интернационализации, предназначенной для определения распространённых типов ошибок ещё в начале цикла разработки (до самого процесса локализации) путем механической замены всех локализуемых элементов специальным псевдоязыком, который свободно распознаётся носителями исходного языка, но при этом содержит большинство «проблемных» элементов из других языков.

Хотя псевдолокализация является инструментом разработки, а не инструментом локализации, произвести без неё полноценный процесс локализации невозможно [47].

Чтобы удостовериться в качестве и правильности перевода с вспомогательной информацией часто прибегают к работе в команде редакторов, супервизоров и программистов. Таким образом, локализация становится командной работой, так как одной задачи переводчика становится недостаточно.

Способы локализации

Ключевые стратегии, которые могут использоваться для большинства цифровых продуктов, были описаны Альберто Фернандес Косталесом [22, с. 385-408]. Они зависят от характера культуры языка, социокультурного контекста принимающей страны, а также от сроков и цели нового продукта. Этими стратегиями являются:

Нулевой перевод, т.е. перевод без изменения изначального текста. Эта техника может быть полезна при переводе специфической терминологии, а также терминологии, эквивалент которой найти не представляется возможным.

Например, названия комбо, статусных эффектов и движений в Dota 2, персонажей, оружия, транспортных средств, локаций, предметов и сами названия игр также не переводятся:

<p><u>Aphotic Shield</u> summons dark energies around an ally unit, creating a shield that absorbs a set amount of damage before expiring.</p>	<p><u>Aphotic Shield</u> окружает союзника щитом из тёмной энергии, который поглощает некоторое количество урона.</p>
--	---

Вторая стратегия, **транскреация**, требует не только непосредственный процесс перевода, но и творческий подход, из-за чего добавляются или изменяются названия внутриигровых элементов. Это перевод, который нарушает баланс в сторону целевой аудитории, но в то же время не изменяет геймплей. Переводчик может найти целесообразным применить такой способ, чтобы приблизить игровой процесс к игрокам.

Транскреация требует использование различных переводческих трансформаций, таких как модуляция, лексически и грамматические перестановки. Данный метод часто приводит к появлению новой терминологии, особенно в тех случаях, когда переводчик работает с неродственными языками (например, английский и русский):

<p>This next test involves <u>discouragement redirection cubes</u>. I'd just finished building them before you had your, well, episode. So now we'll both get to see how they work.</p>	<p>Следующее испытание связано с <u>кубами преломления подавленности</u>. Я сконструировала их буквально накануне твоего... эпизода. Теперь мы сможем посмотреть, как они работают.</p>
---	---

В Portal 2 некоторые игровые элементы были переведены российскими переводчиками с творческим подходом. Данный пример иллюстрирует технику транскреации, используемую для перевода ключевых игровых механик.

Дословный вариант «кубы перенаправления уныния» не звучит естественно для носителей русского языка, поэтому команда локализации выбрала новый вариант в качестве функционального эквивалента, который точно передает коммуникативную цель строки – кубы преломляют смертоносные лазеры, которые отталкивают игрока от себя.

Дословный перевод применяется при переводе игр спортивного жанра, гоночных игр, аркад и таких симуляторов, в которых есть технические термины. Поскольку тематическое содержание может варьироваться от простого, как в аркадах, до очень сложного, как в спортивных и военных симуляторах, от переводчика потребуются специальные знания, относящихся к конкретному жанру, предмету или области.

Э.А. Дмитриева отмечает, что дословный перевод следует отделять от «буквализма» – переводческого приёма, при котором всегда сохраняется порядок слов и стиль оригинала, даже если перевод будет звучать неестественно. Дословный перевод допускает использование различных переводческих трансформаций, если при этом сохраняется широкое значение слова [5, с. 14]:

<p>The Enrichment Center reminds you that although circumstances may appear bleak, you are not alone. All Aperture Science <u>personality constructs</u> will remain functional in apocalyptic, low power environments of as few as 1.1 volts.</p>	<p>Центр развития напоминает, что, хотя ситуация может казаться безрадостной, вы не одиноки. <u>Личностные конструкции</u> Лаборатории продолжают работать и в пост-апокалиптических условиях.</p>
--	--

Последняя, **компенсационная стратегия** предполагает частичное (или полное) перефразирования и обычно используется при работе с особым юмором, акцентами, игрой слов и каламбурами. Переводчик вводит новые функциональные эквиваленты, позволяющие компенсировать потерю смысла при помощи описательного перевода.

А.Т. Анисимова утверждает, что категории «правильного» и «неправильного» перевода в данном случае неуместны, так как перед переводчиком стоит задача передать тональность и эмоциональность оригинала [1, с. 85]. В языке локализации обязательно найдутся такие лексические единицы, которые способны полностью передать оттенки оригинального значения без искажения смысла. В данном случае стратегия – это компромисс между оригинальной и целевой культурой:

You have just passed through an Aperture Science Material Emancipation Grill.	Вы пересекли поле анти-экспроприации, которое при контакте испепеляет любое неразрешенное оборудование.
---	---

Машинный перевод. Используется для перевода недетерминированного текстового контента в социальных сетях или для создания первоначального, чернового варианта перевода продукта.

Данный вид локализации не является стабильным и часто склонен к ошибкам в грамматике, орфографии и стилистике (особенно распространённой ошибкой является употребление неправильной терминологии) [40].

Вывод по главе 1

Происходит активное развитие и кооперация локализаторов и людей с техническим образованием в части плодотворной работы над адаптацией игр в РФ. Что касается программного обеспечения и сайтов, до сих пор этому не уделяется достаточно внимания и многие процессы по локализации и русификации недостаточно освещены в лингвистической литературе. Хотелось бы подчеркнуть, что до сих пор используются автоматизированные «русификаторы» и «локализаторы», которые не проверяются и не анализируются, что приводит к плохому качеству продукта.

Существует четыре основные стратегии, которые могут быть использованы в процессе локализации цифровых продуктов. Для проведения успешной локализации одних переводческих знаний недостаточно: для достижения наилучшего результата локализатор не только не должен исказить оригинал, но и применять своё собственное воображение, чтобы передать опыт и ощущения от использования продукта на оригинальном языке.

На локализатора накладываются дополнительные обязанности, такие как соблюдение синтаксиса разметки тегов, дополнительных метаданных, а также ограничений рабочего пространства.

В свою очередь, самому локализатору должны быть предоставлены соответствующие технические возможности: специализированное ПО, оригинальный материал с контекстуальной информацией (при её наличии). Архитектуру цифрового продукта необходимо заранее подготовить: внедрить в него методы интернационализации, что требует значительных усилий от его разработчиков.

Глава 2. Анализ локализации веб-портала

Качество и оперативность в вопросах обмена данными внутри компании – являются важнейшими критериями успеха той или иной организации. Руководство компании постоянно ищет способы для продуктивного сотрудничества, как внутри организации, так и с представителями других фирм. Microsoft SharePoint – помогает эффективно решать разнообразные задачи. Этот веб-портал используется бизнесменами для документооборота, а также обсуждения различных вопросов.

При внедрении Microsoft SharePoint в организацию повышается эффективность, а также значительно сокращаются временные потери. Есть возможность хранить документы в одном месте, структурировать данные, продумывать и воплощать решения. Именно поэтому качество локализации для подобных платформ является важной составляющей.

Качественная локализация веб-портала и сайтов крайне важна, потому что владение английским языком в нашей стране до сих пор остается на низком уровне. Некачественно выполненная адаптация может привести к ошибкам в работе, непониманию некоторых функций на сайте, а также к потере времени и возможностям, что для бизнеса – недопустимо.

Также профессиональная локализация портала показывает компанию с лучшей стороны. Однако некоторые крупные фирмы в погоне за прибылью уделяют локализации недостаточно внимания. Как упоминалось ранее, в мире на адаптацию продукта тратят в 20 раз больше денег, чем на разработку самого ПО или сайта. Это приводит к тому, что часто компании делают машинный перевод своих порталов и сайтов.

Возможности машинного перевода с каждым днем увеличиваются и иногда мы встречаем достаточно качественные переводы, выполненные

компьютером. К такому выводу мы можем прийти, изучив рынок, на котором можно встретить компании выполняющие именно машинный перевод [34], нейронный машинный перевод. Он намного дешевле обходится, и руководители с радостью берутся за такую прекрасную возможность сэкономить.

2.1. Оценка веб-портала

Для того, чтобы изучить качество выполненной адаптации Microsoft SharePoint для русскоязычного пользователя, необходимо наметить цели и задачи, которые стоят перед локализаторами:

- необходимо выявить порядок, в котором распределяется информация, чтобы была возможность адаптировать интерфейс для русскоязычного пользователя;

- необходимо определить устойчивые выражения, которые могут использоваться в названиях разделов (дабы избежать необоснованного калькирования). Однако последний пункт больше всего свойственен локализации портала или сайта с русского на английский. Если перевод выполняется с английского языка на русский, следует уточнить наличие зафиксированного термина.

Что касается последнего, проследить подобное на сайтах или веб-порталах достаточно сложно, потому что постоянно происходят обновления и процессы, которые требуют новых слов, новых терминов и переводчики не всегда успевают зафиксировать и правильно выполнить перевод нового явления.

Релевантная терминология

Анализ основной страницы портала показал следующие информационные блоки в шапке портала: Home, SharePoint, Plans and pricing, solutions, resources [Прил. 3].

Изучение примеров показало, что переводчики адаптировали название портала без использования транслитерации, прибегнув к нулевому переводу. Что касается частотности употребления тех или иных способов перевода, среди проанализированных нами примеров чаще встречается дословный перевод, что будет отражено позднее.

При переводе навигационных кнопок локализаторы должны учитывать, что существуют устоявшиеся термины, которые используются при адаптации сайтов/порталов для русскоговорящих пользователей:

«About us – О компании;

Leadership / Board and Executive – Руководство;

Our History / History & Heritage – История;

Search by product or service – Выберите продукт/ услугу;

What we do / Our Business – Деятельность компании;

Where We Operate / Where we work – География;

Current issues – Последние разработки;

Support and Service – Поддержка;

Discussions – Отзывы;

Investor relations / Investors – Инвесторам;

Careers / Careers and opportunities / Working with us – Вакансии/Карьера;

Apply – Резюме;

News / Newsroom / Latest News / News and Events / Hot News / News and Views – Новости / события / последние события;

Social media – Отзывы в соцсетях;

Contact us / Contact Information – Контакты» [18, с.85].

2.2. Локализация видеоматериалов и графики

Текстовая подсказка, сведение об ошибке, меню, формы для заполнения, картинки, видео – все это должно быть адаптировано переводчиком. В данном случае также стоит помнить об устойчивых выражениях.

Например, на веб-портале не произведена локализация графических элементов (Рис. 3). Также переводчиками были упущены обучающие видео на платформе, что, несомненно, приводит к тому, что пользователям неудобно пользоваться данным контентом. Однако некоторые видео переведены компьютером, что, в какой-то степени, может способствовать пониманию материала, но интонации робота, а также достаточно нелепые ошибки в речи могут раздражать. Поэтому мы можем сделать вывод, что локализация выполнена не до конца.

«Основой любой программы машинного перевода является автоматический словарь. Некоторые словари снабжены функцией пополнения лексики» [16, с. 2]. Это дает основания полагать, что в не столь отдаленном будущем машинный перевод будет гораздо более точным и профессиональным.

News



Globetrotting with Contoso

Follow the social media journey of our sponsored globetrotting model Contoso Clothing's new line. They will be taking p

Lynne Robbins, December 6, 2016

10 views

Contoso's first activewear only store!

Megan Bowen, December 6, 2016

13 views

Рис.3

Анализ англоязычных версий веб-сайтов российских компаний

Мы хотели бы остановиться на анализе портала. Нами будет оцениваться релевантность подобранных переводчиком или компьютером терминов. Отметим, на наш взгляд, удачные решения и рассмотрим неточности, которые приводят к негативному восприятию сайта, а также к проблемам при использовании данной платформы.

2.3. Анализ русскоязычной версии веб-портала Microsoft SharePoint

Локализованная версия веб-портала практически не изменилась. Структура, навигация, оформление – всё имеет такую же форму, стиль и дизайн. Отсюда мы можем сделать вывод, что данный сайт не проходит стадию графической модификации при локализации для носителей русского языка. На основной странице также не произошло существенных изменений при переводе. Рассмотрим локализацию основных пунктов на главной странице (табл.1).

Таблица 1

Основные ссылки главной страницы веб-портала «Microsoft SharePoint»

Английский вариант (оригинал)	Русский вариант
<i>«SharePoint», «See plans and pricing», «Simple sharing and seamless collaboration», «Tell your story with beautiful communication sites», «You're just a click away from what you are looking for»</i>	<i>«SharePoint», «Планы и цены», «Удобное взаимодействие и совместная работа без проблем», «Создавайте удобно и красиво оформленные сайты для общения», «То, что вы ищете, – всего в шаге от вас!»</i>

В данной таблице представлены примеры, взятые с главной страницы портала. Здесь мы можем увидеть нулевой перевод, дословный перевод, а также транскреацию. Рассмотрим более подробно.

Например, *«Simple sharing and seamless collaboration»*, на русский перевели, как *«Удобное взаимодействие и совместная работа без проблем»*. Выполнен дословный перевод. На наш взгляд *«работа без проблем»* звучит достаточно непрофессионально (повседневно), поэтому мы предлагаем вариант *«эффективное сотрудничество»*. Таким образом мы получаем: *«Удобное взаимодействие и эффективное сотрудничество»*.

Следующий интересный пример: *«Tell your story with beautiful communication sites»*. Мы считаем, что переводчик в данном случае выполнил перевод при помощи транскреации: *«Создавайте удобно и красиво оформленные сайты для общения»*. В данном случае можно говорить о некой двойственности и предположить, что этот пример относится также и к дословному переводу. Возможен следующий вариант перевода: *«Расскажите вашу историю при помощи красивого оформления»*.

Ещё один пример транскреации: *«You're just a click away from what you are looking for»*. Здесь ясно прослеживается локализация с творческим замыслом (транскреация), так как для русского человека привычнее будет прочесть именно пример, подобранный переводчиком: *«То, что вы ищете, – всего в шаге от вас!»*.

Другие примеры локализации портала

1. «Users with appropriate roles can search for and view this content on **the dashboard site**», здесь мы хотели бы отметить нулевой перевод. Мы полагаем, что в этом примере использование подобного типа перевода – неоправданно. Так как для «the dashboard site» словари дают нам следующие определения: «сводная панель», «панель инструментов сайта». Поэтому это предложение можно было бы перевести дословно: «Пользователи с соответствующими ролями могут осуществлять поиск и просмотр этого содержания на панели инструментов (сайта)».

2. «About Search Features» – «О поисковых возможностях». В данном случае у нас имеется зафиксированный вариант: «Функции поиска». Поэтому здесь допущена ошибка.

3. «**Web discussions**. A tool that enables users to discuss workspace documents» – «**Веб-конференции**». Инструмент, позволяющий пользователям обсуждать документы рабочего пространства». В данном случае оставлять частичный нулевой перевод не имеет смысла, так как есть широко используемый вариант: «Веб-конференции».

4. «Users can access Web discussions from a browser or from the Office 2000 Online Collaboration toolbar» – «Пользователи могут получить доступ к Web-конференциям из **броузера** или из панели инструментов Online Collaboration в Office 2000». Дословный перевод. В данном примере мы видим ошибку в неправильном использовании термина. Возможно, этот перевод был выполнен компьютером. Более точный перевод: «Пользователи могут получить доступ к Веб-конференциям из браузера или из панели инструментов Online Collaboration в Office 2000».

5. «The Online Collaboration toolbar provide access to discussions from **Internet Explorer 5 and Office 2000 applications**» – «Панель инструментов интерактивного взаимодействия (Online Collaboration) обеспечивает доступ к конференциям из приложений Internet Explorer 5 и Office 2000». Дословный перевод. Переводчик, по неясной причине, решил назвать браузер приложением. Поэтому здесь - неправильное употребление термина, который, можно опустить: «Панель инструментов интерактивного взаимодействия (Online Collaboration) обеспечивает доступ к конференциям **из (браузера) Internet Explorer 5** и приложений Office 2000».

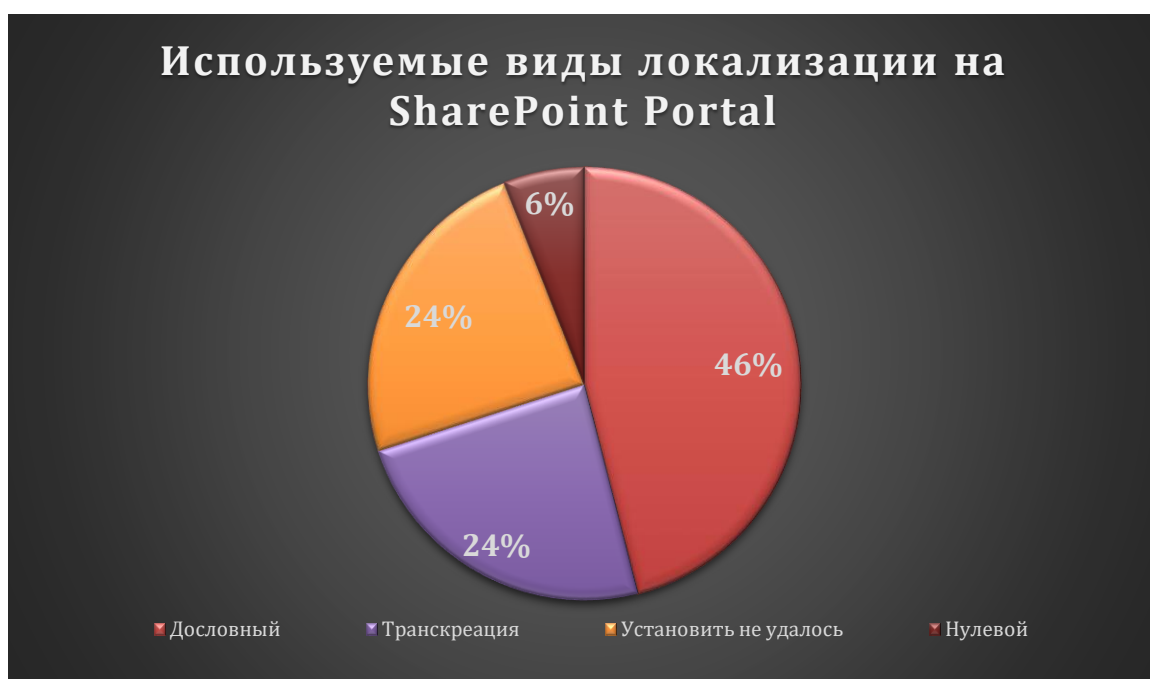
6. «Microsoft Online Services available to organizations (including but not limited to educational institutions) (**hereinafter** referred to as “customer”), including those enabling personal data processing such as Microsoft Azure, Microsoft 365, Dynamics 365, and **Power Platform**, are provided from data processing centers located outside of Russia» – «Microsoft Online Services доступны организациям (в том числе и не ограничены образовательных учреждений) (**хереинафтер**, называемые «клиент»), включая такие возможности, как поддержка обработки персональных данных, таких как Microsoft Azure, Microsoft 365, Dynamics 365 и **питание**, предоставляются из центров обработки данных, расположенных за пределами России». Пример машинного перевода. Во-первых, ошибка в переводе «**hereinafter**», вместо дословного перевода мы получили

транслитерацию, во-вторых, странный перевод «**Power Platform**». В подобном случае, переводчикам или сотрудникам, которые выполняют перевод следует вычитывать весь переведенный материал, чтобы избежать подобных опечаток.

7. «**More from Microsoft**» – «Дополнительные возможности от Microsoft». Крайне удачно выполненный перевод с помощью транскреации. Так как при переходе по ссылке «More from Microsoft» мы попадаем на страницу с дополнительными приложениями, которые могут помочь улучшить какие-то процессы компании. Если бы локализатор перевел как-то иначе, пользователю было бы крайне сложно сориентироваться на веб-портале.

Процентное соотношение частотности употребления видов локализации

Нами были проанализированы 100 словосочетаний и предложений на портале Microsoft SharePoint. Ниже представлено, к каким результатам мы пришли:



Лидирует среди видов локализации – **Дословный перевод** (46%). Как показало наше исследование чаще всего локализаторы прибегали именно к этому виду, так как он наиболее точно передает основную информацию.

Второй вид – **Транскреация** (24%). Этот тип сложнее, но интереснее в рамках данного исследования. Транскреация подразумевает более творческий подход к переводу и, на наш взгляд, этот тип помогает наиболее полно и точно произвести локализацию продукта.

Третий вид – **Установить не удалось** (24%). В данный тип вошли виды, которым нельзя дать точную характеристику или, которые несут в себе сразу несколько функций, например, Транскреации и Дословного перевода.

Четвертый вид – **Нулевой** (6%). Также достаточно распространенный тип локализации, однако в наш анализ вошло только 6 примеров, поэтому процент по сравнению с другими типами – маленький.

Пятый вид – **Компенсационный** (0%). Наиболее часто Компенсационный вид можно встретить в играх, поэтому в данном исследовании мы не обнаружили признаков данного типа.

Подводя итоги хотелось бы отметить, что в чем-то локализация была крайне удачной, об этом свидетельствуют некоторые очень интересные примеры. Однако все равно встречаются ошибки и неточности, которые могут произвести отталкивающее впечатление. Вероятно, это связано с тем, что на этой платформе принято выполнять переводы следующим образом: «Благодаря многоязычному пользовательскому интерфейсу SharePoint 2010 владельцы сайтов могут настраивать поля в списках таким образом, чтобы они поддерживали различные языки. А когда пользователи создают новый контент, они также могут публиковать переводы материалов, чтобы другие пользователи смогли просматривать контент на понятных им языках» [46, 10 с].

Большая часть языкового контента – переведена. Можно отметить также, что преобладающая часть выполнена благодаря **Дословному переводу**. Примеров качественной локализации достаточно мало, что приводит нас к выводу о том, что на этот сложный процесс не были выделены ресурсы.

Вывод по главе 2

На основании проведенного нами анализа, можно подвести следующие итоги:

1) Необходимо учитывать интересы реципиента, при локализации сайта или портала, так как дословный перевод, а также отказ от модификаций существенно ухудшает качество (ресурса) восприятия;

2) Необходимо производить модификацию: навигации, внутренних страниц, меню, расположения некоторых сегментов, графических вставок:

а) следует применять релевантную информацию, а также избегать добавления сведений, который не являются необходимыми для конечного пользователя;

б) следует добавить или удалить разделы, которые не соответствуют нормам той или иной стороны;

в) следует использовать фрагменты, характерные для страны пользователя;

г) следует тщательно прорабатывать видео- и фотоматериалы;

д) возможно, следует продумать смену цветовой гаммы сайта/ портала.

3) Необходимо внимательно проверять «начинку» портала и производить также локализацию дополнительных окошек, справок и другого.

Заключение

Локализация сайтов, приложений и игр является относительно новым направлением, поэтому оно подвержено ошибкам, неточностям, а также осложняется отсутствием единого подхода локализации в силу разнородности использованного стека технологий в каждом уникальном сайте. Она охватывает многие области – экономику, политику, лингвистику и основы программирования. Для успешной локализации требуются некоторые технические навыки и знания, чтобы уметь работать и видоизменять предоставляемый материал.

Для создания гибкого цифрового продукта, способного конкурировать со схожими на любых рынках, компаниям приходится задействовать множество команд, состоящих из программистов, редакторов и локализаторов.

В процессе изучения теории и практического анализа мы проанализировали локализацию как лингвистическую дисциплину, её нынешнюю ситуацию на рынке цифровых продуктов, а также рассмотрели способы и особенности при локализации цифровых продуктов. Мы пришли к следующим выводам:

- В связи с развитием рынка игр, а также программного обеспечения, увеличивается спрос на иностранную продукцию, что требует качественной локализации, которая удовлетворит потребности современных пользователей. Нами были проанализированы работы Михайлова Е., Молчанова Е., Кушниковой Л.В., Дрожачих А.В. и других ученых лингвистов, изучавших локализацию. В связи с чем мы пришли к выводу, что на данный момент теория не в полной мере обоснована, поэтому наше исследование является хорошим материалом для более детального изучения данной проблемы;

- Довольно часто локализацию сводят к простому переводу, что является в корне неверным. Поскольку локализация подразумевает не только перевод, но также адаптацию сайта, игры или социальной сети к национально-культурным особенностям страны. Необходимо уметь различать перевод и локализацию;
- Из анализа теоретических и практических материалов мы вывели значимость точного перевода компьютерной лексики. Достоверность при переводе компьютерных терминов – одна из главных задач, стоящих перед локализатором. В основном термины передаются при помощи калькирования, транскрибирования или описательного перевода;
- Существует проблема в соблюдении единообразия при локализации продукта. Во время анализа локализованных сайтов и игр, мы столкнулись с большой вариативностью терминологии. Следует помнить, что некоторые словоформы уже имеют устоявшиеся лексические единицы в конечном языке;
- При локализации продукта недостаточно усилий одних переводчиков. В английском и русском языках существуют различия, что означает изменения не только самого текста, но и кода, реорганизации архитектуры, изображений и прочих элементов под различные сценарии отображения. В связи с этим необходимо наладить тесный контакт с техническими специалистами и проводить консультации на каждом этапе цикла локализации;
- При локализации веб-сайтов, игр и приложений следует также выполнять перевод руководства программы и справочных материалов. В этом случае главной задачей является сохранение лексики, использованной в интерфейсе;

- Ключевыми стратегиями при локализации цифровых продуктов являются: нулевой перевод, транскреация, дословный перевод, а также компенсационная стратегия. Последний вид является наиболее продуктивным при локализации игр;
- Использование машинного перевода на данный момент не является действенной альтернативой, так как грамотность автоматического перевода до сих пор остается на достаточно низком уровне.

