

Департамент образования и науки города Москвы
Государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования города Москвы
«Московский городской педагогический университет»
Институт иностранных языков
Кафедра языкознания и переводоведения

Щекотихина Александра Павловна

**Анализ практик перевода контента сайтов ведущих российских вузов
на английский язык**

Направление подготовки/специальность – 45.03.02 «Лингвистика»
Направленность образовательной программы – Перевод и переводоведение –
английский язык
(очная форма обучения)

Руководитель ВКР:
кандидат педагогических наук,
доцент
Гулиянц Анна Борисовна

Рецензент:
кандидат филологических наук,
доцент
Беклемешева Наталья Николаевна

Заведующий кафедрой:
доктор филологических наук, профессор
Сулейманова Ольга Аркадьевна

Москва
2021

Аннотация

Данная работа посвящена анализу практик перевода веб-сайтов высших образовательных учреждений России. Материалом исследования послужили десять сайтов ведущих вузов России, а также пять сайтов ведущих университетов США и Великобритании, отобранных в соответствии с их местом в известных рейтингах и зарубежных системах оценивания.

Теоретическая основа исследования включает в себя: рассмотрение контента веб-сайтов как фактора, влияющего на деятельность вуза, а также на определение его мест в рейтингах; проведение бенчмаркинга сайтов ведущих зарубежных вузов; изучение локализации как стратегии адаптации текста при переводе.

Практическая часть исследования состоит из подробного анализа отобранного материала исследования с точки зрения стилистических особенностей перевода и примененных переводческих стратегий. Полученные данные сопоставлены с контентом сайта МГПУ, предложена стратегия его усовершенствования.

Ключевые слова: перевод, веб-сайт, университет, бенчмаркинг, локализация.

Abstract

The paper is devoted to the translation studies of universities websites' content, based on their place in the world rankings. This research relies on ten Russian and five American and British websites of leading universities selected from foreign rating systems.

The theoretical study basis includes the following parts: considering websites' contents as an integral factor influencing university and its place in the international rating systems; conducting benchmarking analyses of leading foreign universities; exploring localization as a tool for adapting a translated text.

The practical study covers detailed analysis of the selected material in terms of stylistic features and applied translation strategies. The obtained results are compared with the information presented on the MCU website to outline its possible improvement strategy.

Key words: translation, website, university, benchmarking, localization.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ПРАКТИК ПЕРЕВОДА КОНТЕНТА САЙТОВ ВЕДУЩИХ ВУЗОВ РОССИИ.....	10
1.1 Контент веб-сайта вуза и его роль в деятельности образовательного учреждения	10
1.2 Роль контента сайтов в определении места вуза в рейтингах и системах оценивания.....	14
1.3 Применение бенчмаркинга в системе высшего образования.....	22
1.4 Локализация как адаптация текста при переводе.....	26
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ I.....	34
ГЛАВА II. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА КОНТЕНТА РУССКОЯЗЫЧНЫХ ВЕБ-САЙТОВ ВУЗОВ.....	36
2.1 Универсальные структурные элементы веб-сайтов вузов.....	36
2.2 Исследование контента веб-сайтов зарубежных высших образовательных учреждений.....	44
2.3 Локализация и перевод сайтов вузов России на основе бенчмаркинга .	48
2.3.1 Московский государственный университет имени М.В Ломоносова	49
2.3.2 Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»	52
2.3.3 Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»	54
2.3.4 Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана	56
2.3.5 Московский государственный институт международных отношений МИД РФ	58
2.3.6 Санкт-Петербургский государственный университет	61
2.3.7 Российская академия народного хозяйства и государственной н службы при Президенте РФ.....	63
2.3.8 Новосибирский государственный университет.....	65
2.3.9 Московский физико-технический институт	67
2.3.10 Национальный исследовательский Томский политехнический университет.....	69

2.3.11 Статистический анализ навигации и контента веб-сайтов вузов России.....	71
2.4 Рекомендации по построению контента веб-сайта и его локализации ..	79
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ II	86
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	88
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	92
ПРИЛОЖЕНИЕ I.....	97
ПРИЛОЖЕНИЕ II	110

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире процесс активно развивающейся глобализации и маркетинга общества способствует интеграции высших учебных заведений в мировое образовательное пространство. Одним из ключевых факторов здесь выступает умение адекватно представить информацию о вузе и его образовательных программах в Интернете. Важно отметить, что ранее одним из самых популярных источников рекламы вузов была печатная продукция: университеты часто прибегали к использованию буклетов для представления образовательных услуг абитуриентам. С увеличением популярности информационных технологий у вузов появились веб-сайты, которые не только являются их визитной карточкой, но и предоставляют возможность быть на связи со студентами, абитуриентами и их родителями. Из-за того, что количество иностранных абитуриентов увеличивается с каждым годом, вузам стало необходимо вести с ними постоянный диалог, например, проводить виртуальные дни открытых дверей, иметь виртуальную приемную комиссию и т.д. на иностранном языке.

Сегодня деятельность современных университетов вышла за пределы национальных академической и образовательной сфер. Формирование вуза невозможно без позиционирования его на международном образовательном уровне. Одним из направлений является интернационализация вуза, а именно создание иноязычной версии официального сайта. Важно подчеркнуть, что имеется в виду не просто перевод контента с исходного языка на целевой, но его локализация. Локализация понимается как построение полноценной модели иноязычного сайта, отличной от исходного, путем его лингвокультурологической адаптации [Сухарева, Шурлина 2013]. В контексте локализации индивидуальный пользователь рассматривается как носитель определенного языка и культуры, которые формируют его предпочтения, ценности, влияют на его поведения. На основе этих факторов иноязычная версия сайта адаптируется с учетом зарубежного пользователя.

Актуальность данного исследования заключается в важности лингвокультурологической адаптации сайта, учитывая его целевую аудиторию. Известно, что в настоящий момент большая часть Интернет-ресурсов представлена на английском языке. Высшие учебные заведения России создают англоязычные версии веб-сайтов для представления себя за пределами страны, но зачастую за основу берутся русскоязычные версии для интернационализации информации, что может вести к упущению культурно-значимых факторов и компонентов.

Необходимо отметить, что в работах российских исследователей зачастую обращается внимание на информационное наполнение веб-сайта, на его особенности и функции (Д.Б. Сугак (2012), Ю.В. Шурчкова (2013), С.А. Овчинников (2016) и др.), также исследователи рассматривают методику анализа сетевых информационных ресурсов (М.В. Носырева (2011), Е.А. Неретина (2013), А.Б. Макарец (2013) и др.), проблемы, посвященные оценке качества образовательных веб-сайтов (А.С. Карпов, Ю.К. Савёлова, М.Д. Уразаев (2014) и др.). Однако в настоящее время существует недостаточно исследований, касающихся перевода сайтов высших образовательных учреждений на иностранный язык. Возникает необходимость в определении наиболее удачных приемов перевода для максимально полной и достоверной передачи контента сайта вуза, используемого для привлечения целевой аудитории [Агеева, 2019].

Объектом исследования являются сайты ведущих высших образовательных учреждений России.

Предметом исследования выступают практики перевода контента веб-сайтов на иностранный язык.

Целью исследования является анализ практик перевода контента сайтов ведущих высших образовательных учреждений России, принципов организации лингвистических элементов веб-сайта вуза на русском и английском языках, а также создание универсальной стратегии локализации веб-сайта вуза.

Обозначенная цель определила следующие **задачи** работы:

- 1) проанализировать основные составляющие веб-сайтов ведущих высших учебных заведений, определить роль контента веб-сайта в деятельности вуза;
- 2) проанализировать рейтинги вузов России и выявить лидеров для анализа их англоязычной версии сайтов;
- 3) рассмотреть способы применения бенчмаркинга в системе высшего образования, а также в оценке веб-сайтов;
- 4) изучить локализацию как способ адаптации текста сайта вуза при переводе;
- 5) проанализировать англоязычные версии Интернет-представительств вузов России, выявить основные тенденции перевода, способы локализации;
- 6) сопоставить полученные данные с примерами веб-сайтов зарубежных вузов;
- 7) предложить рекомендации по локализации контента веб-сайта Московского городского педагогического университета.