Материалами нашего исследования послужили файлы русскоязычной локали интерфейса социальной сети Mastodon, веб-портала Microsoft SharePoint Portal Server, а также тексты игр The Last of Us, Uncharted: Drake`s Fortune, Uncharted 2: Among Thieves.

Актуальность и польза данной работы состоит в уникальном анализе проблем, возникающих при локализации цифровых продуктов. Нами были систематизированы основные неточности, а также выделены удачные решения переводчиков. Мы предоставили альтернативные способы решения представленных в практической части ошибок.

Из этого следует, что локализатор должен уметь производить не только лексические, синтаксические и грамматические трансформации, но также творчески подходить к специфическим культурным особенностям конечного пользователя.

Библиография

1. Анисимова А.Т. Феномен компьютерной игры в переводческом дискурсе. // Южный институт менеджмента, Краснодар, 2018. с. 85.
2. Батюкова Н.А. Многоязычная локализация в современном виртуальном пространстве // Образовательные технологии в виртуальном лингвокоммуникативном пространстве: IV Международная Виртуальная научно-практическая конференция по русистике, литературе и культуре: Сборник научных докладов. США, Вермонт, Мидлбери колледж и др. Ер.: Лимуш, 2011. с. 42-45.
3. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник. - М.: КНОРУС, 2009 с. 672.
4. Быкова И.А. Межкультурная коммуникация: сопоставительное исследование когнитивно-культурных факторов перевода // Вестник РУДН. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2013. №2 С.79-85.
5. Дмитриева Э.А., Ткаченко В.В. Дословный перевод как дополнительный инструмент при обучении письменному переводу // БГУ, 2015. с. 14.
6. Жабина Л.В. О переводе названий компьютерных игр (на материале английского и русского языков) // Язык и культура (Новосибирск). 2015. №19. с. 77.
7. Зинкевич О.В. Локализация как процесс лингвистической трансформации структуры и содержания динамического текста // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2008. с. 3.
8. Лукина М. С. Компьютерная лексика в интернет пространстве русского и французского языков // Вестник челгу. 2013. №35 (326) С.79-84.

9. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: автореф. дисс. ... докт. филол. Наук. Волгоград, 2009. С. 10-11.
10. Маркина Н.С., Лапшина М. С., Алексеева Е. С. Глобализация; локальный подход к глобальной задаче // Вестник МГЛУ. - 2011. - №612.
11. Масленникова Е.М. Художественный перевод: когнитивная матрица и лингвистическая (не)равноценность 2014, с. 157.
12. Медведева Е.В. Рекламный текст как переводческая проблема // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. - 2003. - №4 - С.23-42.
13. Мерлян С. Е. Локализация как разновидность переводческой деятельности; науч. рук. С. А. Песоцкая // Коммуникативные аспекты языка и культуры: сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых, г. Томск, 21-23 мая 2014 г. : в 3 ч. - Томск : Изд-во ТПУ, 2014. Ч. 1. С. 241-247.
14. Мосин М. Вспоминаем тех, благодаря кому у нас были компьютерные игры на русском языке. Игровые девяностые. Режим доступа: <http://xakep.ru/2015/01/14/old-translators/>
15. Муравьёва Д.Д., Яренчук Е.Э. Локализация и перевод. К вопросу локализации компьютерных игр // Перевод и межкультурная коммуникация: теория и практика. 2018. № 5. с. 32-37.
16. Назарова И.П. Машинный перевод иноязычного текста и ошибки, возникающие в процессе перевода // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. 2012. с.2.
17. Сафронова А.П. Этико-правовые аспекты перевода компьютерных игр // Научный альманах. 2017. №4-2(30). с. 304.

18. Сухарева Е.Е., Шурлина О.В. Анализ качества перевода и локализации интернет-представительств компаний // Вестник ВГУ. 2016. с. 85.
19. Тихонов В.В. Языковая локализация как проблема перевода видеоигр // Сборник статей Международной практической конференции. 2017.
20. Фищенко Л.Г. Структура рекламного текста: учебно-практическое пособие. - СПб: Петербургский институт печати, 2003. – 232с.
21. Andras Kornai - Mathematical Linguistics - Springer Science & Business Media Nov 10, 2007 с. 17-42.
22. Costales A. F. Exploring Translation Strategies in Video Game Localization / A. F. Costales // Monographs in Translation and Interpreting. – 2012. – №4. – p. 385-408.
23. Esselink B. A Practical Guide to Localization / B. Esselink. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2000. – 488 p.
24. J Jakobson, R. On Linguistic Aspects of Translation / R. Jakobson // Venuti L. (ed.) The Translation Studies Reader – L.; N.Y.: Routledge, 2000. – p. 113-118.
25. O’Hagan, M. Video Games as a New Domain for Translation Research: From Translating Text to Translating Experience / M. O’Hagan // Tradumàtica: traducció i tecnologies de la informació i la comunicació. – 2007. – №5. – p. 1-7.
26. O’Hagan, M., Mangiron C, Games Localization: When Arigato Gets Lost in Translation / M. O’Hagan, C. Mangiron – Proceedings: New Zealand Game Developers Conference Proceedings, 2004. – p. 57-62.
27. Pym Anthony Exploring Translation Series. - London and New York: Routledge, 2010. – p. 120-142.

Электронные ресурсы

28. История русификации ПК – Антон Чижов – <https://www.youtube.com/watch?v=mI41kVq9h3o>
29. Лингвистическое и косметическое тестирование программ «Лаборатории Касперского» – <https://ict.moscow/presentation/lingvisticheskoe-i-kosmeticheskoe-testirovanie-programm-laboratorii-kasperskogo/>
30. Локализация программного обеспечения – https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%BE%D0%B1%D0%B5%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F
31. Молчанова Н., Михайлова Е. Локализация как разновидность переводческой деятельности: лингвистические, технологические, психологические аспекты/ II Общероссийская студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум» – <http://www.rae.ru/forum2010/7/776> [Дата обращения: 27.01.2017]
32. Русификация Windows Server 2016 – <https://zen.yandex.ru/media/id/5a3211a177d0e6afcba2adfd/rusifikaciia-windows-server-2016-gde-vziat-russkii-language-pack-dlia-angliiskoi-versii-5b08f273256d5c417a61b251>
33. Русификация программных продуктов – <http://optics.sinp.msu.ru/fnn/russ.html>
34. Русское бюро переводов – <http://rusburo.ru/lokalizatsiya-saytov-portalov-rochti/> [Дата обращения: 27.01.2017]

35. Студенческий научный форум – 2010 – <https://scienceforum.ru/2010/article/2010000776>
36. Что такое локализация и чем она отличается от перевода? – <https://apptor.ru/info/articles/chto-takoe-lokalizatsiya-i-chem-ona-otlichaetsya-ot-perevoda.html>
37. Эко У. Сказать почти то же самое. Опыты о переводе. М.: Акт, 2015 – <https://e-libra.ru/read/367142-skazat-pochti-to-zhe-samoe-opyty-o-perevode.html>
38. Якунина В. Г., Шевченко Е. В. Лингвоиндустрия: Локализация и перевод 2017, с. 17 – <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvoindustriya-lokalizatsiya-i-perevod/viewer>
39. Amazon Translate – <https://aws.amazon.com/ru/translate/>
40. CAT программа – <https://ru.smartcat.ai/blog/cat-tools-programma-dlya-perevodchikov/>
41. Complex text layout – https://en.wikipedia.org/wiki/Complex_text_layout
42. Computer Russification – https://en.wikipedia.org/wiki/Computer_Russification
43. Info.plist Localization – <https://medium.com/@guerrix/info-plist-localization-ad5daaea732a>
44. Internationalization and localization – https://en.wikipedia.org/wiki/Internationalization_and_localization
45. LocKit 2017 – конференция по локализации игр и ПО – <https://www.youtube.com/watch?v=2Nhkv2s7-XE&list=PL6luDL1wpAFozWvX3-w5YdUnRLnGgN7Vg&index=8&t=0s>
46. Microsoft SharePoint Оценочное руководство – <https://docplayer.ru/29983912-Microsoft-sharepoint-ocenochnoe-rukovodstvo->

dlya-tehnicheskikh-direktorov-i-lic-otvetstvennyh-za-prinyatie-delovyh-resheniy.html

47. Pseudolocalization – <https://en.wikipedia.org/wiki/Pseudolocalization>

48. Spreadsheets for localization: One step forward, two steps back – <https://lokalisec.com/blog/spreadsheets-localization/>

Оригинал	Официальный перевод	Предлагаемые изменения	Использованные приёмы\виды локализации\заметки
SharePoint Portal Server			
1. «Users with appropriate roles can search for and view this content on the dashboard site »	«Пользователи с соответствующими ролями могут осуществлять поиск и просмотр этого содержания на dashboard site »	Пользователи с соответствующими ролями могут осуществлять поиск и просмотр этого содержания на сводной панели / панели инструментов сайта.	Нулевой перевод

<p>2. «You can create document profiles to their documents by using the Add Document Profile Wizard in the Document Profiles folder, which is located in the top-level Management folder»</p>	<p>«Профили документа могут быть созданы при помощи Add Document Profile Wizard в каталоге профилей документа (Document Profiles), расположенного на верхнем уровне каталога Management»</p>	<p>-</p>	<p>Нулевой перевод</p>
<p>3. «Users can assign document profiles to their documents by using the Profiles tab on the Properties page of each document, or, for documents stored in an enhanced folder, by selecting a document profile on the check in form»</p>	<p>«Пользователи могут присваивать профили документов своим собственным документам с помощью закладки Profiles на странице Properties каждого документа, или, для документов, хранящихся в расширенном каталоге, выбрав профиль документа в окошке метки в форме»</p>	<p>-</p>	<p>Нулевой перевод</p>

4. «About Search Features»	«О поисковых возможностях»	Функции поиска	Дословный перевод
5. «For more information about working with document profiles, see Create Document Profiles »	«Для получения более подробной информации о работе с профилями документов, см. Создание профилей документа »	-	Дословный перевод
6. «You can create categories to use in the workspace by using the New Category command in the Categories folder»	«Категории для использования в рабочем пространстве могут быть созданы при помощи команды New Category в каталоге Categories »	-	Нулевой перевод
7. « Web discussions . A tool that enables users to discuss workspace documents»	« Web-конференции . Инструмент, позволяющий пользователям обсуждать документы рабочего пространства»	Веб-дискуссия / веб-обсуждение...	Установить не удалось Частичный нулевой перевод

			Транскреация
8. «Users can access Web discussions from a browser or from the Office 2000 Online Collaboration toolbar»	«Пользователи могут получить доступ к Web-конференциям из броузера Online Collaboration в Office 2000 »	Пользователи могут получить доступ к Веб-обсуждениям из браузера или из панели инструментов Online Collaboration в Office 2000	Установить не удалось Ошибка в написании термина Дословный перевод / машинный
9. «The Online Collaboration toolbar provide access to discussions from Internet Explorer 5 and Office 2000 applications»	«Панель инструментов интерактивного взаимодействия (Online Collaboration) обеспечивает доступ к конференциям из приложений Internet Explorer 5 и Office 2000»	Панель инструментов интерактивного взаимодействия (Online Collaboration) обеспечивает доступ к конференциям из (браузера) Internet Explorer 5 и приложений Office 2000.	Дословный перевод Ошибка в переводе (Написание термина)

<p>10. «If you are a coordinator at the workspace level on the Document Profiles folder, you can add a category property to a document profile»</p>	<p>«Если Вы являетесь координатором на уровне рабочего пространства в каталоге профилей документов, Вы имеете право добавлять свойства категорий к профилю документа»</p>	<p>Если Вы являетесь координатором на уровне рабочего пространства в каталоге профилей документов, Вы можете добавить свойства категорий к профилю документа.</p>	<p>Установить не удалось Дословный перевод / Транскрипция</p>
<p>11. «Add Categories to Document Profiles (to add Categories to Profile)»</p>	<p>«Добавление категорий к профилям документов»</p>	<p>Добавить категории к профилям документов</p>	<p>Дословный перевод (Некорректный перевод)</p>
<p>12. «In the list that appears, select Categories check box»</p>	<p>«В открывшемся списке выберите окошко метки Categories»</p>	<p>-</p>	

13. «The document profiles and properties that you create are shared throughout the workspace»	« Созданные свойства и профили документа будут доступны во всем рабочем пространстве»	Профили документа и свойства, которые вы создали , являются общими на всем рабочем пространстве.	Дословный перевод (Некорректный перевод)
14. « Category Picture URL »	« Category Picture URL »	-	Нулевой перевод
15. « Business intelligence »	« Бизнес-аналитика »	Анализ рабочих процессов / бизнес-анализ	Дословный перевод
16. « Turn information into insights »	« Превращение исходных данных в полезную информацию »	Превратите исходные данные в ценную информацию	Дословный перевод

17. «Put your data to work to you»	«Подружитесь с вашими данными»	Пусть ваши данные работают на вас	Транскреация
18. «Refresh your data anytime for one up-to-date version of truth – no need to copy and paste from other workbooks »	«Данные можно обновить в любой момент и получить актуальную и единственно верную версию – копировать информацию из других книг для этого не придется»	Обновите ваши данные в любой момент и получите актуальную версию – теперь нет необходимости копировать информацию из других рабочих книг .	Дословный перевод
19. «Microsoft Online Services available to organizations (including but not limited to educational institutions) (hereinafter referred to as “customer”), including those enabling personal	«Microsoft Online Services доступны организациям (в том числе и не ограничены образовательных учреждений) (херенафтер , называемые «клиент»), включая такие возможности, как поддержка обработки персональных данных,	Онлайн-сервисы Майкрософт, доступные организациям (включая образовательные учреждения, но не ограничиваясь ими) (здесь и далее – «клиент»), в том числе	Установить не удалось (Дословный / машинный)

<p>data processing such as Microsoft Azure, Microsoft 365, Dynamics 365, and Power Platform, are provided from data processing centers located outside of Russia»</p>	<p>таких как Microsoft Azure, Microsoft 365, Dynamics 365 и питание, предоставляются из центров обработки данных, расположенных за пределами России»</p>	<p>включающие обработку персональных данных, таким как Microsoft Azure, Microsoft 365, Dynamics 365 и Power Platform, предоставляются из центров обработки данных, расположенных за пределами России.</p>	
<p>20. «£7.90 user/month (annual commitment)»</p>	<p>«515,60 руб. на пользователя в месяц (подписка на год)»</p>	<p>-</p>	<p>Установить не удалось Дословный перевод / транскрипция</p>
<p>21. «More from Microsoft»</p>	<p>«Дополнительные возможности от Microsoft»</p>	<p>-</p>	<p>Транскрипция</p>

22. «Store, access , and share your files in one place»	«Сохраняйте файлы, открывайте и делитесь ими в одном приложении »	Храните, предоставляйте доступ и делитесь вашими файлами на одной платформе (в одном месте)	Дословный перевод
23. « Capture and organize your notes across all your all your devices»	« Создавайте и упорядочивайте заметки на всех устройствах»	Фиксируйте и упорядочивайте заметки на всех устройствах	Дословный перевод
24. «Design professional presentations »	«Создавайте презентации на профессиональном уровне »	-	Установить не удалось Дословный перевод / Транскреация
25. «Make video and voice calls , chat, and share files»	«Совершайте голосовые и видеозвонки, общайтесь в чате и делитесь файлами»	Совершайте аудио- и видеозвонки,	Дословный перевод

		общайтесь в чате и делитесь документами (файлами)	(Некорректный перевод)
26. «Schedule and share meeting and event times, and automatically get reminders»	«Планируйте собрания и мероприятия, уведомляйте их участников о времени проведения и получайте автоматические напоминания»	-	Транскрипция
27. «Manage your privacy in Microsoft apps and products»	«Настройка параметров конфиденциальности в приложениях и продуктах Microsoft»	Управляйте Вашей конфиденциальностью при помощи приложений и продуктов Microsoft	Дословный перевод (Некорректный перевод)

28. «Add style with PowerPoint designer»	«Сделайте свои презентации более стильными, используя конструктор PowerPoint»	-	Транскреация
29. «Work on spreadsheets with others in real-time»	« Совместная работа на электронными таблицами в режиме реального времени»	-	Установить не удалось Транскреация / дословный перевод
30. «PowerPoint Designer improves slides for Microsoft 365 subscribers by automatically generating design ideas to choose from»	«Конструктор PowerPoint автоматически предлагает подписчикам Microsoft 365 различные идеи для оформления, с помощью которых можно улучшить внешний вид и наглядность слайдов»	-	Транскреация
31. «While you're putting content on a slide, Designer works in the	«Конструктор работает по мере добавления содержимого на слайды, подбирая к	-	Дословный перевод

background to match that content to professionally designed layouts»	нему профессионально оформленные макеты»		
32. «What Designer gives you»	«Возможности конструктора»	-	Установить не удалось Дословный / транскрипция
33. «Click to add subtitle»	«Подзаголовок слайда»	-	Установить не удалось Дословный / транскрипция
34. «More visuals, less text»	«Другие визуальные элементы, меньший текст»	Больше визуала, меньше текста	Дословный перевод
35. «Frequently asked questions»	«Вопросы и ответы»	Часто задаваемые вопросы	Установить не удалось

			Дословный / транскреация
36. «Shared with me»	«Общие»	-	Транскреация
37. «Add a contact to favorites»	«Добавление контакта в избранное»	Добавить контакт в избранное	Дословный перевод
38. «Change how contacts are displayed and sorted»	«Изменение способа отображения и сортировки контактов»	-	Дословный перевод
39. «Contact lists are sometimes referred to as distribution lists »	« Списки рассылки также называются списками рассылки »	Список контактов также называются списками рассылки	Дословный перевод (Некорректный перевод)
40. «Create a contact list named My Book Club»	«Создайте список контактов с именем "Мой клуб"»	Мне кажется, тут лучше сделать нулевой	Установить не удалось

		перевод: Создайте список контактов с именем «My Book Club»	Дословный перевод / Частично нулевой
41. «When you want to send an email message to everyone in the club, just enter "My Book Club" in the To line of the email»	«Если вы хотите отправить сообщение электронной почты всем участникам клуба, просто введите "клуб книги" в строке " Кому " сообщения»	Если вы хотите отправить сообщение по электронной почте , просто введите "My Book Club" в строке "Кому" в сообщении.	Дословный перевод
42. «Can't find the app you're looking for?»	«Не удастся найти нужную функцию ?»	Не можете найти нужное приложение?	Дословный перевод (Неправильное использование термина)
43. «What you`ll see on the People page»	«Содержимое страницы люди»	Содержимое страницы «Люди»	Установить не удалось

			Дословный перевод / транскреация
44. «People on your calendar today»	«Пользователи, с которыми у вас на сегодня назначены встречи»	-	Установить не удалось Дословный перевод / транскреация
45. «People you've chosen as Favorites will appear here »	«Вы увидите людей, которых добавили в избранное »	Люди, которых вы добавили в Избранное появятся здесь	Установить не удалось Дословный / Транскреация
46. «Here, you'll see more information about your contact, such as their email, phone, and office location »	«Здесь вы найдете дополнительные сведения о контакте, например адрес электронной почты, номер телефона и расположение Office »	Здесь вы найдете дополнительные сведения о вашем контакте, например адрес электронной почты,	Установить не удалось Дословный Неоправданный нулевой перевод

		номер телефона и расположение офиса.	
47. «Unlock Limitless Learning »	«Откройте безграничные возможности обучения »	-	Транскреация
48. «The world is changing faster than ever – as are the skills students will need to be life-ready by the time they graduate»	«Мир меняется быстрее, чем когда-либо, — как и навыки, необходимые учащимся для успеха в будущем»	-	Дословный перевод
49. «Your mobile, intelligent intranet»	«Интеллектуальная мобильная интрасеть»	Ваш мобильный и умный интранет / Ваша мобильная и умная интрасеть	Дословный перевод

50. «Simple sharing and seamless collaboration »	«Удобное взаимодействие и совместная работа без проблем »	Удобное взаимодействие и эффективное сотрудничество	Дословный перевод
51. «Customize your site to streamline your team's work»	«Создайте собственный сайт, чтобы повысить продуктивность командной работы»	-	Дословный перевод
52. «Engage and inform your organization»	«Корпоративная система связи и оповещения»	При дословном переводе было бы «Принимайте участие в делах вашей организации и информируйте ваших сотрудников» - или что-то в этом роде.	Транскреация
53. «Drive organizational efficiency by sharing common resources and	«Повышайте эффективность, предоставляя сотрудни-	-	Дословный перевод

applications on home sites and portals»	кам доступ к ресурсам и приложениям через домашние страницы и порталы»		
54. «And stay in the know with personalized, targeted news on the web and the SharePoint mobile apps»	«Читайте персонализированные и специально подобранные новости в Интернете и мобильных приложениях SharePoint, чтобы быть в курсе происходящего»	-	Дословный перевод
55. «You're just a click away from what you are looking for»	«То, что вы ищете, — всего в шаге от вас!»	-	Установить не удалось Транскреация / Дословный перевод
56. «SharePoint's rich content management, along with valuable con-	«Используйте широкие возможности SharePoint для управления контентом, устанавливайте связи и общайтесь	-	Дословный перевод

<p>nections and conversations surfaced in Yammer, enable your organization to maximize the velocity of knowledge»</p>	<p>в Yammer, чтобы продуктивно применять на практике полученные знания»</p>		
<p>57. «With SharePoint lists and libraries, Microsoft Flow, and PowerApps, you can create rich digital experiences with forms, workflows, and custom apps for every device»</p>	<p>«Имея в своем распоряжении списки и библиотеки SharePoint, Microsoft Flow и PowerApps, вы сможете создать функциональную цифровую среду с формами, рабочими процессами, и пользовательскими приложениями для любого устройства»</p>		<p>Установить не удалось</p> <p>Транскрипция / Дословный перевод</p>

<p>58. «A mobile and intelligent intranet connects you, your teams, and your organization»</p>	<p>«Интеллектуальная мобильная интрасеть обеспечит взаимодействие всех сотрудников и рабочих групп вашей организации»</p>	<p>Интеллектуальный мобильный интранет обеспечит взаимодействие всех сотрудников и рабочих групп вашей организации.</p>	<p>Дословный перевод</p>
<p>59. «Drive organizational efficiency by sharing common resources and applications on home sites and portals»</p>	<p>«Повышайте эффективность, предоставляя сотрудникам доступ к ресурсам и приложениям через домашние страницы и порталы»</p>	<p>-</p>	<p>Дословный перевод</p>
<p>60. «Tell your story with beautiful communication sites»</p>	<p>«Создавайте удобно и красиво оформленные сайты для общения»</p>	<p>Расскажите вашу историю при помощи красивого оформления</p>	<p>Транскреация</p>

<p>61. «And inform with personalized, targeted news on the web and the SharePoint mobile apps»</p>	<p>«Читайте персонализированные и специально подобранные новости в Интернете и мобильных приложениях SharePoint, чтобы быть в курсе происходящего»</p>	<p>Предоставляйте персонализированные и специальные новости в Интернете и мобильных приложениях SharePoint</p>	<p>Установить не удалось Транскреация / компенсация (Неточный перевод)</p>
<p>62. «You're just a click away from what you are looking for with powerful search»</p>	<p>«Благодаря функциональному поиску вы всегда будете буквально в паре нажатий от нужной вам информации»</p>	<p>Благодаря функциональному поиску вы всегда будете в одном шаге от необходимой информации.</p>	<p>Транскреация (Неточный перевод)</p>
<p>63. «Put your intranet in your pocket»</p>	<p>«Интрасеть в вашем кармане»</p>	<p>Карманный интранет</p>	<p>Дословный перевод</p>
<p>64. «Stay informed with news from all your teams»</p>	<p>«Будьте в курсе происходящего во всех ваших группах»</p>	<p>-</p>	<p>Дословный перевод</p>

65. «Ready to create a connected workplace with Microsoft 365?»	«Готовы создать рабочую среду для эффективного взаимодействия в Microsoft 365?»	--	Установить не удалось Транскреация Компенсационная
66. «Every project manager has had to learn how to keep his or her teams on target when their workloads may be pulling them in dozens of different directions»	«Для успешной работы важно, чтобы все участники команды знали, что и когда им нужно сделать»	Каждый проект-менеджер должен изучить как ей или ему стоит обучать сотрудников, когда нагрузка может быть из разных направлений.	Установить не удалось Транскреация / Компенсация
67. «Collaborative Tools»	«Средства для совместной работы»		Дословный перевод
68. «an intranet solution with a work space tool can allow specific	«Инtranет-портал должен позволять нескольким	-	Дословный перевод

<p>team members, like a graphic designer and copywriter, to work on the same file in the same space, without overwriting the other's work, which can ultimately improve productivity»</p>	<p>участникам команды, например дизайнеру и копирайтеру, работать над одним и те же файлом в одном и том же расположении, не перезаписывая чужие изменения»</p>		
<p>69. «This way, your organization won't need to purchase costly, and possibly less effective, programs, and your team won't have to endure a steep learning curve»</p>	<p>«Это позволит вам избежать приобретения дорогих и зачастую менее эффективных программ, а вашей команде не придется переучиваться»</p>	<p>-</p>	<p>Дословный перевод</p>

70. «Интернет-портал»	«collaboration software»	Программные средства обеспечения сотрудничества	Транскреация (Неправильное использование термина)
71. «Home»	«Главная»	-	Дословный перевод
72. «Sync local copies of files or folders for offline viewing and editing on Mac or PC»	«Синхронизация локальных копий файлов и папок для автономного просмотра и редактирования на компьютерах Mac или ПК с Windows»	Синхронизация локальных копий файлов и папок для офлайн-просмотра и редактирования на компьютерах Mac или ПК.	Транскреация
73. «Coauthor in real time in familiar Microsoft Office apps»	«Совместное редактирование в режиме реального времени в знакомых приложениях Microsoft Office»	-	Дословный перевод

74. «Inform and connect your people with intranets and portals»	«Оповещение сотрудников и корпоративная связь на базе интрасетей и порталов»	-	Установить не удалось Дословный перевод / Транскреация
75. «Licensed for commercial use»	«Лицензии для коммерческого использования»	-	Дословный перевод
76. «Customize your enterprise search and results with enhanced features to surface resources across Microsoft 365»	« Расширенные функции для настройки поиска требуемых ресурсов в корпоративной среде Microsoft 365 и его результатов»	Настройте свой корпоративный поиск и (отображение) результаты(ов) с помощью расширенных функций для доступа к ресурсам в Microsoft 365	Транскреация

77. «Custom email domain addresses»	«Адреса электронной почты в корпоративном домене»	Пользовательские доменные адреса электронной почты	Установить не удалось Дословный / Транскреация
78. «Online videoconferencing meetings for up to 250 people»	«Проведение конференция по сети с возможностью подключения до 250 человек»	Проводите онлайн-конференции с возможностью подключения до 250 человек	Транскреация
79. «Get a hub for teamwork with Microsoft Teams»	«Microsoft Teams – централизованное пространство для командной работы!»	-	Транскреация
80. «Maximum number of users: unlimited»	«Неограниченное число пользователей»	(Максимальное число пользователей: неограниченное)	Установить не удалось Дословный перевод/ Транскреация

81. «24/7 phone and web support»	«Круглосуточная поддержка по телефону и через Интернет»	Круглосуточная поддержка онлайн поддержка	Дословный перевод
82. «Share your files from anywhere»	«Совместная работа с файлами из любой точки мира»	Расшаривайте доступ к файлам из любой точки мира	Транскреация
83. «Get more done with secure access, sharing, and file storage – at work, at home, or on the go»	«Успевайте больше на работе, дома и в пути благодаря безопасному общему доступу к хранилищу файлов»	-	Дословный перевод
84. «See small business plans & pricing»	«Планы и цены для малого бизнеса»	-	Дословный перевод

<p>85. «Microsoft file storage and sharing products are designed to help you store, access, co-author, and update files from anywhere, and easily share files inside and outside your organization»</p>	<p>«Майкрософт предлагает решения, позволяющие хранить, использовать, совместно редактировать и обновлять файлы, удаленно работать с ними и без труда предоставлять к ним общий доступ пользователям из вашей и других организаций»</p>	<p>-</p>	<p>Дословный перевод</p>
<p>86. «Work with your files wherever you are»</p>	<p>«Удаленная работа с файлами»</p>	<p>-</p>	<p>Транскреация</p>
<p>87. «OneDrive gives you anywhere access to all your files, seamlessly integrated with Office and pre-installed with Windows»</p>	<p>«С OneDrive вы получите доступ к вашим файлам из любой точки мира. Это приложение легко интегрируется с Office и предустанавливается вместе с Windows»</p>	<p>-</p>	<p>Дословный перевод</p>

88. «Share inside and outside your organization»	«Общий доступ внутри и вне организации»	Предоставляйте доступ к вашим данным внутри организации, а также вашим партнерам	Транскреация
89. «Confidently share your files with OneDrive so others can access them seamlessly and securely, inside and outside your organization»	«Уверенно предоставляйте доступ к файлам в OneDrive коллегами и пользователям из других организаций: это просто и совершенно безопасно»	-	Транскреация
90. «Track the history of all activity on files to keep everyone on the same page»	«Отслеживайте действия с файлами, чтобы иметь представление о происходящем»	Отслеживайте действия с документами (файлами), чтобы каждый имел представление о текущей ситуации	Транскреация

<p>91. «Use SharePoint for managing and sharing files or folders—within team sites or intranet sites, and across your organization»</p>	<p>«Используйте SharePoint, чтобы контролировать файлы и папки на сайтах групп или в интрасети, и предоставлять к ним общий доступ»</p>	<p>-</p>	<p>Дословный перевод</p>
<p>92. «Find, co-author, and update files»</p>	<p>«Поиск, совместное редактирование и обновление файлов»</p>	<p>Находите, редактируйте совместно и обновляйте ваши файлы</p>	<p>Дословный перевод</p>
<p>93. «Work on a file, save it directly to OneDrive or SharePoint, and any changes you make are updated seamlessly»</p>	<p>«Сохраняйте файлы, над которыми вы работали, прямо в OneDrive или SharePoint — все внесенные вами изменения будут учтены»</p>	<p>Работайте с вашими файлами, сохраняйте их в OneDrive или SharePoint – все изменения мгновенно обновятся</p>	<p>Транскреация</p>

<p>94. «Deep integration with Office lets you start co-authoring a document on one device and finish on another, and you can select from a variety of tools to annotate, highlight, and comment on it»</p>	<p>«Благодаря тесной интеграции с Office вы можете начать совместное редактирование документа на одном устройстве и закончить его на другом. При этом у вас есть широкий выбор инструментов для добавления заметок и комментариев, а также для выделения важного текста»</p>	<p>-</p>	<p>Дословный перевод</p>
<p>95. «Measuring how work is evolving as the world changes around us»</p>	<p>«Определяем, как меняется работа в связи с ситуацией в мире»</p>	<p>-</p>	<p>Дословный перевод</p>
<p>96. «Accelerate productivity by transforming processes—from simple tasks like notifications</p>	<p>«Повышайте продуктивность, преобразуя бизнес-процессы — от простых задач, та</p>	<p>-</p>	<p>Дословный перевод</p>

and approvals to complex operational workflows»	ких как уведомления и утверждения, до сложных рабочих операций»		
97. «Microsoft SharePoint Tech Community»	«Сообщество Microsoft Tech Community, посвященное SharePoint»	-	Транскреация
98. «Office Hybrid Cloud»	«Гибридное облако Office»	-	Нулевой
99. «Tell us what you want next in SharePoint»	«Сообщите нам, какие еще функции вы хотели бы добавить в SharePoint»	Расскажите нам, каких обновлений вы ждете от SharePoint	Установить не удалось Транскреация / Дословный
100. «Innovation is a team sport» [https://www.mi-	«Иновации как командная игра» [https://www.microsoft.com/ru-	Иновации = командный спорт	Транскреация

crosoft.com/en-gb/microsoft-365/sharepoint/collaboration]	ru/microsoft-365/sharepoint/collaboration]		
--	--	--	--

<p>«Facets of Software Localization A Translator's View by Per N. Dohler Introduction</p> <p>That information technology has revolutionized the translator's working environment is a fact so obvious that it no longer even bears mentioning. For the vast majority of translators and their clients, computers have long replaced typewriters and reams of paper. Modems and e-mail have replaced manila envelopes, mass storage devices have replaced drawers full of folders, CD-ROMs supplement dictionaries and encyclopedias, and more recently the Internet and its resources more and more often save us a trip to the library, while various online communities have brought many translators out of their isolation.</p> <p>But information technology not only offers us tools. It is itself a field in which more and more translation work is actually performed. This is certainly true of other fields like marketing materials, packaging materials, advertising copy, and manuals. But in the case of information technology products, it is frequently the products themselves that need to be translated. Whenever a program or process displays a word or a phrase on the screen, this means potential work for a translator or many translators.</p> <p>In an article on a recent market study by Ovum Reports, <i>The Expanding World of Globalization</i> (Language International 9.2 1997), Liza Loughman re-</p>	<p>Аспекты локализации программного обеспечения Взгляд переводчика Пер Н. Долер Вступление</p> <p>То, что информационные технологии произвели революцию в рабочей среде переводчика, является настолько очевидным фактом, что о нем больше даже не стоит упоминать. Для подавляющего большинства переводчиков и их клиентов компьютеры уже давно заменили пишущие машинки и пачки бумаги. Модемы и электронная почта заменили манильские конверты, внешние запоминающие устройства заменили ящики, наполненные папками, компакт-диски дополняют словари и энциклопедии, а в последнее время интернет и его ресурсы все чаще избавляют нас от поездки в библиотеку, в то время как различные интернет-сообщества вывели многих переводчиков из их изоляции.</p>
--	--

ports that the total worldwide revenues for globalization-related services will increase from USD 2.8 billion in 1997 to USD 6.2 billion in 2000. Ovum forecasts that Japanese will account for 31% of all localization service revenues in 2000, up from 18% in 1994, with German falling from 18% in 1994 to 12% in 2000 — which in absolute figures still represents an increase from USD 352 million in 1995 to USD 639 million in 2000 and continues to put German in second place. Relatively smaller slices, but a larger pie. A *very large pie*.

International users

International users of computer software have come to expect their software to “talk” to them in their own language. This is not only a matter of convenience or of national pride, but a matter of productivity. Users who understand a product fully will be more skilled in handling it and avoid mistakes. So they will prefer applications in their language and adapted to their cultural environment.

The international market has become very important for software manufacturers. Many U.S. manufacturers derive a large percentage of their revenues and profits from international sales. Competition is fierce, and those companies who are best at anticipating the needs and preferences of their international users will benefit most.

With the advent of the Web, it has become vital for many manufacturers and distributors to maintain a world-wide presence. For this presence to be effective, it is not enough to simply be there. It is equally

Но информационные технологии предлагают нам не только инструменты. Это сама по себе область, в которой фактически выполняется все больше и больше переводческих работ. Это, безусловно, относится и к другим областям; перевода требуют рекламные материалы, упаковочные материалы, рекламные копии и руководства. Но в случае с продуктами информационных технологий часто именно сами продукты нуждаются в переводе. Всякий раз, когда программа или процесс отображает слово или фразу на экране, это означает потенциальную работу для переводчика или многих переводчиков.

В статье Ovum Reports, посвященной недавнему исследованию рынка, «The Expanding World of Globalization (Language International 9.2 1997)», Лиза Лафмэн сообщает, что общие мировые доходы от услуг, связанных с глобализацией, увеличатся с 2,8 миллиарда долларов США в 1997 году и до 6,2 миллиарда долларов

important to make sure the message gets across, and once again, that means: translation.

Localization and internationalization

Internationalization, also referred to as *globalization*, is the process of designing or redesigning a product so that it can be localized with minimal changes.

Localization is the process of adapting a product, in our context a software program, to a specific locale, i.e., to its language, standards and cultural norms as well as to the needs and expectations of a specific target market. A properly localized product also meets all the legal requirements in force in the user's region.

Users can interact with a successfully localized product in their own language and in a setting that feels natural to them. This means, for instance, that all messages are in their own language, that they can input names, addresses, dates, and other data in the same way they would write them down on paper, that they can freely use their standard keyboard characters wherever an entry can be made, and that any error messages are comprehensible to them rather than representing American geek-speak. Localization comprises the program itself and any online or printed documentation.

Typically, localization is undertaken from English into other languages, as most software continues to

США в 2000 году. Ovum прогнозирует, что в 2000 году на долю японцев будет приходиться 31% всех доходов от услуг локализации, увеличившись с 18% в 1994 году до 12% в 2000 году, что в абсолютных цифрах все еще представляет собой увеличение с 352 миллионов долларов США в 1995 году до 639 миллионов долларов США в 2000 году и продолжает ставить немецкий язык на второе место. Относительно маленькие кусочки, но пирог побольше. Очень большой пирог.

Международные пользователи

Международные пользователи компьютерных программ привыкли ожидать, что их программное обеспечение будет "говорить" с ними на их собственном языке. Это не только вопрос удобства или национальной гордости, но и вопрос производительности труда. Пользователи, которые полностью понимают продукт, будут более квалифицированы в обращении с ним и смогут избежать ошибок. Таким образом, они предпочтут

be developed in the U.S., and even some of the software developed elsewhere is originally developed in English.

Localization is performed by taking the source code for a product developed for one country and modifying the source code and product to satisfy the needs of other countries. Often teams of developers in different countries are needed to adapt products. If the original product is not built with a view toward being localized, this can be a very expensive and time-consuming process. There is the direct cost of multiple development teams modifying the source code of the original product. This process also produces multiple code bases, which makes future development and maintenance more complex.

Plenty of books on localization and internationalization have been written that are addressed to software engineers, web site designers, and others. Unfortunately, the role of the translator in the localization process has, to my knowledge, not been given any specific attention.

Introductions to localization and internationalization

International Consulting has an instructive overview over localization and internationalization, including many technical and business aspects.

ILE in Boulder, Colorado, has compiled an interesting document in Adobe Acrobat format that lists a lot of interesting facts about everything that should be taken care of before we translators see the text to be translated. "This informative guide to product internationalization explores the ways you can de-

приложения на своем языке, адаптированное к их культурной среде. Международный рынок стал очень важным для производителей программного обеспечения. Многие американские производители получают значительную долю своих доходов и прибыли от международных продаж. Конкуренция очень жесткая, и те компании, которые лучше всего умеют предвидеть потребности и предпочтения своих международных пользователей, получают наибольшую выгоду. С появлением интернета для многих производителей и дистрибьюторов стало жизненно важным поддерживать свое присутствие во всем мире. Для того чтобы это присутствие было эффективным, недостаточно просто быть там. Не менее важно убедиться в том, что сообщение будет передано, и еще раз это означает: перевод.

Локализация и интернационализация
Интернационализация,
также называемая *глобализа-*

velop your software, on-line help systems, documentation and audio that will make localization as straight-forward as possible. This overview can serve ... as a primer for anyone involved with localization.” (Note: This document is protected and cannot be printed, only viewed.)

How localization is usually organized

Translation companies are often chosen to provide localization. They eliminate the need for companies to maintain expensive in-house personnel. In addition, they offer a broader range of services, technical expertise, and flexibility than freelance translators and also eliminate the need for the company to manage a large pool of freelancers.

Translators who work on localization projects are often part of a large and distributed team. Its complex, multi-layer organization poses new challenges to those independent translators who usually work on neatly delimited projects which they have sole responsibility for. Working on localization projects is more akin to working in the translation department of a larger company, only that the translator does not enjoy many of the benefits of on-the-job training and rapid information flow which characterizes an in-house setting. In actual reality, translators are expected to have complete command of the tools required for software localization, know the market and a lot of products, know their own position in the process and workflow, and understand the constraints involved in ever shorter production cycles — all on their own.

цией - это процесс проектирования или перепроектирования продукта таким образом, чтобы он мог быть локализован с минимальными изменениями.

Локализация - это процесс адаптации продукта, в нашем контексте программного обеспечения, к конкретной локали (проф. жарг. локаль от англ. Locale)¹, то есть к ее языку, стандартам и культурным нормам, а также к потребностям и ожиданиям конкретного целевого рынка. Правильно локализованный продукт также соответствует всем законодательным требованиям, действующим в регионе пользователя.

Пользователи могут взаимодействовать с успешно локализованным продуктом на своем собственном языке и в обстановке, которая кажется им естественной. Это означает, например, что все сообщения написаны на их собственном языке, что они могут вводить имена, адреса, даты и другие данные точно так же, как они записывают их на бумаге, что они могут свободно использовать свои

It is for this same reason that most translators working in localization do so through intermediary translation bureaus, which are often specialized localization or “language engineering” companies. The majority of software manufacturers now outsource their localization activities and maintain only a skeleton team for interfacing with their supplier. These companies, which can be responsible for as many as 10 to 20 languages or even more, will pass the documents on to subsidiary partners in the target countries or directly to freelance translators, either in the U.S. or overseas. These will typically be some in-house staff, but most of the actual translation work will probably be done by freelance translators. It is not even uncommon for corporations to outsource the localization of their documentation to multiple translation companies.

Project scheduling

Ideally — marketing managers say — the localized versions will be completed at the same time the original version goes to market. Ideally — translators say — localization begins when the software and documentation are finalized. It is immediately apparent that these are irreconcilable demands. In actual practice, therefore, it is attempted to follow a stringent project schedule where localization is only one step behind development.

Unfortunately, development does not follow a linear schedule; features are developed concurrently with the documentation, and the latter is written, rewritten, and re-written all the time. What translators get to translate is not infrequently

стандартные символы клавиатуры везде, где можно сделать запись, и что любые сообщения об ошибках понятны им, а не представляют собой американский язык гиков (англ. geek)². Локализация включает в себя саму программу и любую онлайн-или печатную документацию.

Как правило, локализация осуществляется с английского языка на другие языки, поскольку большинство программного обеспечения продолжает разрабатываться в США, и даже некоторые программы, разработанные в других странах, первоначально разрабатываются на английском языке. Локализация осуществляется путем взятия исходного кода продукта, разработанного для одной страны, и модификации исходного кода и продукта для удовлетворения потребностей других стран. Часто для адаптации продуктов требуются команды разработчиков из разных стран. Если исходный продукт не построен с целью локализации, это может быть очень дорогостоящим и тру-

a not-quite-final version of the ultimate product. It would seem that programs should be developed from specifications, and documentation should be developed from, and document, the completed program. We have to know how we translate “Press Enter to continue” in the software itself before we can tell the presumptive user what the program says when we describe the various steps in the online help.

Furthermore, translation follows a cycle of comprehension. As translators are virtually never given more than the briefest of summaries of the product specifications (if that!), when it is time to translate the software, we must do a lot of guessing as to what function actually does what and consequently what to call it. Often enough, though, the purpose of a function, dialog box, or command will become apparent to the translator only when he or she finally gets to the help file that explains it. In this case the translator may have to go back and change the term that was used in the first version of the software translation; and it may not even be the same person doing the software and the help, which complicates matters. Too often the software is already “frozen”, that is, ready for production with no additional changes possible by the time enlightenment comes.

One of the attributes that characterize successful and sought-after software translators is precisely the ability to guess correctly about what a given software string or dialog box or function actually does, so as to avoid having to loop back wher-

доемким процессом. Существует прямая стоимость нескольких команд разработчиков, модифицирующих исходный код исходного продукта. Этот процесс также создает несколько кодовых баз, что делает дальнейшую разработку и обслуживание более сложными. Было написано множество книг по локализации и интернационализации, адресованных инженерам-программистам, разработчикам веб-сайтов и другим специалистам. К сожалению, роли переводчика в процессе локализации, насколько мне известно, не уделялось особого внимания.

Введение в локализацию и интернационализацию

Международный консалтинг имеет поучительный обзор локализации и интернационализации, включая многие технические и деловые аспекты. Компания ILE в Боулдере, штат Колорадо, собрала интересный документ в формате Adobe Acrobat, в котором перечислено множество интересных фактов обо всем, о чем следует позаботиться,

ever possible. It is here that experience plays an important role. All software projects should include at least some "old hands." Software translations done only by inexperienced translators usually give away the fact that the translators did not have a clue. Their experienced colleagues may not have had a clue either, but if they have a feel for their work, often no one will notice.

It may irk those of us for whom quality exclusively means the linguistic quality of the final product, but: there are other aspects to quality, and they do tend to come to the fore in software localization. To the client, sometimes a linguistically mediocre translation (craftsperson translation) delivered on time is much more valuable than a perfect one (artist translation) that is three days late. Sometimes errors and inelegancies can be caught further down the line, in the various editing steps that (should) follow translation, but a file that is delayed three days may hold up an entire project and cost the client thousands of dollars in lost time-to-market.

Components of a software localization project

When localizing software, we are dealing with a number of different file types. The following subsections will present a few selected aspects of frequently encountered file types for the various Windows platforms. I apologize to all prospective Mac localizers, but I have no idea how these things work on a Mac. I am therefore a good example of someone who should not undertake localization for

прежде чем мы, переводчики, увидим переводимый текст. "Это информативное руководство по интернационализации продукта исследует способы разработки вашего программного обеспечения, справочных систем онлайн, документации и аудио, которые сделают локализацию максимально прямой. Этот обзор может служить... в качестве основы для всех, кто занимается локализацией." (Примечание: этот документ защищен и не может быть распечатан, только просмотрен.)

Как обычно организована локализация

Переводческие компании часто выбирают для обеспечения локализации. Они избавляют компании от необходимости содержать дорогостоящий внутренний персонал. Кроме того, они предлагают более широкий спектр услуг, техническую экспертизу и гибкость, чем внештатные переводчики, а также устраняют необходимость для компании управлять

the Macintosh platform. If you do not know either and cannot find out, neither should you...

Resource files

In localization, the visible part of the software, the user interface, is usually simply called software per se. In properly developed software, the texts the user sees are included in separate files, the so-called resource files. They contain everything the user is likely to see and that is not created when the program actually runs (at runtime): menus, dialog boxes, error messages, bitmaps, cursor shapes, and so on. Help files are resources, too, but they are usually treated differently.

The following is an example of a very simple Windows dialog box and its representation in a resource file (in a Windows environment this is called an .RC file, where .RC stands for resource compiler)» [<https://translationjournal.net/journal/softloc.htm>].

большим потоком фрилансеров.

Переводчики, работающие над проектами локализации, часто являются частью большой и распределенной команды. Его сложная, многоуровневая организация ставит новые задачи перед теми независимыми переводчиками, которые обычно работают над четко разграниченными проектами, за которые они несут единоличную ответственность. Работа над проектами локализации больше похожа на работу в отделе переводов более крупной компании, только переводчик не пользуется многими преимуществами обучения на рабочем месте и быстрого потока информации, который характеризует внутреннюю обстановку. В реальной жизни переводчики должны полностью владеть инструментами, необходимыми для локализации программного обеспечения, знать рынок и множество продуктов, знать свое собственное положение в процессе и рабочем процессе, а также по-

нимать ограничения, связанные с все более короткими производственными циклами — все это самостоятельно.

Именно по этой причине большинство переводчиков, работающих в области локализации, делают это через посреднические бюро переводов, которые часто являются специализированными компаниями по локализации или “языковой инженерии”. Большинство производителей программного обеспечения в настоящее время передают свою деятельность по локализации на аутсорсинг и поддерживают только основную команду для взаимодействия со своим поставщиком. Эти компании, которые могут быть ответственны за целых 10-20 языков или даже больше, будут передавать документы дочерним партнерам в целевых странах или непосредственно внештатным переводчикам, как в США, так и за рубежом. Как правило это несколько штатных сотрудников, но большая часть фактической переводческой работы, вероятно, будет выполняться внештатными переводчиками.

Это не редкость, когда корпорации передают локализацию своей документации на аутсорсинг нескольким переводческим компаниям.

Планирование проекта

В идеале, говорят менеджеры по маркетингу, локализованные версии будут завершены одновременно с выходом на рынок оригинальной версии. В лучшем случае, говорят переводчики, локализация начинается тогда, когда программное обеспечение и документация завершены. Сразу видно, что это неприемлимые требования. Поэтому на практике предпринимаются попытки придерживаться строгого графика реализации проектов, когда локализация отстает от разработки лишь на один шаг.

К сожалению, разработка не идет по линейному графику; функции разрабатываются одновременно с документацией, а последняя все время пишется, переписывается и переписывается заново. То, что переводчики получают для перевода, нередко

является не совсем окончательной версией конечного продукта. Казалось бы, программы должны разрабатываться на основе спецификаций, а документация должна разрабатываться на основе завершенной программы и документировать ее. Мы должны знать, как мы переводим «нажмите Enter, чтобы продолжить» в самом программном обеспечении, прежде чем мы сможем сказать предполагаемому пользователю, что говорит программа, когда мы описываем различные шаги в онлайн-справке.