Методы исследования определяются его целями и задачами. Основными методами исследования на первом этапе являются сопоставительный анализ рейтингов для выявления лидеров; изучение веб-сайтов университетов, а именно, сравнение практик переводов контента сайтов. На втором этапе происходит обобщение полученной информации, бенчмаркинг веб-сайтов вузов, синтез полученных знаний для создания стратегии перевода и локализации веб-сайта высшего образовательного учреждения.

Теоретическая значимость исследования заключается в анализе языковых особенностей контента сайта образовательного учреждения для расширения представления об образовательном и научном дискурсах сайтов вузов, особенностях локализации подобных сайтов и их перевода.

Практическая значимость исследования состоит в том, что полученные в рамках исследования результаты могут быть использованы при разработке англоязычной версии сайтов вузов России, при создании информационного образа Интернет-представительства высшего образовательного учреждения с его последующей локализацией на английский язык. В данном исследовании представляется важным использовать полученную стратегию при усовершенствовании англоязычной версии веб-сайта МГПУ.

Материалом исследования послужил контент 10 сайтов высших учебных заведений, отобранных в соответствии с международными рейтингами (RAEX-100, QS World University Rankings, Рейтинг 100 лучших вузов по версии Forbes) – Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ», Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана, Московский государственный институт международных отношений МИД РФ, Санкт-Петербургский государственный университет, Новосибирский государственный университет, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ, Московский физико-технический институт, Национальный исследовательский Томский политехнический университет.

Новизна исследования заключается в попытке расширить имеющуюся теорию по теме анализа практик перевода контента сайтов вузов, а также обозначить способы и средства языкового выражения информации на сайте, сформировав особый инструментарий, применимый для перевода сайта высшего учебного заведения.

Цели и задачи исследования определили структуру и содержание работы, состоящей из введения, двух глав и выводов по каждой из них, заключения, списка литературы и приложений. В первой главе рассматривается теоретическая база и основные подходы к анализу контента

веб-сайтов вузов, изучается применение бенчмаркинга как стратегии адаптации лучших практик в личной деятельности, рейтинги вузов и их лидеры, локализация как средство адаптации текста при переводе, основные стратегии перевода контента сайтов вузов. Во второй главе сопоставляются данные о применяемых при переводе трансформациях, выявляется универсальная стратегия локализации сайта образовательного учреждения, представляются рекомендации для совершенствования англоязычной версии Интернет-представительства Московского городского педагогического университета. В заключении делаются выводы о проделанной работе, определяется ее важность.

Библиография состоит из 42 источников, в том числе 3 на иностранном языке.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ПРАКТИК ПЕРЕВОДА КОНТЕНТА САЙТОВ ВЕДУЩИХ ВУЗОВ РОССИИ

В современном мире информационное пространство становится все более доступным и открытым. Интернет способствовал формированию рынка, где происходит борьба за целевую аудиторию, и все чаще современный потенциальный студент для получения информации о вузе обращается к его веб-сайту. Для сохранения привлекательности вуза в глазах абитуриента и его родителей сайт должен отвечать определенным требованиям.

1.1 Контент веб-сайта вуза и его роль в деятельности образовательного учреждения

Сайт вуза является ресурсом, предназначенным для публикации официальной информации университета. Контент веб-сайта должен быть уникальным, достоверным, и, более того, востребованным пользователями [Щигельская 2018]. Практический опыт вузов России говорит о том, что активно функционирующий веб-сайт образовательного учреждения способствует успешному решению важных задач продвижения образовательных услуг, поддержки имиджа вуза, коммуникации с профессиональным и научным сообществами [Неретина, Макарец 2009]. Как отмечалось ранее, значительный интерес исследователей к проблеме информационного наполнения интернет-ресурсов вузов дает основания для дальнейшего комплексного анализа их контента, а также иноязычных версий с учетом специфики вуза.

Согласно исследованию Ю.К. Редькиной, в настоящее время для формирования имиджа университета все чаще используется его официальный сайт, поскольку это достаточно удобный и эффективный способ формирования общественного мнения: «Сайт является контролируемым средством коммуникации, с помощью которого вуз может генерировать такие формы взаимодействия с адресатом, которые в наибольшей степени отвечают

его потребностям. При этом качество самого сайта также является признаком, формирующим имидж. Поэтому наличие трехмерной графики, хорошей навигации, большого количества удобных гиперссылок, профессионально сделанных и разнообразных видеоматериалов само по себе способно формировать имидж университета» [Редькина 2015].

Представляется важным отметить, что традиционно в России абитуриенты боролись за право обучаться в вузе, в связи с чем ему не приходилось прикладывать существенных усилий по привлечению будущих студентов. Однако в последнее десятилетие конкуренция между университетами стабильно повышается. Известно, что образовательное учреждение, рассчитывающее занять высокие позиции в рейтингах, должно соответствовать определенному набору критериев. Одним из них является число иностранных студентов и преподавателей в вузе – данный критерий информирует о степени привлекательности учебного заведения на международном уровне. Следовательно, высшим образовательным учреждениям представляется важным иметь качественную англоязычную версию веб-сайта для предоставления информации о своей деятельности, а также для привлечения иностранных абитуриентов и преподавателей для повышения своей позиции как в отечественных, так и в зарубежных рейтингах, так как в настоящий момент образовательный процесс предполагает тесное международное сотрудничество. Более того, опираясь на исследование О.А. Сулеймановой, А.В. Щепиловой, Н.Н. Беклемешевой, М.А. Фоминой, выявлено, что «контент сайта учитывается при определении рейтинга университета – веб-сайты приобретают все большую значимость и существенно влияют на рейтинговые показатели вузов в ряде рейтинговых систем» [Сулейманова, Щепилова, Беклемешева, Фомина 2017].

Н.А. Гулевец также обращает внимание на тот факт, что целевая аудитория сайта высшего образовательного учреждения имеет личные социальные, культурные, психологические факторы, и, принимая данные особенности во внимание, образовательное учреждение может максимально

эффективно воздействовать на потребителя посредством контента для формирования имиджа, привлечения абитуриентов. Таким образом, можно сделать вывод о том, что контент сайта – это информационное наполнение веб-ресурса, лежащее в основе текстов, изображений, видеороликов и пр., посредством которого вузы влияют на потенциальную аудиторию.

Как отмечается М.В. Дружининой, в условиях виртуальной коммуникации университетский сайт играет роль основного источника информации о вузе [Дружинина 2018]. Сравнительный анализ структуры наиболее успешных (в соответствии с мировым рейтингом) высших профессиональных учебных заведений, представленный в монографии «Создание и реализация дистанционных образовательных программ: опыт университетов стран мира и России», позволил сделать вывод о том, что большинство сайтов имеют схожую структуру [Кабахидзе, Сувилова, Хайнс 2018]. В разделах для поступающих и абитуриентов представленная информация носит рекламный и информационный характер. Часто используются яркие слоганы, разговорная лексика. В разделах для студентов представленный материал носит более информативный характер. Информация образовательного характера закрыта для стороннего пользователя. В разделах для выпускников текст приобретает рекламно-информационный характер, заметно поощрение к продолжению образования.

Говоря о структуре веб-сайтов, необходимо отметить тот факт, что домашняя страница содержит информацию о миссии вуза, основных новостях, предлагает контактные данные, месторасположение вуза. Информация об университете включает в себя историю образовательного учреждения, факты и цифры, где данные могут иметь отношение к историческим датам и к данным о количестве студентов и преподавателей, подробные отчеты о финансировании вуза. Также присутствуют сведения об администрации вуза, преподавателях, выдающихся студентах, академической и студенческой жизни. Далее следует описание основных программ, сообщения о поступлении и стоимости обучения, перечень документов для поступления и образцы их

заполнения, сроки подачи документов, стипендии, перечень основных исследований и гранты.