Кроме того, перевод следует за циклом осознания. Поскольку переводчики практически никогда не дают больше, чем самое краткое резюме технических характеристик продукта (если это так!), когда пришло время перевести программное обеспечение, мы много гадаем о том, какая это функция и что она на самом деле делает, и, следовательно, как ее назвать. Однако довольно часто назначение функции, диалогового окна или команды становится

очевидным для переводчика только тогда, когда он наконец добирается до файла справки, который объясняет ее. В этом случае переводчику, возможно, придется вернуться назад и изменить термин, который был использован в первой версии программного перевода; и это может быть даже не один и тот же человек, делающий программное обеспечение и помощь, что усложняет дело. Слишком часто программное обеспечение уже «заморожено», то есть готово к производству без каких-либо дополнительных изменений, возможных к моменту просветления.

Одним из атрибутов, характеризующих успешных и востребованных программных переводчиков, является именно способность правильно угадать, что на самом деле делает данная программная строка, диалоговое окно или функция, чтобы избежать необходимости повторять цикл везде, где это возможно. Именно здесь опыт играет важную роль. Все программ-

ные проекты должны включать в себя хотя бы несколько «старых рук». Программные переводы, выполненные неопытными переводчиками, обычно выдают то, о чем переводчики не имели ни малейшего понятия. Их опытные коллеги, возможно, тоже ничего не поняли, но если у них есть чутье в работе, то никто этого не заметит.

Это может раздражать тех из нас, для кого качество означает исключительно лингвистическое качество конечного продукта, но: есть и другие аспекты качества, и они, как правило, выходят на первый план в локализации программного обеспечения. Для клиента иногда лингвистически посредственный перевод (перевод ремесленника), поставленный вовремя, гораздо более ценен, чем совершенный (перевод художника), который запаздывает на три дня. Иногда ошибки и шероховатости могут быть выявлены позже, на различных этапах редактирования, которые (должны) следовать за переводом, но файл, который задерживается на три

дня, может задержать весь проект и стоить клиенту тысячи долларов потерянного времени на рынке.

Компоненты проекта локализации программного обеспечения

При локализации программного обеспечения мы имеем дело с несколькими различными типами файлов. В следующих подразделах будет представлено несколько выбранных аспектов часто встречающихся типов файлов для различных платформ Windows. Я приношу извинения всем потенциальным локализаторам Mac, но я понятия не имею, как эти вещи работают на Mac. Поэтому я являюсь хорошим примером того, кто не должен заниматься локализацией для платформы Macintosh. Если вы не знаете ни того, ни другого и не можете узнать, то и вы не должны знать...

Файл ресурсов

В локализации видимая часть программного обеспечения, пользовательский интерфейс, обычно просто называется

программным обеспечением как таковым. В правильно разработанном программном обеспечении тексты, которые видит пользователь, включаются в отдельные файлы, так называемые файлы ресурсов. Они содержат все, что пользователь может увидеть и что не создается при фактическом запуске программы (во время выполнения): меню, диалоговые окна, сообщения об ошибках, растровые изображения, формы курсора и т. д. Файлы справки также являются ресурсами, но обычно они обрабатываются иначе.

Ниже приведен пример очень простого диалогового окна Windows и его представления в файле ресурсов (в среде Windows это называется «.RC» файл, где именно «.RC» расшифровывается, как компилятор ресурсов).

¹ – locale/ локаль - UNIX-утилита, выводящая информацию о региональных настройках (параметрах).

² - гик (англ. geek, IPA gi:k) — человек, чрезвычайно увлечённый чем-либо; фанат.

Раздел руководства программы SharePoint Portal Server

About Search Features

Published documents and content sources that contain information outside the workspace make up the searchable content of a workspace. Users with appropriate roles can search for and view this content on the dashboard site.

To improve the quality of search results on the dashboard site, you can customize and use the following features:

- **Document profiles.** Help organize folders and documents and enhance search functionality on the dashboard site.

You can create document profiles by using the Add Document Profile Wizard in the Document Profiles folder, which is located in the top-level Management folder.

Users can assign document profiles to their documents by using the Profiles tab on the Properties page of each document, or, for documents stored in an enhanced folder, by selecting a document profile on the check in form.

For more information about working with document profiles, see [Create Document Profiles](#).

- **Categories.** Provide an easy way to locate documents on the dashboard site and organize documents into a hierarchy of topics and subtopics.

You can create categories to use in the workspace by using the New Category command in the Categories folder.

You use the Add Content Source Wizard to create and store content sources in the Content Sources folder, which is located in the Management folder.

For more information about working with content sources, see [Add and Manage Content Sources](#).

For more information about configuring the index, see [Modify Index Settings](#).

- **Dashboard site.** Offers a centralized access point to perform document management tasks and search functions.

Each workspace in your organization has its own dashboard site. SharePoint Portal Server creates this dashboard site automatically when you create the workspace.

Users with appropriate roles can search for, view, and manage documents on the dashboard site.

For more information about working with the dashboard site, see [Customize the Dashboard Site](#).

- **Web discussions.** A tool that enables users to discuss workspace documents. Users can access Web discussions from a browser or from the Office 2000 Online Collaboration toolbar.

Browser-based discussions allow users who do not have Windows 2000 installed on their systems to read discussions and participate in the discussion process.

The Online Collaboration toolbar provides access to discussions from Internet Explorer 5 and Office 2000 applications.

For more information about working with Web discussions, see [Using Web Discussions](#).

Add Categories to Document Profiles

If you are a coordinator at the workspace level on the Document Profiles folder, you can add a category property to a document profile. This allows users to place documents with that profile into an appropriate category.

For more information about working with document profile properties, see [Add and Edit Document Profile Properties](#).

To add categories to profiles

1. In the workspace, open the Management folder, and then open the Document Profiles folder.
2. Right-click the document profile with which you want to work, and then click **Properties**.

3. Click the **Properties** tab, and then click **Select Properties**.
4. In the list that appears, select the **Categories** check box.
5. Click **OK** twice.

The document profile now includes the new property.

Note The document profiles and properties that you create are shared throughout the workspace. When you create a property, you can use it on any profile form. If you change the attributes of a property, or if you delete a document profile or property, the changes you make affect the use of that document profile or property on all documents.

Edit Category Properties

If you are a coordinator at the workspace level on the **Categories** folder, you can use the **Properties** page of a category to change the following settings:

- **Description.** You can use this section of the **Properties** page for a category to provide a description of the category. The category description helps users determine whether the category is an appropriate place for their documents. For more information about providing category descriptions, see [Provide Category Descriptions](#).
- **Keywords.** You can use this section of the **Properties** page for a category to add or select keywords to apply to the category for use in dashboard site searches. For more information about configuring category keywords, see [Identify Category Keywords](#).
- **Category Picture URL.** You can use this section of the **Properties** page for a category to supply an address where SharePoint Portal Server can access an image to associate with the category. For more information about configuring category images, see [Select Category Images](#).

To edit category properties

1. In the Categories folder, right-click the category with which you want to work, and then click **Properties**.
2. View and edit the category properties on the **General** tab of the Properties page of the category.
3. Click **OK**.

О поисковых возможностях

Опубликованные документы и исходники, содержащие информацию вне рабочего пространства, формируют содержимое рабочего пространства, в котором может проводиться поиск. Пользователи с соответствующими ролями могут осуществлять поиск и просмотр этого содержания на dashboard site.

Для повышения качества результатов поиска на dashboard site можно настроить и использовать следующие возможности:

- **Профили документа.** Помогают упорядочить каталоги и документы и повысить функциональность поиска на dashboard site.
- Профили документа могут быть созданы при помощи Add Document Profile Wizard в каталоге профилей документа (Document Profiles), расположенного на верхнем уровне каталога Management.

Пользователи могут присваивать профили документов своим собственным документам с помощью закладки Profiles на странице Properties каждого документа, или, для документов, хранящихся в расширенном каталоге, выбрав профиль документа в окошке метки в форме.

Для получения более подробной информации о работе с профилями документов, см. [Создание профилей документа](#).

- **Категории.** Обеспечивают легкий способ определения местонахождения документов на dashboard site и расположения документов в иерархическом порядке разделов и подразделов.

Категории для использования в рабочем пространстве могут быть созданы при помощи команды **New Category** в каталоге **Categories**.

Использование **Category Assistant** поможет распределить по категориям большое количество документов. Запустите **Category Assistant** со страницы **Properties** каталога категорий в рабочем пространстве.

Для получения более подробной информации о работе с категориями, см. [Установка категорий](#).

- **Лучший выбор (Best Bets)**. Обеспечивает пользователей **dashboard site** ценной информацией, указывая наилучший документ, который может быть выбран для конкретной темы.

При помощи поиска и закладки Категорий на странице свойств документа можно указать документ как лучший выбор для категорий и для ключевых слов, используемых в поисках, проводимых с **dashboard site**.

Для получения более подробной информации о работе с Лучшим выбором, см. [Определение Лучшего выбора](#).

- **Исходники (Content Sources).** Служат стартовыми площадками, с которых пользователи могут осуществлять поиск и просматривать документы, хранящиеся вне рабочего пространства на таких источниках, как Web-сайты, файлы коллективного доступа и базы данных.

Для создания и хранения исходников в каталоге Content Sources, расположенном в каталоге Management можно использовать Add Content Source Wizard.

Для получения более подробной информации о работе с исходниками см. [Добавление и управление исходниками](#).

Для получения более подробной информации о конфигурировании указателей см. [Модифицирование настроек указателей](#).

- **Dashboard site.** Предлагает узел централизованного доступа для выполнения задач управления документами и поисковых функций.

Каждое рабочее пространство данной организации имеет свой dashboard site. SharePoint Portal Server автоматически создает dashboard site при создании рабочего пространства.

Пользователи с соответствующими ролями могут осуществлять поиск, просматривать и управлять документами на dashboard site.

Для получения более подробной информации о работе с dashboard site см. [Настройка Dashboard site](#).

Для получения более подробной информации о работе с dashboard site см. [Настройка Dashboard site](#).

- **Web-конференции.** Инструмент, позволяющий пользователям обсуждать документы рабочего пространства. Пользователи могут получить доступ к Web-конференциям из броузера или из панели инструментов Online Collaboration в Office 2000.

Конференции с браузерным интерфейсом дают возможность читать конференции и участвовать в процессе обсуждений тем пользователям, на чьих системах не установлена Windows 2000.

Панель инструментов интерактивного взаимодействия (Online Collaboration) обеспечивает доступ к конференциям из приложений Internet Explorer 5 и Office 2000.

Для получения более подробной информации о работе с Web-конференциями см. [Пользование Web-конференциями](#).

Добавление категорий к профилям документов

Если Вы являетесь координатором на уровне рабочего пространства в каталоге профилей документов, Вы имеете право добавлять свойства категорий к профилю документа. Это дает пользователям возможность помещать документы с данным профилем в соответствующую категорию.

Для получения более подробной информации о работе со свойствами профиля документа см. [Добавление и редактирование свойств профиля документа](#).

Добавление категории к профилям

6. Откройте каталог **Management** в рабочем пространстве, а затем откройте каталог **Document Profiles**.
7. Правой кнопкой мыши выделите профиль документа, над которым будете работать, а затем нажмите **Properties**.
8. Откройте закладку **Properties**, а затем нажмите **Select Properties**.
9. В открывшемся списке выберите окошко метки **Categories**.
10. Дважды нажмите **ОК**.

Теперь профиль данного документа содержит новое свойство.

Примечание. Созданные свойства и профили документа будут доступны во всем рабочем пространстве. При создании свойства его можно использовать в любой форме профиля. При изменении атрибутов свойства или при удалении профиля или свойства документа сделанные изменения повлияют на использование этого свойства или профиля во всех документах.

Редактирование свойств категории

Если Вы являетесь координатором на уровне рабочего пространства в каталоге Categories, Вы можете использовать страницу Properties категории для изменения следующих настроек:

- **Описание.** Эта часть страницы Properties может использоваться для описания конкретной категории. Описание категории помогает пользователям определить, является ли категория подходящим местом для их документов. Для получения более подробной информации о предоставлении описаний категорий см. [Предоставление описаний категорий](#).

- **Ключевые слова.** Эта часть страницы Properties может использоваться для добавления или выбора ключевых слов, которые будут применяться к категории для поисков dashboard site. Для получения более подробной информации о конфигурировании ключевых слов категории см. [Определение Ключевых слов категории](#).
 - **Category Picture URL.** Эта часть страницы Properties может использоваться для предоставления адреса, где SharePoint Portal Server может получить отображение для связи с данной категорией. Для получения более подробной информации о конфигурировании отображений категорий, см. [Выбор отображений категорий](#).
 - **Контактное имя категории.** Эта часть страницы Properties может использоваться для предоставления пользователям контактного имени и электронного адреса, по которому можно обращаться за информацией и задавать вопросы о данной категории (или связанных с ней проблемах). Для получения более подробной информации о конфигурировании контактной информации категорий, см. [Предоставление контактной информации по категории](#).
-

Редактирование свойств категории

4. В каталоге Categories выделите правой кнопкой мыши категорию, с которой будете работать, а затем нажмите **Properties**.
5. Просмотрите и отредактируйте свойства категории в закладке **General** страницы Properties данной категории.
6. Нажмите **ОК**.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Национальный исследовательский университет
«Московский институт электронной техники»

Институт лингвистического и педагогического образования

Бакалаврская работа
по направлению 45.03.02 «Лингвистика»
Профиль «Перевод и переводоведение»

**Распространённые ошибки при локализации компьютерных игр на
материале игр от компании «Naughty Dog»**

Студент: Симонян Нерсес Месропович

Руководитель: к.с.н., доцент Института ЛПО Юрченко Евгения Игоревна

Москва 2020

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	2
Глава 1. Локализация как часть переводческой дисциплины	5
1.1. Определение локализации. Особенности развития.	5
1.2. Локализация в России. Понятие русификации	15
1.3. Виды локализации и особенности техники перевода.....	25
Вывод по главе 1	38
Глава 2. Анализ локализаций текстов компьютерных игр компании “Naughty Dog”	39
2.1. Переводческие ошибки в The Last Of Us	39
2.2. Переводческие ошибки в Uncharted: Drake’s Fortune.....	41
2.3. Переводческие ошибки в Uncharted 2: Among Thieves	45
Вывод по главе 2	47
Заключение	49
Библиография	52
Приложение 1. Примеры для практического анализа	67
Приложение 2. Перевод статьи “Localization”	82

Введение

Видеоигры уже больше 40 лет являются важной составляющей в современной культуре. Такого признания видеоигры добились во многом благодаря новой области исследований в сфере переводоведения – локализации. Локализация видеоигр - очень важное направление в переводоведении, им занимаются многие специалисты, но обучают лишь в немногих высших учебных заведениях.

Больше нескольких десятков лет крупнейшие издательства и локализаторы, подвергались критике со стороны русскоязычного сообщества игровых пользователей. Ведь даже маленькая деталь потерянная при локализации, может повлиять на восприятие игрового процесса и раскрытие персонажей.

Данная работа посвящена проблеме качества локализации компьютерных игр от американской компании «Naughty dog»

Актуальность данного исследования обусловлена несколькими факторами. Видеоигры рассматриваются как феномен социальной культуры. Ошибки, допускаемые переводчиками при локализации видеоигр. Появление экономических проблем связанных с непрофессиональной локализацией.

Таким образом, **материалом исследования** данной работы послужили видеоигры американской компании Naughty Dog такие, как The Last of us и серия игр Uncharted.

Объектом исследования являются оригинальные и локализованные тексты данных игр.

Предмет исследования – языковые аспекты текстов компьютерных видеоигр и средства их адекватного перевода при локализации.

Цель работы – Анализ трёх видов локализации рассматриваемых компьютерных игр: оригинальной, профессиональной и любительской. Оценка степени правильности перевода, выявление ошибок и неточностей.

Для достижения данной цели необходимо решить **ряд задач**:

- 1) раскрыть понятие локализации;
- 2) охарактеризовать особенности видеоигр;
- 3) описать основные подходы перевода текстов видеоигр;
- 4) Исследовать примеры локализации на примере видеоигр от компании «Naughty dog»;
- 5) Выявить ошибки при локализации текстов.

Методологической и теоретической базой послужили труды следующих российских лингвистов - А.В. Дрожащих, Л.В. Кушниной, А.Н.Леонтьева, И.К.Ситкаревой, Масленниковой, Эко, Беляева, а также зарубежных - O’Hagan, 2007; Рун, 2010; Мосин, 2015.

Теоретическая значимость состоит в том, что в данной работе дается обобщение теоретического представления о локализации, как о виде переводческой дисциплины.

Практическая значимость полученные в ходе исследования результаты могут послужить материалом в создании учебного пособия для будущих локализаторов - профессионалов, что способствует дальнейшему развитию данной специализации.

Структура работы. Представленная работа состоит из введения, 2-х глав (теоретическая и практическая), заключения. В конце работы приведен список используемой литературы. Даны приложения к исследованию. Во введении мы даём определение актуальности, объекту, предмету, материалам, цели исследования, структуре работы. Первая глава рассматривает Локализацию как вид переводческой деятельности. Глава состоит из 3-х

подпунктов: 1.1. Определение локализации. Особенности развития, 1.2. Локализация в России. Понятие русификации, 1.3. Виды локализации и особенности техники перевода. В главе 2 выделяются переводческие ошибки в текстах видеоигр компании Naughty Dog, а именно в *The Last of us*, *Uncharted: Drake's Fortune*, *Uncharted 2: Among Thieves*. В заключении подводятся основные итоги и намечаются перспективы дальнейшего исследования.

Глава 1. Локализация как часть переводческой дисциплины

1.1. Определение локализации. Особенности развития.

С появлением Интернета необходимость переводческих работ по сайтам, веб-порталам, компьютерным играм, а также ПО резко возросла. Это способствовало появлению нового научного направления в рамках переводческой дисциплины - локализации.

Термин «локализация» пришёл из сферы перевода программного обеспечения, целевая аудитория которого называется «locale» (локалью). Берт Эсселинк определил термин как процесс, путем которого такие объекты, как компьютерные программы, мультимедийные презентации или документы, не только переводятся на другой язык, но также адаптируются для использования в стране с иной культурой. Помимо обычных вопросов перевода, учитываются такие факторы, как управление набором символов, формат дат, система измерений (метрическая или английская), правила использования запятых и точек в десятичной дроби и т. п. [23, с. 3].

Локализация - не обычное направление в деятельности переводчиков; эта дисциплина позволяет адаптировать переведенный язык, как под язык оригинала, так и сориентировать людей в виртуальном мире.

«**Локализация** - это разновидность переводческой деятельности в виде культурной и лингвистической адаптации продукта в сфере информатики, кибернетики и смежных с ними науками» [31].

Основная цель локализации – адаптировать продукт под требования территории, где он распространяется. Для того, чтобы достигнуть этой цели нужно решить две исследовательские задачи: исследовать специфику локализации, а также подобрать необходимую модель перевода, делая акцент на двух аспектах: на культуре оригинального языка и на культуре языка на

который переводят.

В основе изучения А. В. Дрожащих, автора учебно- методического пособия «Древние языки и культуры» лежит специфика жаргонизмов, компьютерных терминов, сленгизмов, а также профессионализмов.

Л.В. Кушнина разработала концепцию пространства переводчика, теории и гармонизацию Эта концепция являлась разновидностью деятельности переводчика и требовала культурной адаптации. Большую роль при работе с локализацией играют:

- содержательное поле: очень важно точно передать смысл при переводе;
- поле реципиента: конечный потребитель, обладающий другими культурными ценностями, должен понимать замысел автора;
- фатическое поле: это максимальная передача культурологического смысла.

Синергия этих трёх аспектов создаст баланс при переводе [35].

Однако, профессионалы-локализаторы должны быть осведомлены не только в сфере лингвистики. Знания в переводческой сфере и инженерии необходимы для любого специалиста в области локализации. Переводчики-локализаторы имеют знания в компьютерных направлениях, они владеют языком, а также умеют использовать информационные средства на высоком уровне, для того, чтобы с лёгкостью локализовывать необходимый материал. В наше время существуют не так много факультетов по подготовке профессиональных локализаторов. Самое большое количество находится на территории Канады, Америки, Германии и Ирландии.

Наши исследования показали, что локализация производится на 3-х уровнях [30]:

1. Языковое обеспечение и учет стандартов, принятых в стране. Программа должна выполнять свою функцию на той территории, где её будут

использовать. Необходимо отображение символов, адаптированная сортировка по алфавиту и другое;

2. Полная адаптация интерфейса ПО с исходного на целевой языки;

3. Тщательная адаптация при переносе информации с одного языка на другой. В эту тонкую работу входят: подбор необходимых словоформ, поиск дополнительных стандартов, которые не повлияют на функции программы, необходимость в учёте особенностей культуры, традиции и многое другое.

Согласно А.Н. Леонтьеву, «речевая деятельность является активным, целенаправленным, мотивированным, содержательным процессом выдачи и приема, сформированной и сформулированной посредством языка мысли, направленным на удовлетворение коммуникативно познавательной потребности человека в процессе общения».

Локализация - сложнейший вид перевода. При работе с локализацией переводчик формирует определенные стратегии взаимодействия двух языков: исходного языка и интерпретируемого языка, основным аспектом которого является адаптация с ориентированием на культуру конечного потребителя. Эти стратегии представляются, как вероятные решения переводчика, при которых отбираются необходимые методы, способы, модели и применяются к «конкретным условиям межкультурного взаимодействия» [35].

Стоит отметить, что изначально локализацию активно использовали в IT-сферах. На тот период времени, локализация являлась переводом вербальных элементов, вводимых, к примеру, в видеоряд или пользовательский интерфейс. Однако в отечественной лингвистике локализация не являлась синонимом к переводу [20].

Наряду с «доместикацией», термин «локализация» в отечественной лингвистике рассматривался как «глобализация» и «интернационализация». Согласно международному экономическому сотрудничеству термин

«глобализация» определяется как «процесс придания продукту такого вида, который позволит предлагать его к продаже в другие страны» [38, с. 17].

В основе данного подхода лежит стратегия стандартизации. «Стандартизация предполагает унификацию всего комплекса маркетинга, то есть компания, предлагающая свой товар или услугу, работает на международных рынках, масштабно используя один и тот же способ продвижения». «Таким образом, для того, чтобы фирма смогла заполучить все возможные конкурентные преимущества, необходимо стандартизировать все комплексные элементы маркетинга, что приводит к снижению цен на мировой арене» [10, с. 194].

Для уточнения природы и сущности локализации, необходимо обратиться к материалам Международной ассоциации стандартизации в области локализации (The Localization International Standards Association – LISA), компанией, существующей с 1990 по 2011 года, которая вывела определение к данному термину.

«Локализацией следует считать культурную и лингвистическую адаптацию продукта для той целевой аудитории (страны, региона, языкового ареала), которая будет использовать данный продукт» [38, с. 16]. Локализация, в рамках культурной адаптации, часто сравнивается с таким термином, как доместикация, подразумевающая перевод с учётом культурных норм, традиций и менталитета обеих стран языка: переводимого и интерпретируемого [24, с. 113- 118]. Основной задачей доместикации является достижение переведенного текста, стилистически адаптированного и доступного для читателя таким образом, чтобы интерпретируемый язык казался языком оригинала, при этом, не нарушая культурные нормы страны целевой аудитории. Данная стратегия осуществляется в «снятии языковых, стилистических и прочих указаний на «иностранность» характер текста», например, за счёт замены инокультурных реалий функциональными аналогами, использования принятых в переводящей

культуре стандартов и единиц измерений и т.д. Однако domestикация ничто иное, как основная стратегия сфер перевода: адаптации и локализации [11, с. 157].

В работе писателя-переводчика У. Эко «Сказать почти то же самое. Опыты о переводе» термин «локализация» не рассматривался в рамках адаптации программного обеспечения и IT-технологий, несмотря на то, что специалисты в области локализации связывают начало использования термина «локализация» именно с компьютерной сферой [37].

Локализация в сфере лингвистики, рассматривает перевод как отдельно взятый случай локализации. Помимо этой, существует и другая теория локализации, где сквозь призму традиционной теории перевода, адаптация текста к потребностям и ожиданиям получателя рассматривается как одна из собственно переводческих процедур [3, с. 295].

В виду отсутствия противоречий в рамках определения локализации эти тезисы рассматриваются совместно, так как они не взаимоисключающие. В зарубежной лингвистике точного подхода к определению термина локализации также нет. Локализация, по словам доцента кафедры культурологии, языков и лингвистики Дублинского Городского Университета, Минако О'Хаган, является «преемником переводоведения, но с большим упором на технологизацию» [26]. По результатам исследований, проведенных профессором в 2007 году, «системы машинного перевода внесли меньший теоретический вклад в развитие науки по сравнению с информационными технологиями и инженерией, где происходит широкое внедрение переводческих технологий» [25].

Переводческая деятельность начала во многом базироваться на технологиях, чаще всего выделяется коммерческий перевод и локализация. Как было отмечено Э. Пимом, «локализация возникла для решения экономических задач, и признание её как самостоятельной отраслевой

практики в теории перевода привело к включению её в необходимые условия обучения, хотя исследования локализации ещё не позволяют произвести полное теоретическое описание этого явления» [27, с. 120-142].

Эффективная адаптация перевода интерпретируемого языка является основной целью локализации, что должно способствовать увеличению продаж того или иного продукта на локальных рынках [2, с. 42-45]. Е. В. Медведева также говорит: «эквивалентный перевод без учета национально-культурной специфики целевой аудитории (несоответствие фоновых 16 знаний адресанта и адресатов), в свою очередь вызывает у потребителей непонимание и в итоге неприятие рекламируемого продукта» [12, с. 24].

Объектами локализации являются продукты целевой аудитории:

- Программное обеспечение (в том числе – обучающие лингвистические программы);
- Веб-сайты (Интернет-магазины, международные порталы и т.д.);
- Компьютерные игры;
- Мультимедиа (например, видеоролики);
- Маркетинговые и PR-материалы (рекламные буклеты, презентации о компании и т.д.) [2, с. 42-45].

Помимо этого, переводчику недостаточно одних лишь лингвистических знаний для успешной локализации, хотя многие переводческие трансформации – перевод системы мер, калькирование, семантические замены – обеспечивают, в конечном счете, локализацию текста; необходимо также разбираться в информационных средствах, специфике продукта и региона его распространения. Именно поэтому локализаторы объединяются в целые команды специалистов, что говорит о сложности и многоаспектности всего процесса. Локализация, как и язык, находится в вечном видоизменении. Именно это динамичное развитие указывает на необходимость пристального

изучения этой сферы переводческой дисциплины и выделения этой области, как отдельной в рамках теории перевода.

В наше время локализация компьютерных игр требует особого внимания. В 2020 году компьютерные игры носят культурный характер для каждого пользователя, определяя современную мораль, этические нормы, а также мировоззрение общих и отдельно взятых культур, визуализацию исторических фактов и будущее. Говоря о локализации, в сфере компьютерных игр, стоит отметить важность определения «локализации». Согласно работам М. Мосина, «локализация компьютерной игры состоит из лингвистической адаптации текстового содержания программного обеспечения и адаптации графического контента, технических настроек» [34]. Иными словами, при локализации компьютерных игр учитывается адаптация продукта во всех аспектах, соответствуя целевой аудитории: культурных, лингвистических, технических и юридических [2].

Локализация является комплексным процессом. Данный процесс включает в себя несколько задач: перевод на интерпретируемый язык, конвертацию графических элементов, разработку файлов readme, создание аудиодорожки, модификацию технических средств, адаптацию некоторых частей в игре, верификацию возможности переместить контент, который был купирован [2].

Благодаря большому спросу на компьютерные игры и на профессиональную адаптацию этой продукции в мире, локализация стала производится на более высоком уровне. При локализации требуются специальные умения, такие как: грамотное адаптирование графических элементов, точное изменение формата валют, дат, адресов и другого, а также подбор цветов и шрифта, применимые в стране, для которой производится локализация ПО, сайта или игры [31]. Цель данных изменений – доступность адаптированной продукции для широкого круга пользователей. После произведенной локализации игра или веб-сайт будут отличаться от оригинала,

но это, чаще всего, не затрагивает интерфейс [15, с. 33].

«Отличным примером необходимости в локализации являются компьютерные игры – это удачный пример адаптации продукта к потребностям новых покупателей и новых рынков, ведь продукт, выпускаемый на рынок какой-либо страны, должен отвечать ожиданиям, а соответственно и традициям, обычаям и ценностям населения этой страны. Соответственно, локализацию можно считать формой межкультурной коммуникации» [8, с. 79-84], а «в межкультурном общении необходимо учитывать особенности национального характера коммуникантов, специфику их эмоционального склада, национально-специфические особенности мышления» [9, с. 10].

Локализация – это многоуровневый сложный процесс, начальные этапы которой можно выполнить, не тронув интерфейс, а последующие с необходимостью взаимодействия программистов, дизайнеров и переводчиков.

Основными задачами переводчика в сфере локализации являются:

- Перевод и переоформление обложки издания;
- Перевод игрового интерфейса (меню, настройки), для которого необходимо владение специфической терминологией компьютерных игр;
- Создание субтитров и перевод общего текстового содержания;
- Озвучка звукового содержания игры;
- Внутриигровая и культурная адаптация содержания;
- Глубокая культурная адаптация манеры речи, выражений, для которой необходимо знание области, в которой проходят действия игры (военная история, древняя история, мифы, сказки и т. д.).

В профессиональной сфере переводчиков компьютерных игр распространён такой термин - «глубина локализации», о котором говорит менеджер по зарубежным локализациям компании «Бука» Алла Пашутина. Она определяет глубину локализации как «то, что может быть локализовано» и выделяет 6 видов локализации (по нарастанию глубины локализации):

Бумажная локализация (или упрощённый вид локализации). Во время данного процесса адаптация только упаковки и обложки игры, readme файл, веб-сайт игры или компании, маркетинговые материалы, однако сам продукт остается на языке оригинала. Такой вид локализации характерен компаниям, закупающим продукт, затем они печатают для него свою обложку и перепродают компаниям, работающим на рынках, где язык оригинала пользуется спросом. К примеру, в Греции, игра на английском языке будет популярна, так как большая часть населения - англоговорящая.

Поверхностная локализация. Этот вид локализации является расширенной версией бумажной локализации, включающий в себя перевод заставки и логотипа игры. При выборе такой локализации заказчик ставит основной целью расширение информации об игре и издательстве игры, а также создает компании достаточно приятный имидж «заботы о рынке», не затрачивая при этом больших средств на более дорогостоящие виды локализации.

Экономичная локализация подразумевает перевод всего игрового текста без изменений звуковых дорожек. Это: всплывающие подсказки, субтитры, имена главных и второстепенных героев, диалоги персонажей, и так далее. Этот вид локализации достаточно популярен среди изданий – заказчиков. Он является самым выгодным, однако при этом остальная часть игры остается на английском языке. Этот же тип локализации используется при создании «демо-версий» для показа на выставках.

Во время **углубленной локализации** перед специалистами ставится цель перевести все внутриигровые текстовые и звуковые составляющие, озвучка всех дорожек, заставок и диалоговых окон персонажей. Этот вид локализации популярен среди издателей игр, которые особое внимание уделяют смыслу сюжета. Помимо этого, издатели выбирают этот тип локализации для стран целевой аудитории, население, которого не разговаривает на языке оригинала.

Избыточная локализация. Локализация такого типа делает акцент и на графических файлах, то есть переводятся внутри игровые графические объекты, в основном из-за юридически правил и норм страны. Например, изображение свастики на рынке Германии недопустимо, поэтому локализаторам необходимо видоизменить этот рисунок на другой – нейтральный, не вызывающий ассоциаций [17, с. 307].

Глубокая локализация подразумевает полную локализацию игры вплоть до сценария игры. Особенностью этого уровня локализации является полный перевод и добавление культурных элементов страны целевой аудитории. Например, говоря об адаптации для русскоязычного общества, в игру вводятся привычные фразеологизмы, речевые обороты, поговорки, жаргонизмы или даже нецензурная лексика. Но игра не просто изменяется, она наполняется другими культурными элементами, песнями, кличками, акцентами, диалектами [19, с. 116].

Такие замены полностью погружают пользователей в игру, не давая ни единого намёка на наличие адаптации. Во время глубокой локализации специалистам приходится вырезать некоторые элементы, которые не соответствуют культурным нормам страны интерпретации [4, с. 79-85]. Этот вид локализации представляет из себя самый глобальный и самый энерго- и денежно затратный. Однако издатели часто сами выбирают глубину локализации для своего продукта, опираясь на целевую аудиторию и

особенности того или иного продукта, культурных элементов. Чем больше проводится тонкая работа над мельчайшими деталями – тем идеальнее будет локализован проект [13, с. 241- 247].

На основании рассмотренного теоретического материала по локализации как нового вид переводческой деятельности, было установлено следующее.

Локализация является сложнейшим видом перевода, при работе с локализацией переводчик формирует определенные стратегии взаимодействия двух языков: исходного языка и интерпретируемого языка, основными аспектами которого является адаптивность как направленность перевода на культуру-источник. Локализация – это многоуровневый сложный процесс.

1.2. Локализация в России. Понятие русификации

Локализация игр появилась в конце 20 века, а точнее в 80х гг., когда стремительное развитие компьютеров привело к тому, что игры стали начали набирать обороты на международном рынке. В это время появляются первые симуляторы, которые разрабатывались учеными для исследований. Эти игры были снабжены упрощенным интерфейсом, а также гораздо меньшим числом функций, но эти начальные разработки были очень ценными для дальнейшего развития компьютерных игр. В конце 80х гг. самыми популярными стали короткие игры с интенсивным процессом (аркадные), а также появился большой ассортимент игровых консолей и игр для ПК.

Локализацией игр в РФ в 1995-2005 годах занимались компьютерные пираты. Такими компаниями были, например, «Фаргус» и «Акелла». Адаптация продукта, выполненная подобными частниками, подвергалась

активным обсуждениям на форумах и вызывала недовольство пользователей. Например, был выполнен перевод популярной игры «WarCraft: Frozen Throne», как «Воевать-мастерить: стул заморозили».

В 90-х годах также локализовали настольные игры. «Monopoly» – одна из самых первых, при локализации получила название «Менеджер». В 90-м году была выпущена игра «Заколдованная страна», прототип американской «Dungeons & Dragons». В 90-х существовало много переводчиков-любителей.

Развитие программирования и дизайна привело к усложнению наполнения и интерфейса. Благодаря эволюции ПО и распространению программ и игр по всему миру появилась необходимость в переводе на другие языки. Таким образом появилась новая территория для исследований – «локализация».

После распада СССР на переводческом поприще произошел своего рода коллапс. Государственные издательства больше не финансировались, это привело к снижению ассортимента продукции и к уменьшению тиража. Появлялось множество компаний, которые занимались переводом, но, так как число конкурентов росло с огромной скоростью, вскоре бизнесмены перестали заботиться о качестве выпускаемой продукции. Цензуры больше не было, поэтому рынок наводнили ранее запрещенные произведения. Очень часто локализацией занимались непрофессионалы, что существенно влияло на качество выпускаемой продукции.

Нами были проанализированы статьи, конференции, а также учебные материалы на предмет истории развития локализации в России. И, если локализацию игр мы способны проанализировать и проследить ход ее истории, то в отношении локализации ПО и сайтов мы не можем с уверенностью утверждать, когда именно зародилось понятие локализации сайтов и ПО в нашей стране и какой путь был ей пройден. Так, на

конференции «LocKit 2017» Марк Лесун (Language Manager, Google) подготовил презентацию «О локализации в двух словах: история одного онлайн-курса», в которой он отразил наглядный пример того, как изучается данная проблема в нашей стране по сравнению с США и Европой [45]. Марк упоминает о том, что в РФ существует всего лишь примерно 18 онлайн-курсов по локализации, по сравнению с Америкой, в которой приблизительно 160 курсов (Рисунок №1). Это даёт нам основания полагать, что данная теория в нашей стране остается непроработанной и не до конца изученной.



Рис. №1

Локализация ПО и сайтов в РФ не имеет подробной истории. В большинстве случаев крупные компании, как, например, Майкрософт, прибегают к полностью автоматизированной локализации ПО, что, конечно же отражается на качестве продукта.

«Известно, что фирмы-производители программного обеспечения тратят на интернационализацию и локализацию своих программ примерно в 20 раз больше средств, чем на процесс их создания» (Рис. 2) [29, с. 8].



Рис. 2

Основываясь на приведенном выше примере, а также на анализе сайтов и порталов, можно прийти к выводу, что Майкрософт, а также многие другие крупные компании, идут по пути наименьшего сопротивления и, чтобы не тратить и так ограниченный бюджет, полностью автоматизируют процесс локализации сайтов и ПО. Это приводит к тому, что наполняемость продукта выпускается с многочисленными ошибками и неточностями, что будет подробнее разобрано нами в практической части.

Русификация

В связи с тем, что ПК уже не является только лишь инструментом специалистов, а стал нашей повседневностью, появилась потребность в русификации ПО, сайтов и игр. На данный момент интернет переполнен различными вариантами русифицированных программ. Можно встретить, как профессиональные работы, так и переводы, адаптации низкого качества.

Результаты анализа показывают, что ученые не вывели окончательного определения для русификации в области лингвистики. Опираясь на разные источники, мы постарались сформулировать наше собственное определение русификации.

Русификация в компьютерной и программной инженерии – это локализация продукта, которая позволяет интерфейсу и программному обеспечению взаимодействовать с пользователем на русском языке, используя кириллицу [42].

На основании данных, предоставленных кандидатом физико-математических наук Антоном Чижовым, в рамках видеолекции «История русификации ПК», мы можем частично отследить историю развития современных автоматизированных переводчиков, которые выполняли мгновенный перевод файла/ программы на русский язык.

Русификация появляется с первыми персональными компьютерами; в США, это сентябрь-октябрь 1981 года. В ноябре ПК появляется в Советском Союзе. На протяжении длительного времени компьютер находился в специальной лаборатории, где ученые пытались разобраться и понять, что из себя представляет данное устройство. Выводы исследователей показали, что есть необходимость ввода кириллицы, иначе добиться каких-либо результатов не выйдет.

Компьютеры имели малую мощность из-за чего выполнить русификацию программного обеспечения являлось непростой задачей. Однако ученые смогли добиться своей цели и впервые русификацию ПО представили на конференции в Пушино в 1982 году.

Постепенно мощность компьютеров росла. Появился первый вариант редактора текста. Возник вопрос о том, как следует использовать кириллицу в прикладных пакетах. Так как связи с поставщиками налажены не были, появилась идея провести модификацию пакета в момент загрузки в память ПК с диска. Несмотря на маленькую память в компьютер помещалась специальная программа, которая отслеживала момент загрузки любой другой программы в оперативную память и мгновенно ее переводила. Это позволило русифицировать большое количество программ. Например, одну из первых программ Word, версии DOS [28].

Примерно начиная с 90-х годов западные компании начинают сотрудничать с российскими фирмами для русификации продуктов ПО, сайтов и игр. Необходимость в подобном пиратском переводе постепенно ослабевает.

Официальной датой начала русифицирования ПО и сайтов, можно считать 1993 год, когда была выпущена первая адаптированная версия Windows.

В 2005 году появилась профессиональная (официальная) русифицированная версия Microsoft Disk Operating System (MS-DOS – дисковой операционной системы для компьютеров на базе архитектуры x86). Это послужило толчком к развитию автоматизированных русификаторов. Например, Windows Server 2016 [32].

На сегодняшний момент наиболее точная и полная русификация производится на 3-х уровнях:

- Необходимо обеспечить работу с символами кириллицы;
- Выполнить перевод программы с английского на русский язык;
- Настроить «невербальные» информативные средства, для восприятия российским пользователем [33].

Что касается третьего уровня – по данным ученых люди передают друг другу информацию до 80% при помощи невербальных сигналов. Нынешние компьютерные программы находятся на высоком уровне и работа в них все больше похожа на диалог компьютера с человеком. В данном случае появляется необходимость в передаче данных за счет невербальных средств.

Следует помнить, что русификации подвергаются 3 объекта:

- Интерфейс программы;
- Алгоритмическая часть;
- Инструкция, справочная информация и прочая документация программы.

Локализация ПО, сайта, игры в РФ проходит несколько стадий. Высокое качество локализации ПО, сайта или игры может быть гарантировано только тогда, когда:

1. Анализируется техническая возможность локализации ПО.

Происходит анализ сложностей, которые могут образоваться в будущем при локализации ПО, сайта или игры, например:

- ограничения по размеру элементов интерфейса, ограничения в использовании шрифтов, которые не содержат кириллицу, и т.д.;
- существует ли возможность изменить региональные настройки ПО, сайта, игры (алфавитная сортировка списков, отображение даты, времени, чисел, валюты);

- насколько точно будет работать программа, проверить технические характеристики.

2. Производится перевод и адаптация ПО

В этот этап входят следующие задачи:

- обеспечить терминологическое единство перевода посредством составления глоссария;
- обеспечить удобство работы переводчиков посредством экспорта текста в удобный формат;
- обеспечить сохранение служебных символов и структуры данных при переводе интерфейса и служебных сообщений;
- обеспечить качественный перевод справочных файлов, документации.

3. Тестируется локализованный продукт.

На данном этапе производится тесное сотрудничество технических специалистов с переводчиками. Перед профессионалами стоят следующие задачи:

- Провести проверку на согласование отдельных фраз;
- Исключить присутствие не уместившихся фраз, слов;
- Исправить обнаруженные ошибки;
- Проверить функциональность ПО.

4. Создаются скриншоты конечного продукта для их последующей публикации и распространения для рекламных целей.

В некоторых фирмах локализация производится не самым тщательным образом (например, в компании Microsoft). Вероятно, к русификации не привлечены лингвисты и филологи, что сказывается на качестве. Например,

очень часто в программе мы можем встретить такие корявые переводы, как: «забрать в карман» или «выбрать всё» (по аналогии с «select all»).

При переводе терминов необходимо учитывать традиции, применимые в стране конечного пользователя. К примеру – «Pattern» (экселевская диалоговая панель) переводится на русский язык, как «узор(ы)». Но правильнее было бы присвоить имя «Заполнение», так как эта функция отвечает за фон. Или же команда «Preview», русифицированную, как «Просмотр», грамотнее было бы перевести, как «Макет», чтобы у пользователя не возникало сомнений, что именно скрывается за этой функцией.

Российский рынок локализации: нынешняя ситуация и трудности, с которыми сталкиваются переводчики (локализаторы)

На данный момент интернет это один из самых мощных инструментов для продвижения товаров, предложений и многого другого. С каждым днем растет число механизмов, которые могут помочь в бизнесе. Многие компании занимаются созданием сайтов, а также локализацией, что помогает потенциальным предпринимателям выйти на международный рынок.

«В России рынок переводческих услуг обладает своей спецификой – ряд российских бюро переводов, начинавших свою деятельность как специализированные в той или иной сфере, для того чтобы продолжить существовать в условиях рынка, вынуждены были в итоге стать универсальными, то есть выполнять переводы вне зависимости от тематики. Они также занимаются сопутствующим сервисом, выполняя консульскую легализацию документов, предоставляя юридические услуги, аренду оборудования для синхронного перевода и т.д.» [6].

Такие услуги может оказывать, как частная компания, так и крупная корпорация, в штате которой имеются локализаторы и профессиональные филологи. Например, компания AWATERA, возникшая в результате слияния ABBYY LS и ТРАКТАТ. Среди компаний, занимающихся локализацией игр, сайтов и ПО – ТрансЛинк (знаковый локализованный продукт – Mafia 3), «1С» (QLOC Studio + «Бука») (самые крупные адаптации – Civilization V, Shadow of Mordor и Skyrim), The Most Games (Dishonored 2, The Witcher 3: Wild Hunt, Fortnite и Doom), Logrus IT (Watch Dogs 2, Assassin’s Creed Chronicles, For Honor, Far Cry Primal).

Пользователи часто недоверчиво относятся к локализованным продуктам, так как имеют негативный опыт в использовании нелегальных версий. Например, в интернете на форумах содержится огромное количество комментариев от возмущенных пользователей. Некоторые программы производства компаний Adobe, D-Studio и Alex Soft имеют чрезвычайно некачественный перевод, что не может не возмущать людей.

Сложности при локализации игр

Во-первых, локализация игр – сложнейший многоуровневый процесс, который требует привлечения огромного количества специалистов из разных областей знаний. Игры – это тысячи страниц текста и диалогов, поэтому требуется перевод наивысшего качества. Миллионы пользователей используют конечный продукт (читают, слушают, смотрят) и они являются самыми строгими судьями профессионализма контента. Перевод выполняется в основном без контекста, что составляет самую главную сложность. Качественная локализация игры – намного более сложная задача, чем локализация фильма.

Во-вторых, для качественной подготовки продукта необходима команда переводчиков, которые знакомы с терминологией и разбираются в играх. Даже человек хорошо владеющий как русским, так и английским может быть незнаком со следующими словами: **100kkk, Orchid Malevolence, АОЕ, СС, termagant brood** и др. В такой сфере нужны не просто профессионалы, но люди увлеченные. Составить же профессиональную команду из геймеров – задача непростая.

В-третьих, терминологические трудности. Для носителя английского языка некоторые термины (научно-технические) являются всего лишь переосмыслением уже знакомых слов. В РФ исконные русские слова не могут восприниматься как термины. Вероятнее всего, причина этому – отставание нашей страны в науке и технологиях.

В-четвертых, на данный момент в России продолжает процветать пиратство, что негативно сказывается не только на локализаторах, которые выполняют свою непростую работу, но и на конечных пользователях, которые довольствуются некачественным контентом.

Границы локализационной практики размываются, и терминология активно расширяется за счет процесса заимствования слов из многих областей.

1.3. Виды локализации и особенности техники перевода

В то время как глобализация направлена на глобальную культурную ассимиляцию, локализация, напротив, использует культурную адаптацию для эффективного коммуникативного акта с адресатом – целевой аудиторией продукта – на небольшом, локальном рынке.

Коммуникативный акт в компьютерно-информационной среде можно трактовать не только как процесс лингвистического канала, но и «как

совокупность вербальных, правербальных и экстравербальных сигналов, каждый из которых может быть специфичен только для определенного социо- и лингвокультурного пространства, а соответственно, нести либо нулевое, либо искаженное значение при переносе в плоскость другого языка и культуры».

Таким образом, локализация не просто взаимодействует с исходным и языком перевода, она представляет две совершенно отличные друг от друга картины мира [7]. Её результатом является текст или продукт, который:

- соответствует (или максимально приближен к) культурной среде исходного материала;
- выполнен с учётом лингвистических особенностей целевого языка;
- не искажает заложенный автором смысл в исходный материал.

Виды локализации

Самым простым и поверхностным видом локализации цифровых продуктов считается так называемая **«коробочная локализация»**, которая не затрагивает сам цифровой продукт. При данном виде локализации изменяется только то, что написано на упаковке игрового носителя. Если игра продаётся также и на какой-либо платформе дистрибуции (например, в Steam), то также переводится её страница с описанием и скриншотами в магазине, на чём процесс локализации заканчивается.

Чаще всего она применяется для локализации AAA игр (неформальное обозначение класса высокобюджетных игровых продуктов), если они предназначены для продажи оффлайн и выходят на физическом носителе [36].

Если требуется перевести также и текстовое содержание продукта, то такой вид локализации называется **текстовым**. Например, в игре GTA V

команда локализации перевела всё вплоть до субтитров. Игрок, с одной стороны, может послушать и попытаться понять речь персонажей-афроамериканцев, но с другой при этом увидит субтитры на русском языке в случае, если он не знает английский или у него возникают проблемы с пониманием отрывков озвучки. Также этот вид локализации подразумевает перевод следующих элементов [30]:

- Единицы измерения;
- Единицы валют;
- Формат написания дат;
- Формат написания телефонных номеров;
- Формат написания почтовых адресов и индексов;
- Форматирование чисел (десятичный разделитель, группировка цифр);
- Направление письма (в большинстве европейских языков – слева направо, на иврите и арабском- справа налево, на некоторых азиатских языках – вертикально);
- STL – комплексное расположение текста (используется в языках, где символы меняют форму в зависимости от контекста [41]);
- Капитализация частей речи и слов (например, в немецком языке, где все существительные пишутся с большой буквы);
- Знаки препинания (например, цитирование текста с использованием двойных кавычек "" в английском и «» во французском).

Локализация озвучки применяется в играх, где возможно перевести человеческую речь. Для этого подбираются актёры дубляжа, которые озвучивают и записывают переведённые реплики. Если озвучка произведена

на хорошем уровне, она не будет восприниматься как нечто чужеродное и незаметно погружать игрока или пользователя в повествование.

Графическая локализация возможна в любом цифровом продукте, где его движок предоставляет возможности для перевода элементов дизайна, текстур, моделей и других графических объектов – переводится всё, что не является текстовыми данными.

Например, если в игре-шутере имеется модель забора с какими-либо надписями на нём, графическая локализация подразумевает, что всё, что может увидеть игрок, следует перевести. Это могут быть также быть надписи на бумаге, записки, вывески лавок и магазинов, и т.д.