В разделе «Обучение» обычно представлена информация для всех ступеней обучения: абитуриентов, бакалавров, магистрантов, аспирантов / докторантов. Для привлечения абитуриентов представлены названия подразделений вуза и программы, а также требования к студентам, желающим их изучать; дисциплины, которые могут быть выбраны обучающимися.

В разделе «Поступление и помощь», как правило, дается информация о поступлении и финансовой поддержке обучающихся. Информация направлена на абитуриентов, иностранных студентов, исследователей из других вузов.

Как представляется, основное преимущество сайта вуза перед другими каналами и способами распространения информации заключается в том, что его контент помещает в себе такое количество информации, формирующей имидж, которое необходимо для получения устойчивого результата. Кроме того, зачастую интернет-представительства вузов имеют интерактивные элементы, т.е. предполагает ответную реакцию целевых групп с помощью рейтингов, опросов общественного мнения, форумов и т.п., что позволяет своевременно корректировать информационную политику вуза в соответствии с состоянием и ценностями адресата.

Важно также обратить внимание на то, что сайты вузов можно отнести к смешанному типу текстов, поскольку они содержат как вербальную, так и невербальную составляющую. Фактически такой текст состоит из двух частей: вербальной (непосредственно текст) и невербальной, к которой относятся изобразительно-графические (фотографии, цвет) и звуковые компоненты, выполняющие информативно-экспрессивную функцию. Вместе эти компоненты образуют смысловое, функциональное и визуальное целое, комплексно воздействуя на адресата.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что контент сайта вуза позволяет создать представительство учебного заведения в глобальной

информационной сети, поэтому следует с ответственностью относиться к его наполнению. Для успешного формирования своего имиджа и привлечения целевой аудитории университету необходимо четко сформулировать ту специфику, которая отличает конкретный вуз от прочих образовательных учреждений. Таким образом, доступ к объективной информации о вузах для потенциальных студентов в настоящее время становится необычайно актуальным. Большое значение здесь имеют рейтинги и системы оценивания вузов – они будут полезны для абитуриентов. Изучим роль контента сайтов в определении места вуза в рейтингах и системах оценивания подробнее в следующем параграфе.

1.2 Роль контента сайтов в определении места вуза в рейтингах и системах оценивания

Важно отметить, что рейтинги университетов интересны потенциальным студентам. В связи с тем, что доступ к высшему образованию расширяется ежегодно, также расширяется и география поступления в высшие учебные заведения. Таким образом, доступ к объективной информации о вузе для абитуриентов приобретает все большую актуальность.

Рост числа вузов и конкуренция на рынке высшего образования привели к необходимости составления рейтингов, отражающих основные показатели вуза и демонстрирующих его положение относительно других образовательных учреждений высшего образования. В данной части исследования подробнее изучим системы оценивания вузов РФ и роль контента сайтов в определении места вуза в рейтингах и системах оценивания.

Рейтинг лучших вузов России **RAEX-100** публикуется ежегодно с 2012 года. При оценке качества образования в вузах (вес 50%) рассматривались группы показателей «уровень преподавания», «международная интеграция», «ресурсная обеспеченность» и «востребованность среди абитуриентов». Для оценки востребованности работодателями выпускников вуза (вес 30%) анализировались группы показателей «сотрудничество с работодателями» и

«качество карьеры выпускников». Уровень научно-исследовательской деятельности вуза (вес 20%) определялся исходя из групп показателей «инновационная активность», «научные достижения» и «исследовательская инфраструктура». Всего в рейтинге используется 42 показателя. В Таблице 1 представлены данные рейтинга – показатели вузов-лидеров данной системы оценивания.

Таблица 1. Показатели рейтинга RAEX-100, 2020 г.

№	Название	Рейтинговый функционал (балл)	Условия для получения качественного образования, ранг	Уровень востребованности выпускников работодателями, ранг	Уровень научно-исследовательской деятельности, ранг
1	Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова	4,8419	1	1	1
2	Московский физико-технический институт (национальный исследовательский университет)	4,7734	2	7	2
3	Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»	4,5535	5	5	4
4	Санкт-Петербургский государственный университет	4,5394	3	12	7
5	Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики"	4,4933	6	2	11
6	Московский государственный институт международных отношений МИД РФ	4,3414	4	4	30
7	Московский государственный	4,1722	12	10	12

	технический университет имени Н.Э. Баумана				
8	Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого	4,1608	15	11	5
9	Национальный исследовательский Томский политехнический университет	4,1194	8	14	10
10	Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ	4,0502	9	9	24

Далее рассмотрим рейтинг лучших вузов мира **QS World University Rankings**, составители которого оценивают университеты по шести показателям: исследовательская деятельность, преподавание, мнение работодателей и карьерный потенциал, количество иностранных студентов и преподавателей. Для того, чтобы участвовать в рейтинге университет должен предлагать бакалавриат и постдипломные программы минимум в двух широких предметных областях (например, искусство и социальные дисциплины, инженерное дело и технология, право и бизнес). Рейтинг QS уделяет внимание репутации вузов в академической среде.

Необходимо отметить, что лидерами рейтинга QS в течение многих лет стабильно являются вузы США и Великобритании. Однако 25 вузов России все же сумели занять места в соответствии со своими показателями. Данные вузов-лидеров представлены в Таблице 2 и Таблице 3.

Таблица 2. Показатели вузов России в QS World University Rankings,
2020 г.

Рейтинг в мире	Учреждение	Балл	Академическая репутация	Репутация среди работодателей	Соотношение студент/преподаватель	Индекс цитирования на преподавателя	Процент иностр. преподавателей	Процент иностр. студентов
84	Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова	63.2	73.6	84.9	99.7	16.4	10.7	93.7
231	Новосибирский государственный университет	39.8	30	26.4	93.8	11.4	23.4	88.9
234	Санкт-Петербургский государственный университет	39.6	38.6	31.3	87.9	7.3	13.4	85
268	Томский государственный университет	36.5	20.5	17.3	99.8	7.2	16.8	78.1
284	Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана	35.1	21	53.4	100	6.7	46.2	74.1
302	Московский физико-технический институт (национальный исследовательский университет)	34.3	14.9	27.8	97.9	6.3	11	68.1
322	Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики"	33.1	22.6	33	94.8	6	18	56.1
329	Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»	32.4	9.8	14.7	97.6	4.8	15.6	54.7
364	Уральский федеральный университет	30.4	17.7	14.6	94	4.5	9.7	53.1
366	Московский государственный институт международных отношений МИД РФ	30.3	9.9	25.7	99.9	3.5	11.6	49.1

Таблица 3. Показатели зарубежных вузов в QS World University

Rankings, 2020 г.