Если, кроме описания скриншотов и коробки (при наличии), переводятся также и страница помощи, названия кнопок, меню и прочие элементы управления, то такая локализация называется **локализацией интерфейса**. В играх данный вид может иногда восприниматься странно без использования одновременно с другими видами, потому что кнопку «Играть» игрок может нажать на русском, но при этом субтитры и сама история игры будет повествоваться полностью на другом языке.

Данный вид встречается довольно часто из-за того, что он является основным типом локализации для сайтов и приложений – основной контент (статусы, посты и другие типы) является недетерминированным (неизменным на любом языке), так как его создают сами пользователи.

При использовании данного вида локализуются следующие элементы:

- Горячие клавиши. Сочетания клавиш могут использовать только кнопки, которые имеются на раскладке клавиатуры локализованного языка. Если сочетание соответствует слову на определенном языке (например, Ctrl+S соответствует «save», т.е. «сохранить»), его может потребоваться изменить.

- Страницы и ссылки на правовые требования, которые разнятся в разных странах. Соблюдение нормативных требований может потребовать настройки для конкретной юрисдикции или изменения продукта в целом. Они включают в себя [30]:
 - Политика конфиденциальности;
 - Дополнительные отказы от ответственности на сайте, в приложении или на коробке;
 - Различные требования к потребительской маркировке (для физических носителей);
 - Соблюдение экспортных ограничений и правил в области шифрования;
 - Соблюдение режима интернет-цензуры;
 - Требования к специальным возможностям (accessibility);
 - Политика сбора налогов, таких как налог с продаж, налог на добавленную стоимость или таможенные пошлины;
 - Чувствительность к различным политическим вопросам, таким как споры о географических названиях и спорные границы на картах.

Машинный перевод. Используется для перевода недетерминированного текстового контента в социальных сетях или для создания первоначального, чернового варианта перевода продукта.

Данный вид локализации не является стабильным и часто склонен к ошибкам в грамматике, орфографии и стилистике (особенно распространённой ошибкой является употребление неправильной терминологии) [40].

Особенности техники перевода цифровых продуктов

Локализация цифровых продуктов осложняется уникальными техническими проблемами и особенностями, для которых грамотный переводчик должен уметь находить способы решения.

Во-первых, задача переводчика осложняется **проблемой представления исходного материала**. Для лучшего качества локализации все лингвистические ресурсы, извлечённые из игры, приложения или сайта должны быть представлены переводчикам в удобном и читаемом формате.

Для локализации ПО под операционную систему macOS используют специализированные программы для редактирования файлов «plist», которые содержат «ключи» (уникальные идентификаторы строк) и «значения» (непосредственно контент, который необходимо локализовать) [40].

Локализаторы игр же используют электронные таблицы. Информация в ячейках не обязательно представляется в хронологическом порядке: она всё равно сможет предоставить переводчику необходимый контекст, например, при помощи представления монологов и диалогов персонажей игр в отдельных колонках с дополнительной контекстуальной информацией. Перевод игр при помощи электронных таблиц чаще всего становится трудоёмким и запутанным, из-за чего у переводчика может нарушиться понимание контекста и могут появиться ошибки [48].

На данный момент не существует единого, унифицированного вида представления данных. Переводчики могут применять его различные виды: от редактирования файлов обычным текстовым редактором до использования специализированного ПО. В основном этот выбор не зависит от самого локализатора: работать приходится с тем, что поддерживает движок продукта. Более того, не каждый инструмент локализации будет работать на устройстве локализатора из-за особенностей операционной системы.

Вторая проблема связана с тем, что **рабочее пространство ограничено**, особенно в случае пользовательского интерфейса с его меню, справкой, всплывающими окнами и другими элементами интерфейса. Оно перестаёт быть функциональным и подчиняется правилам дизайна продукта.

Игры часто используют поля для ввода, размер которых изменить не предоставляется возможным: данная информация находится в исходном коде. Русские статистически длиннее английских, а это означает, что локализаторы должны быть осторожны при соблюдении установленного выделенного пространства.

Это ограничение также может быть представлено в виде лимитов по времени: некоторые игровые движки не будут поддерживать локализованные файлы реплик, если они длиннее оригинальных по времени.

Так, в игре Portal в начале игры локализованные реплики главного антагониста – ИИ GLaDOS – были значительно длиннее оригинальных, из-за чего происходит рассинхронизация игровых событий с голосовой дорожкой, из-за чего теряется комический эффект. Такая локализация является некачественной, потому что озвучка не только не сохраняет тон оригинального повествования, но и порождает ошибки в ходе игры.

Чтобы справиться с разницей в длине слов, локализаторам приходится находить более короткие (или длинные) эквиваленты для синхронизации движения губ и длины субтитров (данный процесс называется “lipsync” – синхронизация губ), что часто сопровождается потерей или искажением изначального смысла. Например, текстовая строка одной из кнопок интерфейса программы Steam иллюстрирует разницу длин между русским и английскими синтаксическими конструкциями:

Check for Video Driver Updates...	Проверить наличие обновлений графического драйвера...
-----------------------------------	---

Третья проблема заключается в **переводе терминологии и неологизмов**. Ключевая терминология должна быть унифицирована, чтобы игра, приложение или сайт был согласован внутренне и с последующими продуктами из этой серии (например, в виде продолжения игры). Для этого большинство групп локализаторов используют сервисы Translation Memory (TM), которые составляют глоссарии. Переводчики используют их, чтобы не допускать разнородных вариантов перевода одних и тех же слов.

Четвёртая, главная особенность локализации цифровых продуктов, особенность состоит в том, что **результат вывода может являться динамичным**, т.е. включать в разных частях строки специальные маркеры для вставки других данных. Компьютер использует специальные шаблоны, которые определяют, какие части текста всегда будут неизменны, а какие следует изменить или вовсе опустить при выводе результата.

Таким образом, подлежащие локализации строки содержат информацию не только для конечного пользователя, но и для самого компьютера: как образовывать множественные числа слов, какие цифры необходимо подставить в строку, и т.д.

Внедрение программного кода, метаданных и переменных непосредственно в подлежащие локализации текстовые строки (также известных как «теги») накладывает дополнительные обязательства на локализатора: если нарушить синтаксис вспомогательного кода, то в лучшем случае строка отобразится неправильно (и информацию не поймёт пользователь), а в худшем – приведёт к ошибкам во всём продукте (из-за чего информацию не поймёт компьютер и не станет отображать её вовсе).

Переводчику нужно уметь отделить полезную нагрузку от вспомогательной информации, а при необходимости – уметь её трансформировать.

Последняя, пятая особенность состоит в том, что в некоторых случаях **локализация не будет возможна из-за особенностей языка локализации**, т.е. не по вине локализатора или неправильного синтаксиса. Игра, программа или сайт не будут способны отобразить локализованный контент из-за того, что компания или разработчик не соблюдали принцип интернационализации.

Такой недостаток невозможно исправить на стадии локализации. Чтобы устранить ограничения, коренным образом влияющие на процесс локализации, задействуют работу программистов и разработчиков. Например, вводится **псевдолокализация** – метод интернационализации ПО, при котором вместо перевода текста программного обеспечения на иностранный язык текстовые элементы приложения, игры или сайта заменяются видоизменённой версией исходного языка.

Account Settings	[!!! Àççôûñŧ Šëţŧîñğš !!!]
------------------	----------------------------

Пример псевдолокализованного элемента меню. В полученной строке присутствуют акценты (диакритики) и символы пунктуации.

Эти изменения делают исходные слова менее читабельными и включают в себя наиболее проблемные знаки языков мира, различную длину текста, и направление письма.

Псевдолокализация является общепринятой мерой интернационализации, предназначенной для определения распространённых типов ошибок ещё в начале цикла разработки (до самого процесса локализации) путем механической замены всех локализуемых элементов специальным псевдоязыком, который свободно распознаётся носителями

исходного языка, но при этом содержит большинство “проблемных” элементов из других языков.

Хотя псевдолокализация является инструментом разработки, а не инструментом локализации, произвести без неё полноценный процесс локализации невозможно [47].

Чтобы удостовериться в качестве и правильности перевода с вспомогательной информацией часто прибегают к работе в команде редакторов, супервизоров и программистов. Таким образом, локализация становится командной работой, так как одной задачи переводчика становится недостаточно.

Способы локализации

Ключевые стратегии, которые могут использоваться для большинства цифровых продуктов, были описаны Альберто Фернандес Косталесом [22, с. 385-408]. Они зависят от характера культуры языка, социокультурного контекста принимающей страны, а также от сроков и цели нового продукта. Этими стратегиями являются:

Нулевой перевод, т.е. перевод без изменения изначального текста. Эта техника может быть полезна при переводе специфической терминологии, а также терминологии, эквивалент которой найти не представляется возможным. Например названия комбо, статусных эффектов и движений в Dota 2, персонажей, оружия, транспортных средств, локаций, предметов и сами названия игр также не переводятся:

<p><u>Aphotic Shield</u> summons dark energies around an ally unit, creating a shield that absorbs a set amount of damage before expiring.</p>	<p><u>Aphotic Shield</u> окружает союзника щитом из тёмной энергии, который поглощает некоторое количество урона.</p>
--	---

Вторая стратегия, **транскреация**, требует не только непосредственный процесс перевода, но и творческий подход, из-за чего добавляются или изменяются названия внутриигровых элементов. Это перевод, который нарушает баланс в сторону целевой аудитории, но в то же время не изменяет геймплей. Переводчик может найти целесообразным применить такой способ, чтобы приблизить игровой процесс к игрокам.

Транскреация требует использование различных переводческих трансформаций, таких как модуляция, лексически и грамматические перестановки. Данный метод часто приводит к появлению новой терминологии, особенно в тех случаях, когда переводчик работает с неродственными языками (например, английский и русский):

<p>This next test involves <u>discouragement redirection cubes</u>. I'd just finished building them before you had your, well, episode. So now we'll both get to see how they work.</p>	<p>Следующее испытание связано с <u>кубами преломления подавленности</u>. Я сконструировала их буквально накануне твоего... эпизода. Теперь мы сможем посмотреть, как они работают.</p>
---	---

В Portal 2 некоторые игровые элементы были переведены российскими переводчиками с творческим подходом. Данный пример иллюстрирует технику транскреации, используемую для перевода ключевых игровых механик.

Дословный вариант «кубы перенаправления уныния» не звучит естественно для носителей русского языка, поэтому команда локализации выбрала новый вариант в качестве функционального эквивалента, который точно передает коммуникативную цель строки – кубы преломляют смертоносные лазеры, которые отталкивают игрока от себя.

Дословный перевод применяется при переводе игр спортивного жанра, гоночных игр, аркад и таких симуляторов, в которых есть технические термины. Поскольку тематическое содержание может варьироваться от простого, как в аркадах, до очень сложного, как в спортивных и военных симуляторах, от переводчика потребуются специальные знания, относящиеся к конкретному жанру, предмету или области.

Э.А. Дмитриева отмечает, что дословный перевод следует отделять от «буквализма» – переводческого приёма, при котором всегда сохраняется порядок слов и стиль оригинала, даже если перевод будет звучать неестественно. Дословный перевод допускает использование различных переводческих трансформаций, если при этом сохраняется широкое значение слова [5, с. 14]:

<p>The Enrichment Center reminds you that although circumstances may appear bleak, you are not alone. All Aperture Science <u>personality constructs</u> will remain functional in apocalyptic, low power environments of as few as 1.1 volts.</p>	<p>Центр развития напоминает, что, хотя ситуация может казаться безрадостной, вы не одиноки. <u>Личностные конструкции</u> Лаборатории продолжают работать и в пост-апокалиптических условиях.</p>
--	--

Последняя, **компенсационная стратегия** предполагает частичное (или полное) перефразирования и обычно используется при работе с особым

юмором, акцентами, игрой слов и каламбурами. Переводчик вводит новые функциональные эквиваленты, позволяющие компенсировать потерю смысла при помощи описательного перевода.

А.Т. Анисимова утверждает, что категории «правильного» и «неправильного» перевода в данном случае неуместны, так как перед переводчиком стоит задача передать тональность и эмоциональность оригинала [1, с. 85]. В языке локализации обязательно найдутся такие лексические единицы, которые способны полностью передать оттенки оригинального значения без искажения смысла. В данном случае стратегия – это компромисс между оригинальной и целевой культурой:

You have just passed through an Aperture Science Material Emancipation Grill.	Вы пересекли поле анти-экспроприации, которое при контакте испепеляет любое неразрешенное оборудование.
---	---

Вывод по главе 1

Проходит активное развитие и кооперация локализаторов и людей с техническим образованием в части плодотворной работы над адаптацией игр в РФ. Что касается программного обеспечения и сайтов, до сих пор этому не уделяется достаточно внимания и многие процессы по локализации и русификации недостаточно освещены в лингвистической литературе. Хотелось бы подчеркнуть, что до сих пор используются автоматизированные «русификаторы» и «локализаторы», которые не проверяются и не анализируются, что приводит к плохому качеству продукта.

Существует четыре основные стратегии, которые могут быть использованы в процессе локализации цифровых продуктов. Для проведения успешной локализации одних переводческих знаний недостаточно: для достижения наилучшего результата локализатор не только не должен искажать оригинал, но и применять своё собственное воображение, чтобы передать опыт и ощущения от использования продукта на оригинальном языке.

На локализатора накладываются дополнительные обязанности, такие как соблюдение синтаксиса разметки тегов, дополнительных метаданных, а также ограничений рабочего пространства.

В свою очередь, самому локализатору должны быть предоставлены соответствующие технические возможности: специализированное ПО, оригинальный материал с контекстуальной информацией (при её наличии). Архитектуру цифрового продукта необходимо заранее подготовить: внедрить в него методы интернационализации, что требует значительных усилий от его

Глава 2. Ошибки локализации видеоигр

2.1. Переводческие ошибки в The Last of us

Нами рассматривались и были проанализированы тексты компьютерных игр, общее число проанализированных диалогов: 300. В этой главе были приведены примеры грубых ошибок при локализации, повлиявшие на раскрытие персонажей и сюжетную линию. (См. Приложение 1)

В России одноименная видеоигра The Last of Us, издаётся под названием «Одни из нас». Это — компьютерная игра в жанре adventure, выпущенная в

2013 году. Игра разрабатывалась компанией Naughty Dog, и издавалась компанией Sony Computer Entertainment эксклюзивно для игровой консоли PlayStation 3.

Джоэл и Элли являются главными героями картины:

- Джоэл - коренастый мужчина в возрасте около сорока лет. Он потерял свою дочь в первые часы распространения инфекции и уже более 10 лет пытается выжить в этом мире, грабя, занимаясь контрабандой и вымогательством.
- Элли – четырнадцатилетняя сирота, появившаяся на свет после случившегося.

Рассказав о сюжетной линии и кратком содержании этой картины, переходим к анализу ошибок, обнаруженных при рассмотрении русскоязычной локализации. Хочется отметить важность этих ошибок, ведь их наличие влияет на восприятие игрового процесса.

Оригинал	Локализация	Любительский перевод
Joel: Be careful.	Джоэл: Осторожно	Джоэл: Будь осторожна.
Tess: What if I am not?	Тесс: Ну ясное дело.	Тесс: А что, если нет?
Joel: That's trick question?	Джоэл: Вопрос с подвохом?	Джоэл: Вопрос с подвохом?

На наш взгляд, переведенная фраза «Ну ясное дело» нарушает смысл высказывания. В оригинальном озвучении Тесс заигрывает с Джоэлом, вызывая его отвечая на его предостережение. Диалог имел кокетливый настрой, но локализаторы русскоязычной версии перевели его нейтрально, из-

за чего настроение диалога изменилось. Сам же ответ Джоэла никак не согласуется с репликой Тесс. В любительском же переводе раскрываются характеры героев и их взаимоотношения.

Joel: It's over, get down!	Джоэл: Всё, спускайтесь!	Джоэл: Всё, спускайся!
----------------------------	--------------------------	------------------------

Комментарий

Нами были обнаружены смысловые и грамматические ошибки. Джоэл говорит свою реплику не нескольким, а одному человеку. Возможно, причиной грамматической ошибки было отсутствие контекста в кейсе переводчика.

Контекст

Девочка попадает в комнату, забитую мертвыми людьми.

Ellie: Erm...there's some pretty ugly stuff here...	Элли: Здесь столько всего интересного! (бодрым голосом)	Элли: Эмм...Здесь довольно мерзко...
---	---	--------------------------------------

Комментарий

Ясно видна смысловая ошибка, допущенная при локализации. Из сопровождающего видеоряда видно, что героиня не рада, она испытывает отвращение. Можно сказать, что локализаторам хотелось добавить сарказма, но результатом стало изменение характера персонажа.

Контекст

Элли грустно и молча, смотрит сквозь решетки на своего приятеля.

Ellie: ...	О, ясно...	----
------------	------------	------

Изменения, вносимые в текст, непозволительны, это работа сценаристов игры.

2.2 Переводческие ошибки в *Uncharted: Drake's Fortune*

Uncharted: Drake's Fortune — видео игра, выпущенная эксклюзивно для игровой консоли Sony PlayStation 3 от Sony Computer Entertainment, жанр игры приключенческий боевик от третьего лица. Игра разрабатывалась американской компанией Naughty Dog.

Переиздание игры *Uncharted: Drake's Fortune*, вышедшее 7 октября 2015 года, является частью линейки игр *Uncharted: The Nathan Drake Collection*, включающую вторую и третью части.

Первый выход игры на рынок был в далеком 2007 году. Русскоязычную локализацию она получила лишь с переизданием. Соответственно локализаторы игры были в выигрышной позиции, имея доступ абсолютный доступ к игре. В нашей работе это единственная игра, в которой отсутствуют логические ошибки, кроме одной.

Контекст

Главный герой и его спутница пытаются открыть ворота.

Elena Fisher: I'll hold	Елена Фишер: Давай, я	Елена Фишер: Я подержу,
-------------------------	-----------------------	-------------------------

that while you brace the gate open.	подержу, пока ты не откроешь ворота.	пока ты не подопрешь ворота.
-------------------------------------	--------------------------------------	------------------------------

Комментарий

Логическая ошибка, описанная выше, не искажает суть, но искажает смысл происходящего. Однако видеоряд всё же дает нам понять, что предложение было переведено неверно

Контекст

Нейтан Дрейк идет по хлипким деревянным мостикам.

Nathan Drake: Oh, that's look safe.	Нейтан Дрейк: Хех, ну и конструкция.	Нейтан Дрейк: Выглядит надежно.
-------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------

В русскоязычной версии локализаторы не обратили внимания на саркастичный характер Дрейка. Говоря о главных ошибках локализации этой игры. Локализаторы не уделяли должного внимания деталям и характерам персонажей, из-за чего русскоязычное игровое сообщество лишилось многих интересных и раскрывающих персонажей реплик.

Контекст

Нейтан Дрейк нашел останки своего предка, сорвал со своей шеи кольцо и решил сдать

Elena Fisher: Nath, are you ready to get moving?	Елена Фишер: Нейт, надо уходить, ты готов?	Елена Фишер: Нейт, ты готов выдвигаться?
Nathan Drake: Yeah...More than ever.	Нейтан Дрейк: Да..., конечно, готов...	Нейтан Дрейк: Да...больше, чем когда-либо.

Комментарий

Атмосфера в этой сцене пропитана отчаянием. В оригинальном озвучении фраза «more than ever» главным образом подчеркивала эмоции главного героя. «Конечно, готов» не имеет аналогичной эмоциональной окраски.

Как и говорилось ранее, в игре присутствует вольный перевод, в частности, в комических моментах.

Контекст

Салли срывает покров с сокровищ и показывает их Нейтану и Елене.

Victor Sullivan: Borrow it from couple of pirates who were too dead to object!	Виктор Салливан: Позаимствовал это добро у парочки мертвых пиратов!	Виктор Салливан: Позаимствовал это добро у парочки пиратов, которые были слишком мертвы, чтобы возразить.
--	---	---

<p>Nathan Drake: Whatever that means.</p>	<p>Нейтан Дрейк: Ну хорошо, только чтобы сидела тихо!</p> <p>Елена Фишер: ...</p> <p>Нейтан Дрейк: Считаю убедила.</p>	<p>-----</p>
---	--	--------------

Подобных вольностей в игре мало, но они не влияют на раскрытие персонажа и сюжетную линию. Группы локализаторов, работая над дубляжом, проделали огромный труд. Все реплики произносились с идеальной интонацией и манерой речи, подобно оригиналу. Это важно, ведь качество художественных образов главных персонажей не изменилось.

Но и в этой локализации были допущены неточности. Салли называет Нейта «kid», из-за видимой разницы в их возрасте. Локализаторы русскоязычной версии решили не пользоваться словом «малой», вместо этого они либо использовали слово «парень», либо вообще опускали обращение.

Локализация первой части игры из серии Uncharted проделана профессионально и с уважением к оригиналу, однако, в оригинальной версии мы видим больше деталей.

2.3. Переводческие ошибки в Uncharted 2: Among Thieves

Итак, вторая часть из серии игр Uncharted от студии Naughty Dog. Завязка сюжета данной игры такова. После того, как охотник за головами Натан Дрейк находит древнюю реликвию на одном из кораблей Марко Поло, он отправляется на Гималаи, на поиски легендарного камня Чинтамани.

Однако в погоне за этим ценным артефактом он сталкивается с жестокими наемниками. Натану и его друзьям предстоит раскрыть одну из самых мрачных тайн в истории человечества.

По нашему мнению и мнению многих игровых пользователей локализаторы данной игры не справились с передачей смысла. В связи с этим утверждением рассмотрим ряд примеров, взятых из игры.

Контекст

Нейтан вместе с Гарри Флинном видят двух стражников музея, и происходит этот диалог.

Nathan Drake: Crap!	Нейтан Дрейк: Черт!	Нейтан Дрейк: Черт!
Harry Flynn: I've got the other one!	Гарри Флинн: Второй готов.	Гарри Флинн: Другого беру на себя.

Комментарий

Семантика фразы «I've got the other one» несколько иная, нежели представленная в официальном переводе.

Контекст

Нейтан и Хлоя исследуют руины древнего храма

Nathan Drake: It's a little bit of a drop.	Нейтан Дрейк: Придется спрыгнуть.	Нейтан Дрейк: Здесь небольшой спуск.
Chloe Frazer: All right, I'm comin'...	Хлоя Фрейзер: Ладно, иду...	Хлоя Фрейзер: Ладно, иду...
Chloe drops down from the rocks.	Хлоя спрыгивает вниз.	Хлоя спрыгивает вниз.
Chloe Frazer: Little drop?	Хлоя: Тут невысоко. (без каких-либо эмоций)	Хлоя Фрейзер: Небольшой спуск? (сарказм в голосе)
Nathan Drake: Yeah, maybe I underestimated.	Нейтан Дрейк: Пожалуй, я недооценил высоту.	Нейтан Дрейк: Эм, ну, возможно, я... недооценил высоту.

Комментарий

Локализаторы позволили вольность в переводе, лишив пользователей комичного момента.

Контекст

Дверь закрывается за спинами Нейтана и Елены, несколько солдат открывают по ним огонь на поражение

Elena Fisher: What?	Елена Фишер: Что?!	Елена Фишер: Что
Nathan Drake: Ah, crap. Get down!	Нейтан Дрейк: Вот черт...Слезай.	Нейтан Дрейк: Вот черт...Пригнись!

Комментарий

На наш взгляд, локализаторы не правильно подобрали одну из вариаций перевода данного фразового глагола. В игре Елена стояла рядом с Натаном, поэтому и слезать ей было не откуда.

Chloe Frazer: Jeff and Elena in trouble. That's a shock!	Хлоя Фразер: Елена и Джеф влипли, как всегда.	Хлоя Фразер: Джеф и Елена влипли. Как удивительно!
--	---	--

Комментарий

Локализаторы перевели «That's a shock!», как «Как всегда». Группа локализаторов не учла тот факт, что Елена и Хлоя только что познакомились. Отсюда следует, что «как всегда» звучит неуместно и глупо. Стоит также заметить, что локализаторы подчеркнули имя Елены, а не Джефа, хотя вместе они уже попадали в истории.

Выводы по главе 2

В ходе проведённых исследований было выявлено, что, не смотря на профессионализм группы локализаторов, они допускают большое число ошибок при работе с текстом. Некачественный перевод в значительной степени усложняет игровой процесс. И это очень важный фактор для любой игровой компании, так как проблемы с прохождением игры могут привести к нежеланию проходить игру вообще. Однако необходимость в профессиональной локализации, подчеркивает её потенциал и творческий процесс.

По итогам исследования нами были сформулированы рекомендаций, направленных на повышение качества переводов видеоигр при работе с локализацией:

1. В некоторых играх имеет место юмор, который желательно передать в переводе;

2. Перед переводом необходимо изучить лор (сюжетные линии);
3. Учитывать специфические особенности каждого персонажа;
4. Всегда нужно добиваться полного понимания исходной фразы и думать о том, как она встраивается в общий контекст;
5. Нужно помнить о технической стороне процесса, кратко описанной в первой главе.