Рейтинг в мире	Учреждение	Балл	Академическая репутация	Репутация среди работодателей	Соотношение студент/преподаватель	Индекс цитирования на преподавателя	Процент иностр. преподавателей	Процент иностр. студентов
1	Массачусетский технологический институт	100	100	100	100	99.8	100	94.1
2	Стэнфордский Университет	98.4	100	100	100	98.6	99.8	67.7
3	Гарвардский Университет	97.4	100	100	98.7	99.6	86.3	62.2
4	Оксфордский Университет	97.2	100	100	100	84.7	99.7	98.5
5	Калифорнийский технологический институт	96.9	97.8	81.2	100	100	99.4	87.3
6	Швейцарская высшая техническая школа Цюриха	95.9	98.4	96.7	85	98.4	100	98
7	Кембриджский университет	95	100	100	100	74.2	100	97.6

Следующей системой оценивания для анализа является **Рейтинг 100 лучших российских вузов по версии Forbes**. Он обновляется ежегодно, и на момент исследования претерпел значительные изменения. Метрика «Качество образования» (максимум 50 баллов) включает в себя «Качество преподавателей» (25 баллов), состоящий из оценок уровня зарплаты преподавателей (10 баллов), соотношения преподавателей и студентов (10 баллов), наличия и доли иностранных преподавателей (5 баллов). Параметр «Международная деятельность» (15 баллов) состоит из оценок количества иностранных студентов, которые учатся в вузе (5 баллов), организации зарубежных стажировок (5 баллов) и совместных с зарубежными вузами программ двойных дипломов (5 баллов). Также присутствует параметр «Уровень ЕГЭ» (10 баллов) принятых на обучение студентов и «Качество

выпускников» (30 баллов), касающийся востребованности выпускников среди работодателей.

Рейтинг также имеет метрику «Фактор Forbes» (20 баллов), которая отражает элитарность учебного заведения. Здесь учитывается присутствие вузов в ведущих зарубежных рейтингах – QS World University Rankings и Times Higher Education (10 баллов), а также учитывает состав известных выпускников и студентов (10 баллов) – баллы получили те вузы, в которых учатся дети из списка 200 богатейших бизнесменов России и номинанты рейтинга молодых и успешных россиян по версии Forbes.

Данные вузов-лидеров описанного рейтинга представлены в Таблице 4.

Таблица 4. Показатели рейтинга 100 лучших российских вузов по версии Forbes, 2020 г.

№	Учреждение	Качество образования	Качество выпускников	Фактор Forbes	Итоговый балл
1	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»	31.51	20.06	16.5	68.07
2	Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова	24.5	23.05	20	67.55
3	Московский физико-технический институт (национальный исследовательский университет)	22.97	16.57	13.5	53.04
4	Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина	25.54	17.94	7	50.48
5	Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»	31.88	7.89	8	47.77
6	Московский государственный технический университет имени Н.Э.Баумана	23.47	17.09	6.5	47.06
7	Национальный исследовательский Томский политехнический университет	27.81	10.65	7	45.46
8	Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных	26.82	8.78	9.5	45.1

	технологий, механики и оптики				
9	Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ	20.16	22.82	2	44.98
10	Московский государственный институт международных отношений МИД РФ	27.19	3.3	13	43.49

Далее следует рейтинг **Times Higher Education**, составители которого исследовали вузы из 79 стран и выбрали лучшие университеты мира по качеству преподавания и исследовательской деятельности, уровню распространения знаний и инноваций. Также эффективность вузов и качество их материальной базы оценивается ТНЕ на основе финансовых показателей. В Таблице 5 представлены данные вузов-лидеров данной системы оценивания.

Таблица 5. Показатели рейтинга Times Higher Education, 2020 г.

Рейтинг в мире	Учреждение	Балл	Академическая среда	Исследовательская репутация	Цитирование	Инновации для бизнеса	% иностран. студ. и преп.
1	Оксфордский Университет	95.4	90.5	99.6	98.4	65.5	96.4
2	Калифорнийский технологический институт	94.5	92.1	97.2	97.9	88.0	82.5
3	Кембриджский университет	94.4	91.4	98.7	95.8	59.3	95.0
4	Стэнфордский Университет	94.3	92.8	96.4	99.9	66.2	79.5
5	Массачусетский технологический институт	93.6	90.5	92.4	99.5	86.9	89.0
6	Принстонский университет	93.2	90.3	96.3	98.8	58.6	81.1
7	Гарвардский Университет	93.0	89.2	98.6	99.1	47.3	76.3

Таким образом, проанализировав критерии рейтингов и определив их лидеров, для проведения бенчмаркинга (см. п. 1.3) и последующего анализа переводов отобраны веб-сайты следующих вузов:

- Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова;
- Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»;
- Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»;
- МГТУ им. Н.Э. Баумана;
- МГИМО МИД РФ;
- Санкт-Петербургский государственный университет;
- Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ;
- Московский физико-технический институт;
- Национальный исследовательский Томский политехнический университет.

Для последующей разработки стратегии повышения рейтинга вуза в рейтингах, а также для усовершенствования его контента представляется важным проанализировать содержание сайтов следующих вузов США и Великобритании, занимающих лидирующие позиции в рейтингах QS World University Rankings и Times Higher Education:

- Калифорнийский технологический институт
- Кембриджский университет
- Оксфордский Университет
- Стэнфордский Университет
- Массачусетский технологический институт.

Данные вузы на протяжении многих лет занимают лидирующие позиции в международных рейтингах, являются эталоном как в образовательной деятельности, так и в ведении своих веб-сайтов.

Изученная информация дает основания полагать, что рейтинги обеспечивают информацией потенциальных потребителей, чтобы те смогли сделать наиболее рациональный выбор. Основной задачей рейтингов является мотивация научно-образовательных учреждений к размещению полной информации об организации в открытом доступе. Как отмечалось в п. 1.1, контент сайта вуза играет значимую роль в достижении более высоких позиций в рейтингах, влияет на имидж организации. Вместе с тем критерии описанных ранее систем оценивания говорят о том, что университет должен постоянно совершенствоваться, чтобы занимать лидирующие позиции в рейтингах. Это касается и контента его сайта, так как он имеет определенную практическую значимость – это одно из немногих доступных орудий маркетинга в борьбе за потенциальных студентов. Можно наблюдать взаимосвязь между данными аспектами. Представляется важным также рассмотреть бенчмаркинг и его роль в процессе улучшения вузом своих показателей.

1.3 Применение бенчмаркинга в системе высшего образования

В ходе непрерывного научно-технического прогресса у вузов появляются и совершенствуются веб-сайты. Их главная задача – оставаться конкурентоспособными для совершенствования образовательного учреждения во всех аспектах его работы. Информация, транслируемая вузом в окружающую среду и отражающая его деятельность, должна быть выразительной, актуальной, соответствовать современным трендам общества, подчеркивать сильные стороны вуза. Среди отечественных исследователей теме бенчмаркинга в образовании особое внимание уделяли Н.Г. Багаутдинова (2010), Л.Н. Быкова (2011), В.А. Лазарев (2011), А.В. Щепилова (2009) и др.

Бенчмаркинг – это процесс выявления, изучения и адаптации лучшей практики и опыта других организаций для улучшения деятельности собственной организации (организации со схожими процессами, в своей

отрасли, независимо от отраслевой принадлежности, в своей стране или за рубежом) [Кэмп 2006, 59]. Термин *лучшая практика* относится к подходам и методам, обеспечивающим получение выдающихся результатов, инновационным в плане использования технологий и ресурсов и получившим признание потребителей и экспертов.

Для данного исследования представляется важным подробнее изучить некоторые характеристики бенчмаркинга, используемые в образовательной сфере. Сравнение результатов обучения и подготовки сводится к презентации сравнимых индикаторов, полученных из существующих на данный момент и доступных источников. Сравнение результатов полезно по многим причинам, не только как способ повышения качества результатов, но и для определения различий, сходства или уникальности отдельных образовательных систем. Например, применение сравнения результатов с последующим анализом поможет выделить относительные достоинства политики и практики образования. Сопровождаемое последующим анализом сравнение результатов может внести вклад в развитие различных систем и восприятие альтернативных подходов при достижении похожих результатов. Высшие учебные заведения в настоящее время должны совершенствовать свои услуги, превращая их в более актуальные, современные и востребованные. В этом и должен помочь бенчмаркинг, так как на сегодняшний день существует множество направлений повышения эффективности, совершенствования деятельности организаций.

Использование бенчмаркинга в вузах помогает проанализировать свои сильные и слабые стороны, определиться со стратегическими ориентирами для того, чтобы находиться на передовой линии, почерпнуть новые идеи, как в организации учебного процесса, так и в области продвижения образовательных услуг, следить за конкурентами и действовать активно. Более того, бенчмаркинг представляет собой альтернативу традиционному стратегическому планированию, открывая возможность перейти к планированию на основе анализа показателей конкурентов, в том числе и в

борьбе за лидирующее место в рейтингах и международных системах оценивания. Таким образом, технология бенчмаркинга собирает в единую систему разработку стратегии и анализ конкурентов.

С этой точки зрения, практическое применение бенчмаркинга высших образовательных учреждений можно обозначить в четырех последовательных действиях:

1. понимание деталей собственных процессов управления учебной, научной и инновационной деятельностью вуза;
2. анализ деятельности других вузов;
3. анализ веб-сайтов вузов;
3. сравнение результатов других вузов с результатами анализируемых университетов;
4. внедрение необходимых изменений для сокращения отрыва и выхода на лидирующие позиции.

Представляется важным отметить, что в настоящий момент бенчмаркинг в образовании становится глобальной техникой обмена вузами всех стран накопленным опытом для совершенствования своих услуг и продвижения, в том числе и через сайт вуза. Технология также применяется при анализе эффективности работы собственной организации. Таким образом, сравнение результатов может внести вклад в развитие систем.

Бенчмаркинг применяется не только при сравнении с основными конкурентами и при анализе эффективности работы собственной организации. Проведение конкурентного бенчмаркинга десяти вузов, отобранных в соответствии с рейтингами, показало, что данные образовательные учреждения постоянно совершенствуют свои внутренние процессы – осуществляют бенчмаркинговые мероприятия: организывают сотрудничество в рамках образовательных ассоциаций, сетей по развитию международного образования, площадки для экспертного обсуждения вопросов репутации для укрепления позиций на международной арене,

изучают передовой опыт ведущих организаций – поэтому вузы и являются лидерами отобранных рейтингов и систем оценивания.

В дополнение к вышесказанному необходимо обратиться к тому факту, что особую роль в методологии бенчмаркинга играют методы сравнения и анализа данных. Здесь необходимо учитывать тот факт, что данные могут быть представлены качественно и количественно. Качественный подход к представлению данных, как правило, предполагает обсуждение и анализ того, что и каким образом достигнуто, подробный словесный обзор практики, на основе которого выносятся экспертная оценка лучшей практики. В противоположность ему количественный анализ предполагает наличие конкретных цифр, показателей деятельности и результатов, индикаторов. Для облегчения проведения сравнения качественной информации практикуют выработку определенных согласованных критериев для оценки деятельности вуза в целом или конкретного процесса.

В данном исследовании такими критериями являются:

- обучение, преподавание;
- поддержка студентов;
- научные исследования;
- внешние связи;
- поступление и проходные баллы.

Как представляется, именно данные критерии, выведенные из рейтинговых показателей оценки деятельности вуза, являются ключевыми для разработки стратегии усовершенствования контента веб-сайта высшего образовательного учреждения.

Таким образом, процесс бенчмаркинга имеет исследовательский характер, ведь это и поиск «эталона», и выработка показателей, индикаторов, их анализ, сравнение, и выбор путей достижения найденного идеала. Сравнение результатов может внести вклад в развитие различных систем и восприятие альтернативных подходов при достижении похожих результатов. Существует достаточное количество успешных случаев применения

бенчмаркинга в высшем образовании как в России, так и за рубежом, поэтому следует учитывать накопленный в этой сфере опыт.

В данном исследовании для разработки универсальной стратегии усовершенствования перевода веб-сайта бенчмаркинг предполагает сопоставление структуры и контента веб-сайтов десяти отобранных вузов, их перевода на иностранный язык и оценку иноязычной версии. Подобная работа позволяет не только создать «идеальный» вариант, но и определить ключевые факторы наполненности веб-сайта для привлечения абитуриентов. Известно, что ведущие вузы, применяющие бенчмаркинг в своей деятельности, создают себе благоприятную профессиональную репутацию, способствуют повышению имиджа университета, где результатом является комплексное развитие образовательного учреждения. Тем не менее, учитывая культурно-специфические различия, сложности при переводе, на данном этапе исследования представляется важным остановиться на основных аспектах локализации интернет-представительства вуза.

1.4 Локализация как адаптация текста при переводе

В настоящий момент технология локализации веб-сайтов является активно развивающимся переводческим направлением в отечественном переводоведении [Тараскина, Цыремпилов, Платицина 2019]. Термин *локализация* давно уже вошел в научную теорию и практику и используется в переводоведении в двух значениях: в более широком контексте как новая отрасль переводческой индустрии и в более узком значении как переводческая стратегия или дигитальная технология [Дашинимаева 2017].

Поскольку локализация получила широкое распространение с появлением компьютеров, новых информационных технологий, ученые логично связывают ее с процессами глобализации и интернационализации [Esselink 2000]. Локализация является заключительной стадией в общемировом процессе глобализации продукта, промежуточная стадия – интернационализация – охватывает этапы планирования и технической

подготовки продукта для использования в любой местности. Происходит адаптация продукта для международного рынка, с целью снятия всех культурных особенностей, завершается весь процесс стадией локализации, представляющей собой лингвистическую и культурную адаптацию продукта для целевой локали (страны, местности, языкового сообщества) [Esselink 2000].

В качестве переводческой стратегии или технологии, локализация представляет собой процесс творческой адаптации текстовых и графических компонентов к местным лингвистическим и культурным нормам, а перевод выступает в данном процессе как один из методов или этапов работы [Дашинимаева 2017]. Кроме собственно переводческих умений от локализатора требуется владение информационно-технологической компетенцией и знаниями особенностей межкультурной коммуникации, успешность которой возможна при условии учета социокультурных маркеров языка пользователей. Следовательно, специалисты должны обладать достаточными знаниями использования информационных технологий.

Недостаточно только преобразовать письменный текст с языка оригинала на язык перевода. Известно, что определенную трудность может представлять специфическая терминология, при переводе которой следует учитывать узус, культуру и языковую картину мира носителей этого языка. Так, О.С. Непомнящая выделяет следующие объекты локализации, которые используются аудиторией другой страны:

- программное обеспечение (в том числе – обучающие лингвистические программы);
- веб-сайты (Интернет-магазины, международные порталы и т.д.);
- компьютерные игры;
- материалы международной виртуальной конференции;
- мультимедиа (например, видеоролики);
- маркетинговые и PR-материалы (рекламные буклеты, презентации о компании и т.д.) [Непомнящая 2017].

Таким образом, выделяются три задачи локализации веб-сайтов:

1. обеспечение поддержки языка и национальных стандартов является необходимым минимумом для того, чтобы веб-сайт мог выполнять свои функции в другой стране;
2. перевод текстов в интерфейсе сайта на целевой язык;
3. тонкая настройка под целевую страну (работа со словоформами, дополнительные стандарты, не влияющие на основную функциональность программы, учет национального менталитета и т.д.) [Непомнящая 2017].

Важно отметить, что веб-сайт в академическом дискурсе представляет собой визитную карточку университета, цель которого – выход на международный рынок для привлечения зарубежных абитуриентов. Необходимо, чтобы сайт был понятен, доступен и близок предназначенной аудитории. Университеты должны быть готовы к расширению связей с зарубежными партнерами – имеет смысл говорить о качественной англоязычной версии веб-сайта для информирования абитуриентов и адекватного позиционирования университета в международном научном сообществе, а также для определения себя в лидерах известных рейтингов и систем оценивания.

О.О. Сорокина отмечает, что в настоящий момент специалисты в области локализации не просто занимаются адаптацией текстов. Качественно выполненный перевод должен соответствовать принципу эквивалентности регулятивного воздействия исходного текста и переводного текста. Также переводной текст должен быть хорошо видимым для поисковых систем, будучи при этом оптимизированным в соответствии с правилами страны, что влечет за собой требование перевода по параллелям между культурными особенностями исходного языка и переводящего языка [Сорокина 2018].