Заключение

Локализация сайтов, приложений и игр является относительно новым направлением, поэтому оно подвержено ошибкам, неточностям, а также осложняется отсутствием единого подхода локализации в силу разнородности использованного стека технологий в каждом уникальном сайте. Она охватывает многие области – экономику, политику, лингвистику и основы программирования. Для успешной локализации требуются некоторые технические навыки и знания, чтобы уметь работать и видоизменять предоставляемый материал.

Для создания гибкого цифрового продукта, способного конкурировать со схожими на любых рынках, компаниям приходится задействовать множество команд, состоящих из программистов, редакторов и локализаторов.

В процессе изучения теории и выполнения практической работы мы проанализировали локализацию как лингвистическую дисциплину, её нынешнюю ситуацию на рынке цифровых продуктов, а также рассмотрели способы и особенности при локализации цифровых продуктов. Мы пришли к следующим выводам:

- В связи с развитием рынка игр, а также программного обеспечения, увеличивается спрос на иностранную продукцию, что требует качественной локализации, которая удовлетворит потребности современных пользователей. Нами были проанализированы работы Михайлова Е., Молчанова Е., Кушниной Л.В., Дрожжих А.В. и других ученых лингвистов, изучавших локализацию. В связи с чем мы пришли к выводу, что на данный момент теория не в полной мере обоснована, поэтому наше исследование является хорошим материалом для более детального изучения данной проблемы;

- Довольно часто локализацию сводят к простому переводу, что является в корне неверным. Поскольку локализация подразумевает не только перевод, но также адаптацию сайта, игры или социальной сети к национально-культурным особенностям страны. Необходимо уметь различать перевод и локализацию;
- Из анализа теоретических и практических материалов мы вывели значимость точного перевода компьютерной лексики. Достоверность при переводе компьютерных терминов – одна из главных задач, стоящих перед локализатором. В основном термины передаются при помощи калькирования, транскрибирования или описательного перевода;
- Существует проблема в соблюдении единообразия при локализации продукта. Во время анализа локализованных сайтов и игр, мы столкнулись с большой вариативностью терминологии. Следует помнить, что некоторые словоформы уже имеют устоявшиеся лексические единицы в конечном языке;
- При локализации продукта недостаточно усилий одних переводчиков. В английском и русском языках существуют различия, что означает изменения не только самого текста, но и кода, реорганизации архитектуры, изображений и прочих элементов под различные сценарии отображения. В связи с этим необходимо наладить тесный контакт с техническими специалистами и проводить консультации на каждом этапе цикла локализации;
- При локализации веб-сайтов, игр и приложений следует также выполнять перевод руководства программы и справочных материалов. В этом случае главной задачей является сохранение лексики, использованной в интерфейсе;
- Ключевыми стратегиями при локализации цифровых продуктов являются: нулевой перевод, транскреация, дословный перевод, а также

компенсационная стратегия. Последний вид является наиболее продуктивным при локализации игр;

- Использование машинного перевода на данный момент не является действенной альтернативой, так как грамотность автоматического перевода до сих пор остается на достаточно низком уровне.

Материалами нашего исследования послужили файлы русскоязычной локали интерфейса социальной сети Mastodon, веб-портала Microsoft SharePoint Portal Server, а также тексты игр The Last of Us, Uncharted: Drake`s Fortune и Uncharted 2: Among Thieves.

На основании всего вышеизложенного мы можем сделать вывод, что актуальность и польза данной работы состоит в уникальном анализе проблем, возникающих при локализации цифровых продуктов. Нами были систематизированы основные неточности, а также выделены удачные решения переводчиков. Мы предоставили альтернативные способы решения представленных в практической части ошибок.

Из этого следует, что локализатор должен уметь производить не только лексические, синтаксические и грамматические трансформации, но также творчески подходить к специфическим культурным особенностям конечного пользователя.

Библиография

1. Esselink В. A Practical Guide to Localization / В. Esselink. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2000. – 488 р.
2. 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]
3. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2010/article/2010000776>
4. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D0%BD%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%BE%D0%B1%D0%B5%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F
5. Фищенко Л.Г. Структура рекламного текста: учебно-практическое пособие. - СПб: Петербургский институт печати, 2003. – 232с.
6. Якунина В. Г., Шевченко Е. В. Лингвоиндустрия: Локализация и перевод 2017, с. 17 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvoindustriya-lokalizatsiya-i-perevod/viewer>
7. Маркина Н.С., Лапшина М. С., Алексеева Е. С. Глобализация; локальный подход к глобальной задаче // Вестник МГЛУ. - 2011. - №612.

8. Масленникова Е.М. Художественный перевод: когнитивная матрица и лингвистическая (не)равноценность 2014, с. 157
9. Эко У. Сказать почти то же самое. Опыты о переводе. М.: Акт, 2015. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://e-libra.ru/read/367142-skazat-pochti-to-zhe-samoe-opyty-o-perevode.html>
10. J Jakobson, R. On Linguistic Aspects of Translation / R. Jakobson // Venuti L. (ed.) The Translation Studies Reader – L.; N.Y.: Routledge, 2000. – p. 113-118
11. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник. - М. : КНОРУС, 2009 0 672 с.
12. O'Hagan, M., Mangiron C, Games Localization: When Arigato Gets Lost in Translation / M. O'Hagan, C. Mangiron – Proceedings: New Zealand Game Developers Conference Proceedings, 2004. – p. 57-62.
13. O'Hagan, M. Video Games as a New Domain for Translation Research: From Translating Text to Translating Experience / M. O'Hagan // Tradumàtica: traducció i tecnologies de la informació i la comunicació. – 2007. – №5. – p. 1-7.
14. Pym Anthony/ Exploring Translation Series. - London and New York: Routledge, 2010. - P. 120-142
15. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=2Nhkv2s7-XE&list=PL6luDL1wpAFozWvX3-w5YdUnRLnGgN7Vg&index=8&t=0s>
16. Медведева Е.В. Рекламный текст как переводческая проблема // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. - 2003. - №4 - С.23-42
17. Батюкова Н.А. Многоязычная локализация в современном виртуальном пространстве // Образовательные технологии в виртуальном

- лингвокоммуникативном пространстве: IV Международная Виртуальная научнопрактическая конференция по русистике, литературе и культуре: Сборник научных докладов. США, Вермонт, Мидлбери колледж и др. Ер.: Лимуш, 2011. 244 с. С. 42-45
18. 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]
19. Русское бюро переводов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://rusburo.ru/lokalizatsiya-saytov-portalov-pochti/> [Дата обращения: 27.01.2017]
20. Мосин М. Вспоминаем тех, благодаря кому у нас были компьютерные игры на русском языке. Игровые девяностые. Режим доступа: <http://xakep.ru/2015/01/14/old-translators/>
21. Муравьёва Д.Д., Яренчук Е.Э. Локализация и перевод. К вопросу локализации компьютерных игр // Перевод и межкультурная коммуникация: теория и практика. 2018. № 5. С. 32-37.
22. Лукина М. С. Компьютерная лексика в интернет пространстве русского и французского языков // Вестник челгу. 2013. №35 (326) С.79-84.
23. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: автореф. дисс. ... докт. филол. Наук. Волгоград, 2009. С. 10-11.
24. Сафронова А.П. Этико-правовые аспекты перевода компьютерных игр // Научный альманах. 2017. №4-2(30). С. 304

25. Тихонов В.В. Языковая локализация как проблема перевода видеоигр // Сборник статей Международной практической конференции. 2017
26. Быкова И.А. Межкультурная коммуникация: сопоставительное исследование когнитивно-культурных факторов перевода // Вестник РУДН. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2013. №2 С.79-85.
27. Мерлян С. Е. Локализация как разновидность переводческой деятельности; науч. рук. С. А. Песоцкая // Коммуникативные аспекты языка и культуры: сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых, г. Томск, 21-23 мая 2014 г. : в 3 ч. - Томск : Изд-во ТПУ, 2014. Ч. 1. С. 241-247.
28. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ict.moscow/presentation/lingvisticheskoe-i-kosmeticheskoe-testirovanie-programm-laboratorii-kasperskogo/>;
29. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Computer_Russification;
30. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=mI41kVq9h3o>;
31. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/id/5a3211a177d0e6afcba2adfd/rusifikaciia-windows-server-2016-gde-vziat-russkii-language-pack-dlia-angliiskoi-versii-5b08f273256d5c417a61b251>);
32. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://optics.sinp.msu.ru/fnn/russ.html>;
33. Жабина Л.В. О переводе названий компьютерных игр (на материале английского и русского языков) // Язык и культура (Новосибирск). 2015. №19. с. 77;

- 34.[Электронный ресурс] Режим доступа:
<https://aws.amazon.com/ru/translate/>;
- 35.Сухарева Е.Е., Шурлина О.В. Анализ качества перевода и локализации интернет-представительств компаний // Вестник ВГУ. 2016. с. 85;
- 36.Назарова И.П. Машинный перевод иноязычного текста и ошибки, возникающие в процессе перевода // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. 2012. с.2;
- 37.[Электронный ресурс] Режим доступа: <https://docplayer.ru/29983912-Microsoft-sharepoint-ocenochnoe-rukovodstvo-dlya-tehnicheskikh-direktorov-i-lic-otvetstvennyh-za-prinyatie-delovyh-resheniy.html>
- 38.Зинкевич О.В. Локализация как процесс лингвистической трансформации структуры и содержания динамического текста // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2008. с. 3;
- 39.[Электронный ресурс] Режим доступа:
<https://apptractor.ru/info/articles/chto-takoe-lokalizatsiya-i-chem-ona-otlichaetsya-ot-perevoda.html>
- 40.[Электронный ресурс] Режим доступа:
https://en.wikipedia.org/wiki/Internationalization_and_localization
- 41.[Электронный ресурс] Режим доступа:
https://en.wikipedia.org/wiki/Complex_text_layout
- 42.[Электронный ресурс] Режим доступа:
https://en.wikipedia.org/wiki/Internationalization_and_localization
- 43.[Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ru.smartcat.ai/blog/cat-tools-programma-dlya-perevodchikov/>
- 44.[Электронный ресурс] Режим доступа: <https://medium.com/@guerrix/info-plist-localization-ad5daaea732a>

- 45.[Электронный ресурс] Режим доступа:
<https://lokalise.com/blog/spreadsheets-localization/>
- 46.[Электронный ресурс] Режим доступа:
<https://en.wikipedia.org/wiki/Pseudolocalization>
47. Costales A. F. Exploring Translation Strategies in Video Game Localization /
A. F. Costales // Monographs in Translation and Interpreting. – 2012. – №4. –
p. 385-408.
48. Дмитриева Э.А., Ткаченко В.В. Дословный перевод как дополнительный
инструмент при обучении письменному переводу // БГУ, 2015. с. 14.
49. Анисимова А.Т. Феномен компьютерной игры в переводческом
дискурсе. // Южный институт менеджмента, Краснодар, 2018. с. 85.
50. Andras Kornai - Mathematical Linguistics - Springer Science & Business
Media Nov 10, 2007 с. 17-42

Приложение 1. Примеры для практического анализа

Victor Sullivan: See you in hell!	Виктор Салливан: Увидимся в аду!	Виктор Салливан: Увидимся в аду!
Nathan Drake: Oh, crap!	Нейтан Дрейк: Поберегись!	Нейтан Дрейк: Вот, чёрт!

Оригинал	Локализация	Любительский перевод
Joel: Be careful.	Джоэл: Осторожно	Джоэл: Будь осторожна.
Tess: What if I am not?	Тесс: Ну ясное дело.	Тесс: А что, если нет?
Joel: That's trick question?	Джоэл: Вопрос с подвохом?	Джоэл: Вопрос с подвохом?
Joel: It's over, get down!	Джоэл: Всё, спускайтесь!	Джоэл: Всё, спускайся!
Ellie: Erm...there's some pretty ugly stuff here...	Элли: Здесь столько всего интересного! (бодрым голосом)	Элли: Эмм...Здесь довольно мерзко...

Ellie: ...	О, ясно...	----
Marlene: He was a good man.	Марлин: Он был мне другом.	Марлин: Он был хорошим солдатом.
<p>Ellie: You know what? No! How about “Hey, Elly, I know it wasn’t easy but it was either him or me? Thanks for saving my ass? You’ve got anything like that for me, Joel?”</p> <p>Возвращение к этой теме в следующей кат-сцене:</p> <p>Joel: Just so we are clear about back there. It was either him or me.</p> <p>Ellie: You’re welcome.</p>	<p>Элли: Знаешь, что, Джоэл? Сказал бы «Эйли тебе нелегко, но ты справилась. Ты спасла мне жизнь. Нежели это так трудно, Джоэл?»</p> <p>Возвращение к этой теме в следующей кат-сцене:</p> <p>Джоэл: И знаешь насчет того раза, спасибо, что спасла мне жизнь.</p> <p>Элли: На здоровье.</p>	<p>Элли: Знаешь, что, Джоэл? Сказал бы «Эйли, знаю, тебе пришлось нелегко, но ты справилась. Ты спасла мою задницу. Нежели это так трудно, Джоэл?»</p> <p>Возвращение к этой теме в следующей кат-сцене:</p> <p>Джоэл: Давай просто проясним по поводу той ситуации. Либо его, либо меня.</p> <p>Элли: На здоровье.</p>
Elena Fisher: I’ll hold that while you brace the gate open.	Елена Фишер: Давай, я подержу, пока ты не откроешь ворота.	Елена Фишер: Я подержу, пока ты не подопрешь ворота.

Elena Fisher: I thought you might miss this.	Елена Фишер: Вот, подумала тебе пригодится.	Елена Фишер: Подумала, тебе будет его не хватать.
Main Operating Base: Alright, give us a call if you find anything.	Операционная база: Ладно, если что понадобится – дай нам знать.	---
Nathan Drake: Oh, that's look safe.	Нейтан Дрейк: Хех, ну и конструкция.	Нейтан Дрейк: Выглядит надежно.
Victor Sullivan: Well, isn't it a beautiful, unbeaten Helen Fisher! Elena Fisher: Flattery will get you screen time.	Виктор Салливан: О, да это же прекрасная, непревзойденная Елена Фишер. Елена Фишер: Получите минуту славы.	Виктор Салливан: Так это же прекрасная и непревзойденная Елена Фишер. Елена Фишер: Лесть обеспечит вам эфирное время.
Elena Fisher: Nath, are you ready to get moving? Nathan Drake: Yeah...More than ever.	Елена Фишер: Нейт, надо уходить, ты готов? Нейтан Дрейк: Да..., конечно, готов...	Елена Фишер: Нейт, ты готов выдвигаться? Нейтан Дрейк: Да...больше, чем когда-либо.

<p>Victor Sullivan: Borrow it from couple of pirates who were too dead to object!</p>	<p>Виктор Салливан: Позаимствовал это добро у парочки мертвых пиратов!</p>	<p>Виктор Салливан: Позаимствовал это добро у парочки пиратов, которые были слишком мертвы, чтобы возразить.</p>
<p>Nathan Drake: Whatever that means.</p>	<p>Нейтан Дрейк: Ну хорошо, только чтобы сидела тихо!</p> <p>Елена Фишер: ...</p> <p>Нейтан Дрейк: Считаю убедила.</p>	<p>-----</p>
<p>Nathan Drake: Crap!</p> <p>Harry Flynn: I've got the other one!</p>	<p>Нейтан Дрейк: Черт!</p> <p>Гарри Флинн: Второй готов.</p>	<p>Нейтан Дрейк: Черт!</p> <p>Гарри Флинн: Другого беру на себя.</p>
	<p>Нейтан Дрейк: Один готов, эй, не тронь кнопку.</p> <p>Виктор Салливан: Этот?</p>	

<p>Nathan Drake: It's a little bit of a drop.</p> <p>Chloe Frazer: All right, I'm comin'...</p> <p>Chloe drops down from the rocks.</p> <p>Chloe Frazer: Little drop?</p> <p>Nathan Drake: Yeah, maybe I underestimated.</p>	<p>Нейтан Дрейк: Придется прыгнуть.</p> <p>Хлоя Фрейзер: Ладно, иду...</p> <p>Хлоя прыгивает вниз.</p> <p>Хлоя: Тут невысоко. (без каких-либо эмоций)</p> <p>Нейтан Дрейк: Пожалуй, я недооценил высоту.</p>	<p>Нейтан Дрейк: Здесь небольшой спуск.</p> <p>Хлоя Фрейзер: Ладно, иду...</p> <p>Хлоя прыгивает вниз.</p> <p>Хлоя Фрейзер: Небольшой спуск? (сарказм в голосе)</p> <p>Нейтан Дрейк: Эм, ну, возможно, я... недооценил высоту.</p>
<p>Elena Fisher: What?</p> <p>Nathan Drake: Ah, crap. Get down!</p>	<p>Елена Фишер: Что?!</p> <p>Нейтан Дрейк: Вот черт...Слезай.</p>	<p>Елена Фишер: Что</p> <p>Нейтан Дрейк: Вот черт...Пригнись!</p>
<p>Elena Fisher: Hang on!</p> <p>Nathan Drake: I am hanging, I am hanging!</p>	<p>Елена Фишер: Держись!</p> <p>Нейтан Дрейк: Я повис, повис!</p>	<p>Елена Фишер: Держись!</p> <p>Нейтан Дрейк: Да держусь я, держусь!</p>
<p>Chloe Frazer: Oh, it's all so beautiful.</p>	<p>Хлоя Фрейзер: Как здесь красиво.</p>	<p>Хлоя Фрейзер: Как здесь красиво.</p>

Nathan Drake: This place really must have been something back in the day.	Нейтан Дрейк: А ведь когда-то здесь было очень красиво...	Нейтан Дрейк: Должно быть, это место раньше было действительно невероятным.
Nathan Drake: You're right? Elena Fisher: Yeah!	Нейтан Дрейк: Ты как? Елена Фишер: Да!	Нейтан Дрейк: Ты в порядке? Елена Фишер: Да!
Chloe Frazer: Jeff and Elena in trouble. That's a shock!	Хлоя Фразер: Елена и Джеф влипли, как всегда.	Хлоя Фразер: Елена и Джеф влипли. Как удивительно!
Chloe Frazer: I couldn't sleep for days, when I saw that last time. (в прошлый раз)	Хлоя Фрейзер: Когда я это увидела, я потом ночами не спала.	Я ночами не спала, когда увидела такое в прошлый раз.
Victor Sullivan: See you in hell! Nathan Drake: Oh, crap!	Виктор Салливан: Увидимся в аду! Нейтан Дрейк: Поберегись!	Виктор Салливан: Увидимся в аду! Нейтан Дрейк: Вот, чёрт!
Nathan Drake: Can't reach this. Come on over here and I'll give you a boost.	Нейтан Дрейк: Им нас не достать, иди я тебя подсажу.	Нейтан Дрейк: Не могу достать. Иди сюда, я подсажу.

<p>Chloe: We've done it!</p> <p>Nathan: Oh, technically, I did it.</p>	<p>Хлоя: Получилось</p> <p>Нейтан: Можешь сказать мне спасибо.</p>	<p>Хлоя: Мы сделали это.</p> <p>Нейтан: Ну, вообще-то, я это сделал.</p>
<p>Elena: I sure hope you know what you're doing.</p> <p>Nathan: I don't have the faintest idea.</p>	<p>Елена: Надеюсь, ты знаешь, что делаешь</p> <p>Нейтан: Полагаюсь на авось.</p>	<p>Елена: Надеюсь, ты знаешь, что делаешь.</p> <p>Нейтан: Не имею ни малейшего понятия.</p>
<p>Elena: What?!</p> <p>Nathan: I'm getting on that train!</p> <p>Elena: What, are you crazy?!</p> <p>Nathan: Just get me close enough to jump.</p> <p>Elena: Guess that answers that question.</p>	<p>Елена: Что?</p> <p>Нейтан: Я запрыгну на этот поезд!</p> <p>Елена: Ты рехнулся?!</p> <p>Нейтан: Подвези к поезду, я запрыгну.</p> <p>Елена: Зачем только спрашивала?</p>	<p>Елена: Что?</p> <p>Нейтан: Я запрыгиваю на этот поезд!</p> <p>Елена: Ты что, рехнулся?!</p> <p>Нейтан: Просто подвези меня достаточно близко, чтобы прыгнуть.</p> <p>Елена: Вот и ответ на мой вопрос.</p>
<p>Chloe: What do you reckon, we're gonna have to climb that thing?</p> <p>Nathan: I reckon I'm</p>	<p>Хлоя Фрейзер: Думаешь, придется лезть на ту штуку?</p> <p>Нейтан: Похоже мне</p>	<p>Перевод правильный, но в озвучении фраза прозвучала пусто и несвязно</p>

<p>gonna have to climb that thing.</p>	<p>придется туда залезть. (без ударения на «мне»)</p>	
<p>Harry Flynn: There's a guy above you, there's a guy above you.</p> <p>Nathan pulls the guard off the roof.</p> <p>Harry Flynn: There's a guy below you, there's a guy below you.</p>	<p>Гарри: Над тобой охранник, там охранник.</p> <p>Нейтан скидывает охранника с крыши.</p> <p>Гарри: Там внизу охранник.</p>	<p>-----</p>
<p>Harry: ... one temple ...will reveal a -</p> <p>Nathan: ...pathway to Shambhala. Jesus, Flynn, while we're young.</p>	<p>Гарри: Храм...таит...в себе...42</p> <p>Нейтан: Дорогу в Шамбалу. Слушай Флин, я не узнаю тебя.</p>	<p>Гарри: Храм...укажет...путь...</p> <p>Нейтан: Путь в Шамбалу. Господи, Флинн, пока мы ещё не состарились.</p>

<p>Nathan points to temple.</p>	<p>Нейтан: О, вот он, вон смотри.</p>	<p>----</p>
<p>Nathan Drake: There it is.</p>	<p>Хлоя: Вот этот? Тот, что в клубах пыли и порохом дым?</p>	
<p>Chloe looks through the binoculars.</p>	<p>Нейтан: Повезло.</p>	
<p>Chloe Frazer: That's the one?</p>	<p>Хлоя: Нейт, там-то Лазаревич и засел. Нам лучше бы убраться отсюда как можно скорее.</p>	
<p>Nathan Drake: Yeah, it's gotta be.</p>	<p>Нейтан: Ну выбора нет, так?</p>	
<p>Chloe Frazer: The one in the middle of all the gunfire and explosions.</p>		
<p>Nathan Drake: Lucky us.</p>		
<p>Nathan looks through the binoculars again.</p>		
<p>Chloe Frazer: Nate, that's right where Lazarevic is camped. I was hoping we'd be</p>		

<p>headed in the opposite direction.</p> <p>Nathan Drake: Well, desperate times, right?</p>		
<p>Nathan Drake: Do it quietly...</p> <p>Chloe Frazer: Yeah.</p> <p>Nathan Drake: Are you sure about this?</p> <p>Chloe Frazer: 'Desperate times', right?</p> <p>Nathan Drake: What does that mean?</p>	<p>Нейтан: Без шума.</p> <p>Хлоя: Да.</p> <p>Нейтан: Может не стоит?</p> <p>Хлоя: Поиграем в войну?</p> <p>Нейтан: Ты что рехнулась?</p>	<p>----</p>

<p>Elena: So, you got a Plan 'B'?</p> <p>Nathan: I'm working on it.</p> <p>(...)</p> <p>Elena: So... you got a 'plan C'?</p>	<p>Елена: У тебя есть запасной план?</p> <p>Нейттан: Сейчас придумаю</p> <p>(...)</p> <p>Елена: Ну план «С» у тебя есть?</p>	<p>Вопрос про план «С» работает только тогда, когда был упомянут вопрос про план «В».</p> <p>Елена: Ну что, у тебя есть план «В»?</p> <p>Нейттан: Я работаю над этим.</p> <p>Елена: Ну что, у тебя есть план «С»?</p>
<p>Nathan: But the truth is, everything I touch turns to shit.</p> <p>Nathan stands up from the table.</p> <p>Elena: Nate...</p> <p>Nathan: No, Elena, I'm done.</p> <p>(...)</p> <p>Schäfer: Everything you touch does turn to shit. (coughs)</p>	<p>Нейттан: Меж тем все мои планы идут к черту.</p> <p>Елена: Нейт...</p> <p>Нейттан: Нет, Елена, хватит.</p> <p>(...)</p> <p>Карл Шефер: Всё вокруг тебя идет к черту.</p>	<p>Нейттан: На самом деле всё, к чему я прикасаюсь, превращается в дерьмо.</p> <p>Елена: Нейт...</p> <p>Нейттан: Нет, Елена, хватит.</p> <p>Шефер: Всё, к чему ты прикасаешься, и правда превращается в дерьмо.</p>

<p>Tenzin runs and jumps across the gap. Nathan reaches his arm out and grabs hold of Tenzin.</p> <p>Nathan: I got you.</p> <p>He pulls Tenzin up.</p> <p>Nathan: Ah, there you go. You owe me one, pal.</p> <p>(...)</p> <p>Tenzin grabs Nathan's hand and pulls him up.</p> <p>Nathan: Okay, we're even.</p>	<p>Нейтан: Ну вот с тебя причитается.</p> <p>(...)</p> <p>Нейтан: ...</p>	<p>Фразу Дрейка «Okay, we're even» полностью выкинули из игры.</p>
<p>Nathan: Yeah, yeah, yeah. 'The worthy pilgrim is granted a golden passport to conquer obstacles on his journey to Shambhala'. Hunh.</p> <p>(...)</p> <p>Nathan: In his journal - he wrote that the worthy</p>	<p>Нейтан: Достойный пилигрим легко обошел все препятствия на пути к Шамбале...</p> <p>(...)</p> <p>Нейтан: В книге он писал, что достойный пилигрим чудесным</p>	<p>В связи с неправильным переводом догадка Хлои не основывается не на чем. Из перевода выпадает, что в дневнике говорится о ключе.</p>

<p>seeker would be given 'a golden passport to conquer obstacles on the journey to Shambhala'.</p> <p>Chloe: So, what - this is it?</p>	<p>путем обошел все препятствия на пути в Шамбалу</p> <p>Хлоя: С помощью этой штуки?</p>	
<p>Nathan: All right, I'm listening.</p> <p>Harry: Now - you're not gonna like this.</p> <p>Harry puts a pamphlet down on the table.</p> <p>Nathan: Oh, no. No, you're out of your mind.</p>	<p>Нейтан: Я слушаю.</p> <p>Гарри: Вот тебе точно понравится.</p> <p>Нейтан: О нет, ты рехнулся.</p>	
<p>Elena: Oh God.</p>	<p>Елена: Всё, тихо</p>	
<p>Harry: For something with wheels, this is very heavy.</p>	<p>Гарри: Почему телега такая тяжелая?</p>	

Harry: After you.	Гарри: Отлично.	
Nathan: I am here aren't I?	Нейтан: А то как же.	
Nathan: I am so tired of this guy!	Нейтан: Как же они меня задолбали!	
Viktor: ...friend of yours...	Виктор: ...общую знакомую...	
Harry: It's time to tip the odds back in our favor.	Гарри: Полковник Кольт уравнивает права.	
Nathan: All right, there's the tower. Harry: Getting closer.	Гарри: Совсем недалеко. Нейтан: Это я и сам	

Nathan: Appreciate that update, Captain Obvious.	понял, умник.	
Nathan Drake: You assholes are gonna make me miss my train!	Нейтан Дрейк: Эти ублюдки уже заставляют меня скучать по поезду! (субтитры)	Нейтан: Из-за этих ублюдков я пропущу свой поезд! (дубляж)

Приложение 2. Перевод статьи “Localization”

For developers of video games, applications or websites, localization is one of the key factors that determine whether a given product will be successful on foreign markets. So answering the question asked in the title we can say that video game localization is nothing but the key to your product’s success.