Представляется важным отметить, что первым шагом при переводе и локализации текста является предпереводческий анализ текста и выделение потенциальных переводческих трудностей. Эффективная локализация осуществляется на основе оценки контента веб-сайта с учетом требований

принимающей культуры. При создании дублирующего англоязычного сайта, ориентированного на представителей другой культуры, речь не может идти о «простом» переводе сайта на иностранный язык, так как целевая группа довольно разнородна. Здесь важно обратить внимание на семантическую эквивалентность единиц русского и английского языков, перевод слов широкой семантики, реалий, риторических вопросов, отрицаний и т.д. Особое внимание важно уделить формально-грамматическому членению (анализ структуры предложения на основании грамматических признаков составляющих его компонентов) и актуальному членению, определяющему коммуникативную структуру предложения, так как сравнение структуры высказывания в русском и английском языках демонстрирует несоответствие моделей тема-рематической организации высказывания, что может вызвать некоторую переводческую трудность. Задача адекватного перевода веб-сайта не может быть решена без учета актуального членения: в целях избегания искажения коммуникативной установки и различий воздействия информации рема и тема русского языка должны совпадать с ремой и темой английского языка. Следует учитывать тот факт, что для русского языка характерен линейный порядок построения высказывания от темы к реме в силу его гибкости, когда в английском языке положение ремы и темы не оказывает воздействия на порядок слов в предложении в силу его фиксированности.

Таким образом, на данном этапе перевода переводчик стремится обеспечить понимание исходного сообщения получателем: здесь учитывается принадлежность к иному языковому коллективу, иные знания и жизненный опыт, история и культура. В тех случаях, когда подобные расхождения могут воспрепятствовать полноценному пониманию исходного сообщения, переводчик устраняет эти препятствия, внося в текст перевода необходимые изменения.

Далее особое внимание следует уделить выбору переводческой стратегии, а именно выбору определенных переводческих трансформаций. Согласно определению Н.К. Гарбовского, переводческая трансформация это

«такой процесс перевода, в ходе которого система смыслов, заключенная в речевых формах исходного текста, воспринятая и понята переводчиком в силу его компетентности, трансформируется естественным образом вследствие межъязыковой ассиметрии в более или менее аналогичную систему смыслов, облакаемую в формы языка перевода» [Гарбовский 2004, 56]. Выделяют выделяет следующие виды переводческих трансформаций:

- Лексико-семантические замены – способ перевода лексических единиц оригинала путем использования в переводе единиц, значение которых не совпадает со значениями исходных единиц, но может быть выведено из них с помощью определенного типа логических преобразований. Основными видами подобных замен являются **конкретизация** (замена единицы с более широким значением на единицу с более узким значением), **генерализация** (замена единицы, имеющей более узкое значение, единицей с более широким значением) и **модуляция** (смысловое развитие мысли оригинала при переводе), основанные на метонимическом переносе.
- Грамматические замены – способ перевода, при котором грамматическая единица в оригинале преобразуется в единицу с иным грамматическим значением, например, замена части речи или членов предложения.
- Членение предложения – способ перевода, при котором синтаксическая структура предложения в оригинале преобразуется в две или более предикативные структуры языка перевода.
- Объединение предложений – способ перевода, при котором синтаксическая структура в оригинале преобразуется путем соединения двух простых предложений в одно сложное.
- Перегруппировка семантических компонентов – перераспределение компонентов предложения, которые в результате сохраняют свой коммуникативный потенциал, при этом изменяя семантические функции.

- Перегруппировка формальных компонентов – перестановка и перераспределение отдельных смысловых компонентов, сопровождающаяся изменением порядка слов в исходной структуре в соответствии с особенностями актуального и формального членения языка перевода.
- Опущение – способ перевода, при котором слова, являющиеся семантически избыточными с точки зрения их смыслового содержания, опускаются.
- Дословный перевод (синтаксическое уподобление) – это способ перевода, при котором синтаксическая структура оригинала преобразуется в аналогичную структуру ПЯ. Этот тип «нулевой» трансформации применяется в тех случаях, когда в языке оригинала и языке перевода существуют параллельные синтаксические структуры. Синтаксическое уподобление может приводить к полному соответствию количества языковых единиц и порядка их расположения в оригинале и переводе.
- Калькирование – способ перевода лексической единицы оригинала путем замены ее составных частей – морфем или слов (в случае устойчивых словосочетаний) их лексическими соответствиями. Сущность калькирования заключается в создании нового слова или устойчивого сочетания, копирующего структуру исходной лексической единицы [Комиссаров 1990].

Хотелось бы отметить, что зачастую использование приема калькирования, или пословного перевода, происходит не в качестве переводческой трансформации, в результате которой получается текст на языке перевода, а как промежуточная стадия в процессе поиска оптимального варианта перевода и достижения его эквивалентности и адекватности. Как представляется, дословный перевод сводится к замене одних лексических единиц другими при сохранении синтаксической структуры высказывания. Таким образом, происходит достижение эквивалентности на низшем уровне –

синтаксическом. Чаще всего для достижения адекватности перевода синтаксическое оформление следует изменить, дойдя до семантического или прагматического уровня эквивалентности. Отступление от иерархии уровней эквивалентности, в свою очередь, приводит к нарушениям переводческой нормы, получившей название буквального перевода [Швейцер 1988].

Важным представляется тот факт, что локализация представляет собой форму межкультурной коммуникации, успешность которой возможна при условии учета социокультурных маркеров языка пользователей веб-сайтов, а осуществление прагматического воздействия на получателя информации составляет важнейшую часть любой коммуникации, в том числе и межъязыковой. Успешное решение данной задачи в значительной степени зависит от выбора переводчиком языковых средств при создании им текста перевода. Специфика определенного вида перевода зависит не только от языковых особенностей, которые обнаруживаются в соответствующем стиле каждого из языков, участвующих в переводе, но и насколько совпадают стилистические характеристики данного типа материалов в обоих языках. Если какие-то особенности обнаруживаются только в одном из языков, то при переводе происходит своеобразная стилистическая адаптация: специфические средства изложения в оригинале заменяются языковыми средствами, отвечающими требованиям данного стиля в языке перевода. Так, например, следует учитывать стремление английского языка к экономии языковых средств наряду с повышенной экспрессивностью, что характерно для рекламного дискурса, который преобладает на веб-сайтах университетов. Как известно, задача языковой экономии может решаться за счет синтаксической редукции, то есть использования структур вторичной предикативности (атрибутивных композитов или инфинитивных конструкциях и пр.), но информационная плотность высказывания, как и экспрессивность используемых средств, намного выше, чем в аналогичных структурах русского языка. Это особенно выражается в использовании аллитерации,

консонанса или ассонанса, иностранных заимствований, парных синонимов и др.

Иными словами, основой для принятия переводческих решений при локализации веб-сайтов вузов должен стать учет межъязыковых структурных и стилистических различий.

Таким образом, можно сделать следующие выводы: в процессе локализации вебсайтов университетов определенные трудности для переводчика могут представлять контент сайта, учет характерные особенности реципиента, различия в языковых картинах мира, а также структурные и стилистические межъязыковые различия. Важность решения данных задач объясняется тем, что локализация не только повышает лояльность к сайту высшего образовательного учреждения среди пользователей, но и является важным инструментом, с помощью которого можно привлечь целевую аудиторию.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ I

Изученная информация позволяет сделать вывод о том, что для формирования имиджа университета все чаще используется его официальный сайт, поскольку это весьма удобный и эффективный способ формирования общественного мнения. Сайт является контролируемым средством коммуникации, с помощью которого вуз может генерировать такие формы взаимодействия с адресатом, которые в наибольшей степени отвечают его потребностям. При этом качество самого сайта также является признаком, формирующим имидж. Поэтому наличие локализованной версии, включающей в себя также трехмерную графику, хорошую навигацию, большое количество удобных гиперссылок, профессионально сделанных и разнообразных видеоматериалов, способно формировать имидж университета, а также влиять на выбор целевой аудиторией места обучения.

В данной главе представлена теоретическая база по теме исследования: проанализированы основные структурные элементы и контент веб-сайтов, их роль в деятельности вуза. Изучены ведущие российские и международные рейтинги, определены их лидеры для последующего анализа их перевода на иностранный язык. Рассмотрено понимание локализации и ее роль при переводе интернет-представительства высшего образовательного учреждения. Изучен бенчмаркинг как систематическая деятельность, направленная на совершенствование всех процессов организации, которая дает возможность использовать накопленный опыт и взаимовыгодный обмен знаниями, что является эффективной стратегией для повышения качества образования, которую необходимо применять уже сегодня.

Выполнен анализ основных задач локализации веб-сайтов университетов и основных трудностей, с которыми сталкивается переводчик в рамках данного процесса, например, учет культурно-значимых и социальных факторов принимающего языка, структурных и стилистических различий и пр.

Сделан вывод о том, что локализация получает всё большее распространение в связи с развитием информационных технологий, возрастающим количеством веб-сайтов и с потребностью в их переводе.

ГЛАВА II. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА КОНТЕНТА РУССКОЯЗЫЧНЫХ ВЕБ-САЙТОВ ВУЗОВ

Как представляется, для эффективного использования иноязычной версии веб-сайта наиболее важным для переводчика является стремление достичь прагматической эквивалентности. Данная работа требует прагматической адаптации, осуществляемой посредством различных трансформаций при переводе.

2.1 Универсальные структурные элементы веб-сайтов вузов

Повышение удобства сайта для пользователей является одной из основных задач его информационного обслуживания. В современных условиях требованиям удобства отвечает информационные продукты, реализованные в веб-среде, которые дают возможность наиболее адресного представления информации конкретному пользователю, а также возможность подстроить данные именно под запросы пользователя, то есть персонафицировать контент.

Информация веб-сайта традиционно разбита на отдельные информационные блоки, объекты с присвоением ссылок, тем самым создавая уникальный контент по критериям, которые задает потребитель – происходит персонализация информации. Для предоставления подобного доступа к данным сайт должен иметь определенный интерфейс, отвечающий требованиям юзабилити (полезности, удобства использования Интернет-ресурса в определенных целях), где пользователи могли бы задавать собственные предпочтения, получать ответы на главные вопросы и так далее. Соответственно, структура каждого типа информационного объекта определяется отдельными потребителями данных.

Текстовый контент веб-сайтов состоит из:

- информационных блоков;

- интерфейса, который распределяет блоки по задаваемым пользователями критериям.

Согласно результатам исследования Н.И Гендиной, Н.И. Колковой и О.И. Алдохиной, в ходе которого был проведен анализ более 600 публикаций на тему сайтостроения, выявлено, что в настоящее время большинство специалистов интересуются больше технической стороной вопроса создания веб-сайта, чем вопросом его наполнения [Гендина, Колкова, Алдохина 2010]. Именно поэтому необходимо отобрать из существующих исследований наиболее релевантные для веб-сайта вуза постулаты не только структурного, но и содержательного плана.

Е.Г. Проскурин выделяет следующие типы компонентов структуры веб-сайтов:

- 1) условные обозначения (символы, используемые в навигации веб-сайта);
- 2) фотографии и рисунки;
- 3) вербальные компоненты;
- 4) паралингвистические средства (цвет, шрифт, рамки, разделительные линии и т.д., то есть средства, которые обладают неязыковой основой и взаимодействуют с вербальными элементами текста опосредованно);
- 5) параграфемные средства, например, введение рисунка в текст вместо буквы, сочетания букв или целого слова [Проскурин 2010].

А.Е. Гульшина, разработала следующие рекомендации к написанию текста веб-сайта:

- простые и содержательные заголовки;
- использование нейтрального языка;
- использование стандартной терминологии;
- отведение отдельного абзаца для каждой идеи;
- использование исходящих гипертекстовых ссылок;
- меньшее количество слов, чем в обычных статьях;

- выделение ключевых слов (гипертекстовые ссылки с определенным цветом и шрифтом);
- визуальное членение текста с использованием подзаголовков;
- списки с маркерами;
- графические элементы (в случае, если они дополняют текст) [Гульшина 2010].

В исследовании Е.Е. Анисимовой, посвященном изучению креолизованных текстов, «в структуре которых наряду с вербальными средствами используются иконические (фотография, рисунок, карикатура), а также средства других семиотических кодов (шрифт, цвет)», говорится о богатом прагматическом потенциале паралингвистических средств – это графические, структурные, иконические (изобразительные) элементы, которые обладают теми же функциями, что и любой другой креолизованный текст, а именно: *аттрактивной, информативной, экспрессивной и эстетической* [Анисимова 2003]. Подобного рода тексты, в которых естественным образом соединяются вербальный и невербальный коды, часто становятся средством реализации интенции адресанта. Для данного исследования представляется важным рассмотреть каждую функцию подробнее, так как они являются релевантными при создании веб-сайта вуза.

Аттрактивная функция заключается в привлечении внимания пользователя к странице. Большинство современных сайтов создается с учетом элемента под названием *above-the-fold* – верхней половины видимой части сайта, то есть «шапки» сайта. Именно она является ключевой в привлечении пользователей.

Как видно на рисунках 1 и 2, почти всю верхнюю половину страницы занимает одно изображение с некоторыми текстовыми «вкраплениями», которое спустя время автоматически сменяется другим ярким изображением, образуя слайд-шоу. Как представляется, ключевая информация изображается в виде заголовка и небольшой аннотации под ним, более подробные данные можно получить, нажав на заголовок или картинку в целом.

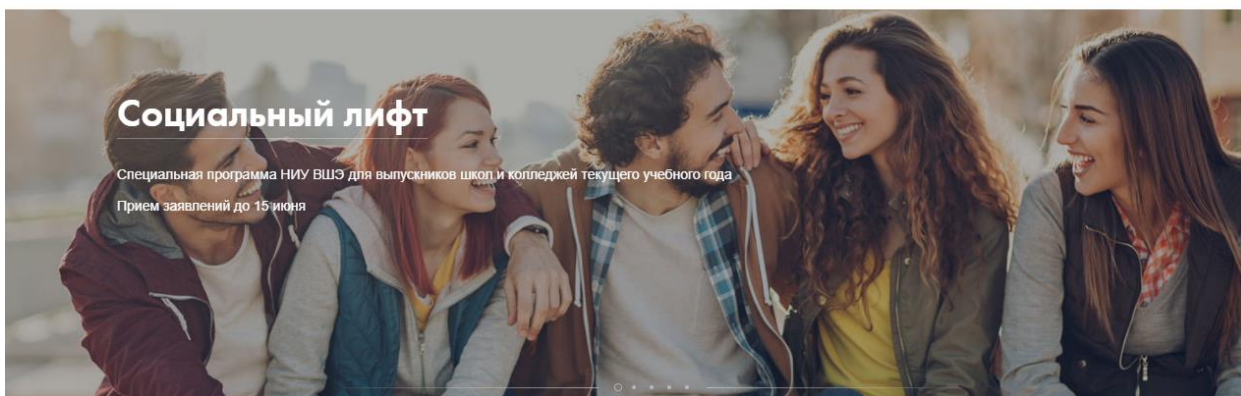


Рис. 1. Использование аттрактивной функции изображения в качестве «шапки» (сайт НИУ ВШЭ)