Translation can never be literal. If it is, there is a high chance that it was not done by a professional translator. Localization is essential not only in the video game industry. Electrolux – a Swiss manufacturer of home appliances – made a huge bloomer translating an advertising slogan too literally: *Nothing sucks like Electrolux*. The translator should have grasped this “detail” and instead of translating the slogan literally, localize it and choose a different word which would preserve the original positive message. To be more precise, video game localization goes hand in hand with translation, but it involves much

Для разработчиков видеоигр, приложений или веб-сайтов локализация является одним из ключевых факторов, определяющих, будет ли данный продукт успешным на внешних рынках. Таким образом, отвечая на вопрос, заданный в названии, мы можем сказать, что локализация видеоигр - это не что иное, как ключ к успеху вашего продукта.

Перевод не должен быть дословным. Но если он такой, то велика вероятность, что над ним работал не профессиональный переводчик. Локализация необходима не только в индустрии видеоигр. Швейцарская компания по производству бытовой техники, *Electrolux*, сделала грубую ошибку, переводя рекламный слоган дословно: *‘Nothing sucks like Electrolux’*. Переводчик должен был уловить эту "деталь" и вместо буквального

greater interference with the translated product or service. The localization process will make your game or application more appealing to a foreign user by adapting it to another region, not only in terms of its language but also its culture, tradition, beliefs or common behaviour patterns.

As regards games, we can distinguish three types of materials that need to be translated and localized. These are the game's story elements (i.e. all that the player hears and sees in the screen, from the names of places, weapons, challenges or the names of characters to graphics and the user interface), technical elements (code, text operations) and marketing elements (e.g. packaging, posters, website). Today, however, we will focus on story elements, to show how important localization of games is, what elements absolutely need to be localized and we will also give you a few tips on how to choose the right provider and how to budget such a service.

Localize, not translate

перевода слогана локализовать его и выбрать другое слово, которое сохранило бы исходный позитивный посыл. Если быть более точным, локализация видеоигр идет рука об руку с переводом, однако она включает в себя большее вмешательство в переводимый товар или услугу. Процесс локализации сделает вашу игру или приложение более привлекательным для иностранного пользователя, адаптировав его к другому региону не только с точки зрения языка, но и с точки зрения культуры, традиций, верований или общих моделей поведения.

Что касается игр, то мы можем выделить три типа материалов, которые необходимо перевести и локализовать. Это элементы сюжета игры (то есть все, что игрок слышит и видит на экране, от названий мест, оружия, задач или имен персонажей до графики и пользовательского интерфейса), технические элементы

Let's start by identifying elements that should be localized. Of course everything depends on promotion and distribution channels, the target market or audience, but there are some universal tips to keep in mind.

Both the names of characters and those of places, weapons or other elements of the story should be localized to provide the player with as much realistic game script as possible.

Characters with strange names, that are in places that “don't fit” to the script, can discourage the player. Translation alone, on the other hand, may end up in losing hidden meanings or metaphors – hence the need for localization. If the story is set in Mexico, the local bar should not have a name that sounds English. The names of protagonists should rather be left unchanged, but there are cases when localization is necessary (e.g. Polish The Witcher). We should also remember that a name that is feminine (for us) may be just as well as a male name in another country (e.g. Kim

(код, текстовые операции) и маркетинговые элементы (например, упаковка, плакаты, веб-сайт). Однако сегодня мы сосредоточимся на сюжетных элементах, чтобы показать, насколько важна локализация игр, какие элементы абсолютно необходимо локализовать, а также дадим вам несколько советов о том, как правильно выбрать провайдера и как не тратиться сильно на таких услугах.

Локализовать, а не переводить

Давайте начнем с определения элементов, которые должны быть локализованы. Конечно, все зависит от каналов продвижения и распространения, целевого рынка или аудитории, но есть несколько универсальных советов, которые нужно иметь в виду.

Имена персонажей, названия мест, оружие или другие элементы сюжета должны быть

in Norway). As these elements are quite important to the plot itself and the gameplay, more attention should be paid to their localization.

If you are localizing a game whose original language uses a different alphabet, transliteration is necessary as well. If for some reason you do not want to translate the names, you should at least write them in the local alphabet. Even if the player does not understand a given word, give them at least a chance to read it – a clue like “Go to the bar ドラゴン” will be completely useless.

What else should be kept in mind? The UI. Text space in the UI is limited, which may be a problem when translating into a language using a different alphabet. Just look at the length of German words compared to those in other European languages. Besides, abbreviations are very often used in the UI.

These are usually abbreviated forms of English names, so the person localizing the game should spend a while thinking

локализованы, дабы обеспечить игроку максимально реалистичный ход игры.

Персонажи со странными именами, которые находятся в местах, которые “не вписываются” в сценарий, могут обескуражить игрока. С другой стороны, сам по себе перевод может привести к потере скрытых смыслов или метафор – отсюда и необходимость локализации. Если действие происходит в Мексике, то местный бар не должен иметь названия, которое звучит по-английски. Имена главных героев лучше оставить без изменений, но есть случаи, когда локализация необходима (например, польский Ведьмак). Мы также должны помнить, что имя, которое является женским (для нас), может быть так же хорошо, как и мужское имя в другой стране (например, Ким в Норвегии). Поскольку эти элементы достаточно важны как для самого сюжета, так и для игрового процесса,

what to do with them. The solution is to translate their full forms or leave them as they are if they are well-known. The worst thing the translator may do in this case is to translate a given term and then abbreviate it, as even those players that speak the target language may simply not know such a newly coined abbreviation.

Other elements that must be localized include, e.g. measurement units and the date and address formats.

Who can be of help?

How to choose the right translation agency which will handle the localization and translation of a game? And how much can it cost?

First of all, you have to decide whether you want to delegate the task to a translation agency or a freelance translator. **For those who have already had to do with game localization the choice should be obvious – a translation agency.**

Video game translation and localization may differ in many respects from

большое внимание следует уделить их локализации.

Если вы локализуете игру, чей исходный язык использует другой алфавит, транслитерация также необходима.

Если по какой-то причине вы не хотите переводить названия, вы должны хотя бы написать их на местном алфавите. Даже если игрок не понимает данного слова, дайте ему хотя бы шанс прочитать его – такая подсказка, как "Иди в бар ドラゴン" будет совершенно бесполезной.

Что еще нужно иметь в виду?
Пользовательский интерфейс.
Текстовое пространство в пользовательском интерфейсе ограничено, что может быть проблемой при переводе. Просто посмотрите на длину немецких слов по сравнению с другими европейскими языками. Кроме того, аббревиатуры часто используются в пользовательском интерфейсе. Это

the translation of other materials. First of all, this is audio-visual translation with numerous technical elements. The translation process is thus a multi-stage one and requires several or even a dozen or so people to be involved. A freelance translator is rather unable to handle the entire translation and localization process due to time and resource constraints. He or she will have to hire subcontractors, which will increase the price of the service and may make the translation inconsistent.

What we can be sure of is that the **video game localization will be based not only on standard translation, but will require additional services as well – subtitling (translation, synchronization and adding subtitles), voice-over (voice recording), DTP (making graphics ready to be printed, especially in the case of instructions and manuals), localization of animations, graphics and Flash application.** As you can see, only a translation agency can provide such a comprehensive service.

обычно сокращенные формы английских имен, поэтому человек, локализирующий игру, должен подумать, что с ними делать. Решение состоит в том, чтобы перевести их полные формы или оставить их такими, какие они есть, если они хорошо известны. Худшее, что может сделать переводчик в этом случае, - это перевести данный термин, а затем сократить его, так, что даже те игроки, которые говорят на интерпретируемом языке, могут просто не знать такой недавно придуманной аббревиатуры.

Другие элементы, которые должны быть локализованы, включают, например, единицы измерения и форматы даты и адреса.

Кто может быть полезен?

Как правильно выбрать бюро переводов, которое будет заниматься локализацией и переводом игры? А сколько это может стоить?

What is more, translation agencies that have been operating for a longer time have developed extensive bases of translators cooperating with them. So even if a translation agency does not have an in-house translator experienced in video game translation, it can easily find a freelance one. Such a translator needs to have relevant experience and skills – **not everyone who speaks a foreign language is capable of doing that.**

Is a game developer that does not speak the target language able to somehow affect the quality of the translation and verify the correctness of the localization process?

First of all, video game developers are responsible for the proper preparation of files for translation. Not only does it make the whole process shorter, but it also makes it easier and eliminates the risk of misunderstanding. Developers must remember that **the quality of the source content has a significant impact on the quality of its translation and localization.** Moreover, the more

Прежде всего, вы должны решить, хотите ли вы поручить эту задачу бюро переводов или внештатному переводчику. **Для тех, кто уже имел дело с локализацией игр, выбор должен быть очевиден – это бюро переводов.**

Перевод и локализация видеоигр могут во многом отличаться от перевода других материалов. Прежде всего, это аудиовизуальный перевод с многочисленными техническими элементами. Таким образом, процесс перевода является многоступенчатым и требует участия нескольких или даже десятков человек. Внештатный переводчик скорее не в состоянии справиться со всем процессом перевода и локализации из-за временных и ресурсных ограничений. Ему или ей придется нанимать субподрядчиков, что увеличит стоимость услуги и может сделать перевод несогласованным.

В чем мы можем быть уверены,

specific you are in exchange of information with the translation agency, the better effect you can expect.

What information should you communicate to the project manager in the translation office?

– What should be translated and localized, and what should be left unchanged. Start with the name of the game (this is not as obvious as it might seem) and analyze all its other elements.

– What will be the game’s distribution channels and will there be a version for mobile devices? This is important when we consider the amount of written text in the game or the right localization of keywords for positioning the game if it is made available on Google Play or AppStore.

– The characteristics of the target group and market will have a significant impact on the language. Information like “We want translation into English” is too general. Is it to be British or American English? Should slang or any specific dialect be used besides terminology

так это в том, что **локализация видеоигр будет основана не только на стандартном переводе, но и потребует дополнительных услуг – субтитрования (перевод, синхронизация и добавление субтитров), озвучивания (запись голоса), ДТР (подготовка графики к печати, особенно в случае инструкций и руководств), локализации анимации, графики и Flash-приложения. Как видите, только бюро переводов может предоставить такую комплексную услугу.**

Более того, бюро переводов, которые работают уже более длительное время, создали обширную базу сотрудничающих с ними переводчиков. Таким образом, даже если в бюро переводов нет штатного переводчика, опытного в области перевода видеоигр, он легко может найти внештатного переводчика. Такой переводчик должен обладать соответствующим опытом и

specific for the video game industry?

– The game’s history. Is it the first episode or a sequel? Was the game developed based on a book or a film? If so, the translator must follow the canon. If not, are there any guidelines from the authors of the game or marketing specialists?

– Translators are bound to appreciate additional notes added to the dialogue list, e.g. ones concerning the tone of a given utterance. Such notes will eliminate the risk of “loosing” the context in translation.

Is there a chance for the money spent on video game localization and the efforts it involved to pay off?

Complete video game localization is long and uneasy processes. It may take as much time as the creation of the game and cost quite a lot. So is it worth doing this? The answer is given by Lars Doucet [on his blog in this example](#): after releasing of *Defender’s Quest*, fully localized in six language versions, the

навыками – не каждый, кто говорит на иностранном языке, способен на это.

Может ли разработчик игры, не владеющий целевым языком, как-то повлиять на качество перевода и проверить правильность процесса локализации?

Прежде всего, разработчики видеоигр отвечают за правильную подготовку файлов к переводу. Это не только делает весь процесс короче, но и облегчает его и устраняет риск недопонимания. Разработчики должны помнить, что качество исходного контента оказывает существенное влияние на качество его перевода и локализации. Более того, чем детальнее вы обмениваетесь информацией с бюро переводов, тем лучшего эффекта вы можете ожидать.

Какую информацию вы должны сообщить руководителю проекта в бюро переводов?

– Что следует перевести и

game's sales in non-English speaking countries significantly increased. The sales of the Russian version on Steam increased from 5% to more than 11% (share in the total sales), while those of the German one – from 7% to more than 8%. As a result, sales of the English version decreased by 12.7% in favor of the localized versions.

Harlem Shake Yourself, whose results of sales on AppStore [are given by its author](#), is yet another example confirming the benefits of localization. After localizing the keywords, name and description only, the number of downloads increased by 76%.

So the time spent on preparing files for localization and familiarizing the translation agency with the details will definitely not be lost. It is worth investing in complete localization of video games, but if you cannot afford it or cannot spend more time on it, remember that localization of just some elements (as in the case of *Harlem Shake Yourself*) will pay off, even a lot.

In the ideal world, the author of the

локализовать, а что оставить без изменений. Начните с названия игры (это не так очевидно, как может показаться) и проанализируйте все остальные ее элементы.

– Каковы будут каналы распространения игры и появится ли версия для мобильных устройств? Это важно, когда мы рассматриваем объем написанного текста в игре или правильную локализацию ключевых слов для позиционирования игры, если она доступна в Google Play или AppStore.

- Характеристики целевой группы и рынка окажут существенное влияние на язык. Такая информация, как “Мы хотим перевода на английский язык ” является слишком общей. Будет ли это британский или американский английский? Следует ли использовать сленг или какой-либо особый диалект помимо терминологии, характерной для индустрии видеоигр?

game should have an expansion strategy (which involves also translation and localization) still before he/she writes the first line of the code. This would obviously make everybody's life easier, but even if you decide to enter new markets after the game has been released, the right translation agency should handle the development and implementation of an effective language strategy.

Software as a Service (SaaS) is turning out to be the most sought-after form of service, where the conventional idea of buying a software and loading it into your system is gone. We have stepped into an era where we get software as a service, i.e., working predominantly on a software subscription model.

With the spreading of its wings, the need for more companies to make their presence felt on the internet has become a matter of urgent importance. With a lot of top selling legacy software turning to SaaS, the change of working model has seen a significant increase in

– История игры. Это первый эпизод или продолжение? Была ли игра разработана на основе книги или фильма? Если это так, то переводчик должен следовать канону. Если нет, то есть ли какие-либо рекомендации от авторов игры или маркетологов?

- Переводчики обязательно оценят дополнительные примечания, добавленные в список диалогов, например те, которые касаются тона данного высказывания. Такие примечания устранят риск “потери ” контекста при переводе.

Есть ли шанс, что деньги и усилия, потраченные на локализацию видеоигр, окупятся?

Полная локализация видеоигр - это долгий и непростой процесс. Это может занять столько же времени, сколько и создание самой игры, и стоить довольно дорого. Так стоит ли это делать? Ответ на этот вопрос дает Ларс Дусе в своем блоге в следующем примере: после выпуска Defender's

the recent years. The need to be prepared for global markets has increased as much as the urgency.

To be ready to present themselves in the global market, SaaS companies need to make an impact in different countries. When the question of ‘*What do SaaS companies need for the global market?*’ comes up, the answer comes in multiple parts.

The first, and most obvious, issue being **language**. For a business service to reach out to the international market, it is important that SaaS be available in the local language of those countries. Now, is it sufficient that the language scenario is fixed? No, it isn't. Beyond just translation from the source language to the native language, it is also important that the content and the references must be in relation to the local scenario. For example, when the talk about social media giant, Facebook, is in order, the same context may not be usable in the Chinese Market as Facebook is banned in China.

Quest, полностью локализованного в шести языковых версиях, продажи игры в неанглоязычных странах значительно выросли. Продажи русской версии в Steam выросли с 5% до более чем 11% (доля в общем объеме продаж), а немецкой-с 7% до более чем 8%. В результате продажи английской версии снизились на 12,7% в пользу локализованных версий.

Harlem Shake Yourself, чьи результаты продаж в AppStore приводит его автор, является еще одним примером, подтверждающим преимущества локализации. После локализации только ключевых слов, названия и описания количество скачиваний увеличилось на 76%.

Так что время, потраченное на подготовку файлов для локализации и ознакомление бюро переводов с деталями, точно не будет напрасным. Стоит инвестировать в полную локализацию видеоигр, но если вы не можете себе этого позволить или не

So, for companies trying to expand their phoenix wings out of one country and looking at customers across the globe, it is important to localize their software-as-a-service.

Here are a few points on *how to plan for localization while developing a global SaaS product*.

#1 The structure of your screen needs to be planned. It is important that the various menu and labels on your screen are placed and planned for languages wherein the words may be relatively bigger or smaller than the text in English. It is best practise to use the entire word. Usage of abbreviations must be avoided as far as possible.

#2 Alignment of text. Sometimes, the languages that are used on the screen may not be unidirectional. So, it is important to plan alignment in different multi-direction scripts. Keep in mind, it is important that you do not associate a certain language with a country's flag as some languages are common to more than one country and sometimes one

можете тратить на это много времени, помните, что локализация всего лишь некоторых элементов (как в случае с Harlem Shake Yourself) хорошо окупится.

В идеальном мире автор игры должен иметь стратегию расширения (которая включает также перевод и локализацию) еще до того, как он напишет первую строку кода.

Очевидно, что это облегчит жизнь всем, но даже если вы решите выйти на новые рынки после выхода игры, правильное бюро переводов должно заняться разработкой и внедрением эффективной языковой стратегии.

Программное обеспечение как услуга

Программное обеспечение как услуга (SaaS) оказывается наиболее востребованным видом услуг, где традиционная идея покупки программного обеспечения и загрузки его в вашу систему исчезает. Мы вступили в эпоху, когда получаем

language has different dialects in different countries.< #3 **Money Matters**. Now, most of SaaS are free to a certain point beyond which a certain amount needs to be paid to continue using the premium features. So, it would be a matter of significant importance to localize the currency when the content is in a set language.

It is important that you check the authenticity of the translation of words, to see if they sound and mean the same as they do in English.

Apart from languages, it adds a lot of value to allow **multiple payment options**. Reiterating #3, it is also important to keep in mind that the format of numbers is different across the different parts of the globe. While some countries use a comma, other countries may use a full stop. Also, different regions have their specific preferences when it comes to payment options. While some choose to use Visa or Mastercard, other regions may choose to use credit or debit cards.

программное обеспечение как услугу, т. е. работаем преимущественно по модели подписки на программное обеспечение.

С расправлением своих крыльев необходимость в большем количестве компаний, чтобы дать почувствовать свое присутствие в интернете, стала вопросом неотложной важности. В связи с тем, что многие наиболее продаваемые устаревшие программные продукты переходят на SaaS, в последние годы изменение рабочей модели значительно возросло. Необходимость быть готовым к глобальным рынкам возросла так же сильно, как и срочность.

Чтобы быть готовыми представить себя на мировом рынке, SaaS-компании должны оказывать влияние в разных странах. Когда возникает вопрос: «Что нужно SaaS-компаниям для выхода на мировой рынок?», - выходит, что ответ состоит

One other important factor is that many people tend to underestimate the value of a good, **user friendly UI**. While it may be fairly tempting to highlight the technicalities and specifications, user friendliness attracts and retains users. At every step in the user interface design, it is important to balance functionality, utility and efficiency.

Keep these pointers in mind and watch your SaaS climb up the ladder in the Global Market.

из нескольких частей.

Первая и самая очевидная проблема - это язык. Для того чтобы бизнес-сервис мог выйти на международный рынок, важно, чтобы SaaS был доступен на местном языке этих стран. Итак, достаточно ли того, что языковой сценарий зафиксирован? Помимо простого перевода с исходного языка на родной, важно также, чтобы содержание и ссылки были соотнесены с местным сценарием. Facebook, например, когда речь идет о гиганте социальных сетей, то тот же самый контекст может быть непригоден для использования на китайском рынке, поскольку Facebook запрещен в Китае.

Таким образом, для компаний, пытающихся расправить свои крылья феникса за пределами одной страны и рассматривающих клиентов по всему миру, важно локализовать свое программное обеспечение как услугу.

Вот несколько советов о том, как планировать локализацию при разработке мирового продукта SaaS.

#1 Структура вашего экрана должна быть спланирована. Важно, чтобы различные меню и надписи на вашем экране были размещены и спланированы для языков, в которых слова могут быть относительно больше или меньше текста на английском языке. Лучше всего практиковать использование всего слова целиком. По возможности следует избегать использования аббревиатур.

#2 Выравнивание текста. Иногда языки, используемые на экране, могут быть не однонаправленными. Таким образом, очень важно планировать выравнивание в различных многонаправленных сценариях. Имейте в виду, что очень важно не связывать определенный язык с флагом страны, так как некоторые языки являются общими для нескольких стран, а

иногда один язык имеет разные диалекты в разных странах.

#3 Денежные Вопросы.

Теперь большинство SaaS являются бесплатными до определенного момента, за который необходимо заплатить определенную сумму, чтобы продолжить использование премиум-функций. Таким образом, было бы очень важно локализовать валюту, когда контент находится на заданном языке.

Очень важно, чтобы вы проверили подлинность перевода слов, чтобы увидеть, если они звучат и означают то же самое, что и в английском языке.

Помимо языков, локализация подчеркивает большую важность, возможности нескольких вариантов оплаты. **Говоря об третьем пункте,** важно помнить, что формат чисел различен в разных частях земного шара. В то время как некоторые страны используют запятую, другие

страны могут использовать точку. Кроме того, у разных регионов есть свои особые предпочтения, когда речь заходит о вариантах оплаты. В то время как некоторые предпочитают использовать Visa или Mastercard, другие регионы могут использовать кредитные или дебетовые карты.

Еще один важный фактор заключается в том, что многие люди склонны недооценивать ценность хорошего, удобного пользовательского интерфейса. Хотя это может быть довольно заманчиво, чтобы подчеркнуть технические особенности и технические характеристики, удобство использования привлекает и удерживает пользователей. На каждом этапе проектирования пользовательского интерфейса важно сбалансировать функциональность, полезность и эффективность.

Помните об этих советах и наблюдайте, как ваши SaaS-

приложения поднимаются вверх по
лестнице на мировом рынке.