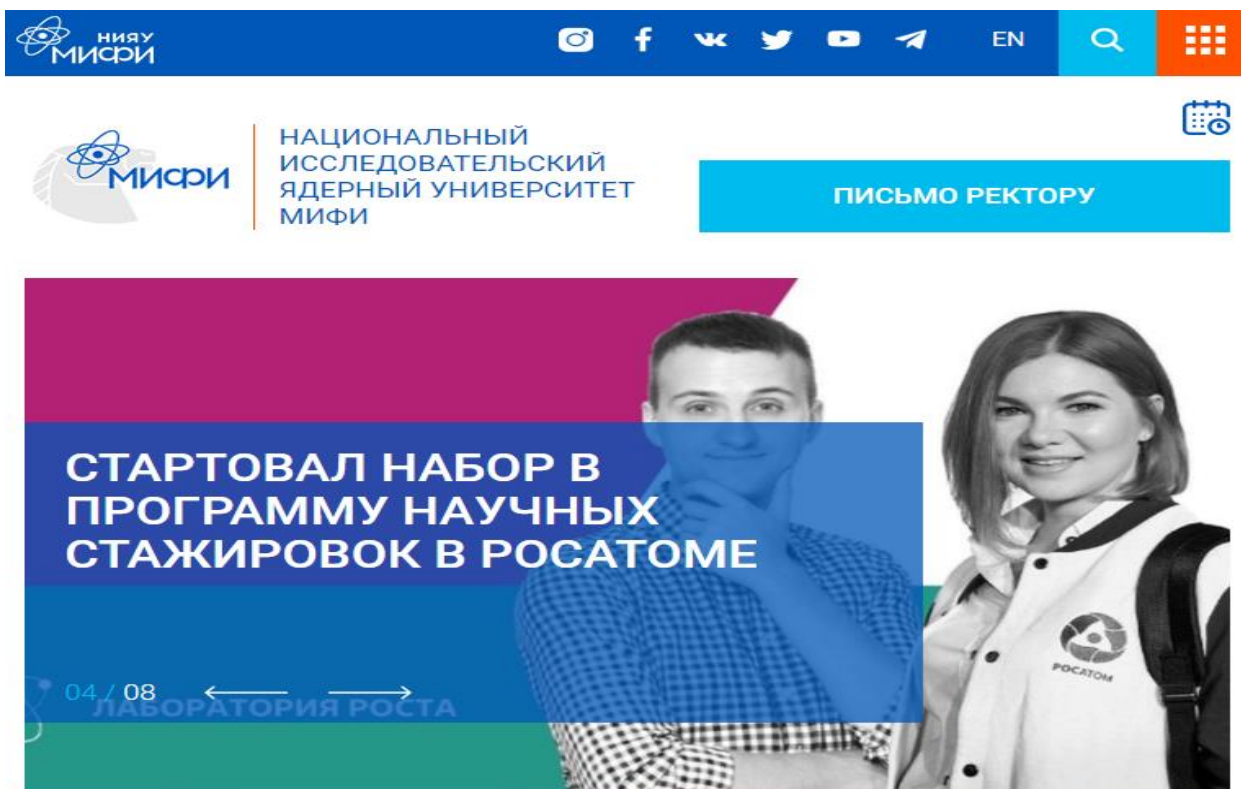


Рис. 2. Использование аттрактивной функции изображения в качестве «шапки» (сайт НИЯУ МИФИ)

Помимо «шапки» сайта, изображения привлекают внимание пользователя и в новостной ленте интернет-представительства университета. Например, на рисунке 3 видно, что новости формируют некоторую последовательность, состоящую из заголовка и изображения, а также аннотации.

НОВОСТИ



НОВОСТИ

Краткий отчет о ректорском совещании 11 мая

11 мая 2021



НОВОСТИ

Университет празднует 76-ю годовщину Великой Победы

9 мая 2021



НОВОСТИ

Все пути в Арктику ведут из Петербурга: СПбГУ расширяет сотрудничество с Францией

2 мая 2021



КРУПНЫМ ПЛАНOM

Почетный профессор СПбГУ Геннадий Богомазов: нравственность — во главе угла

30 апреля 2021

Рис. 3. Использование аттрактивной функции изображения в новостной ленте (сайт СПбГУ)

Информативная функция заключается в пояснении текстовой информации. Как правило, это могут быть мультимедийные презентации, видеоролики или инфографика, располагающаяся рядом с текстом (рис. 4).



Новосибирский государственный университет – уникальное место пересечения науки и образования. Здесь эти две сферы неотделимы друг от друга: именно они помогают университету двигаться вперед, открывая своим студентам и выпускникам совершенно невероятные возможности для работы и дальнейших исследований после выпуска.

Вокруг университета собраны исследовательские институты более чем 100 научных направлений, которыми занимаются ученые во всем мире. Это позволяет студентам НГУ с самых ранних курсов заниматься серьезной – настоящей – наукой и быть частью научного сообщества.

По физическим и естественным наукам Новосибирский государственный университет уверенно держит лидерство среди университетов мира. Первенство университета подтверждается участием ученых в международных коллаборациях, а также признанием результатов исследований: в 2015 году Европейский центр ядерных исследований выбрал для строительства суперколлайдера модель, которую предложили ученые Института ядерной физики – выпускники и преподаватели НГУ.

Рис. 4. Использование информативной функции в качестве пояснения к фотографиям (сайт НГУ)

Экспрессивная функция схожа с аттрактивной за одним исключением: аттрактивная функция воздействует на зрительный аппарат пользователя, а экспрессивная затрагивает его чувства. Данная функция заключается в активизации эффекта ореола, в результате которого формируется определенное первое впечатление пользователя (рис. 5). В большинстве

случаев оно складывается после просмотра видеороликов за счет того, что у посетителя веб-сайта на подсознательном уровне создается ассоциация между собой и изображенным человеком.

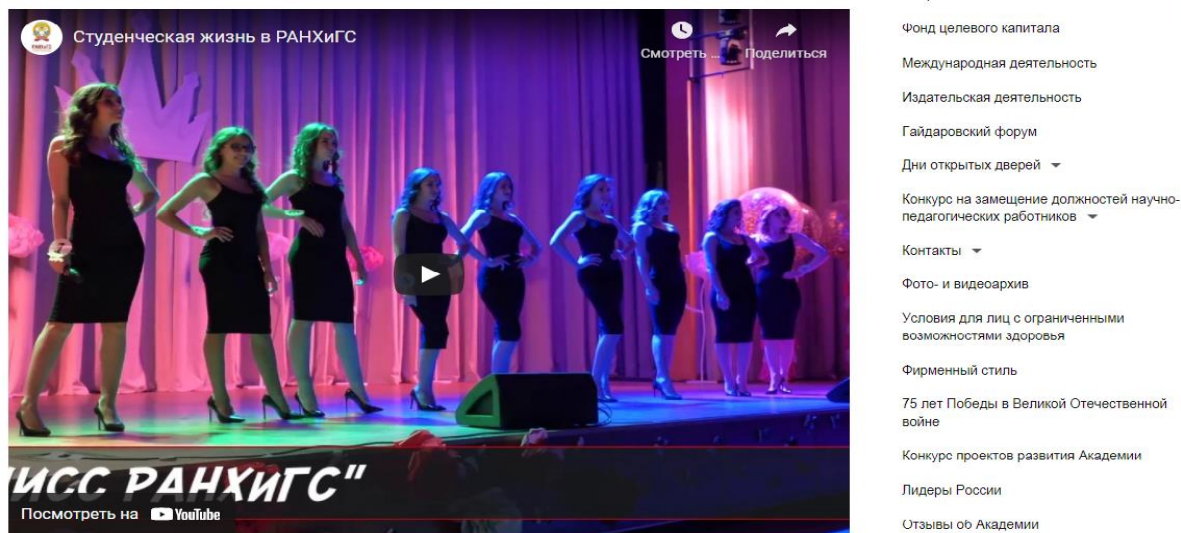


Рис. 5. Пример использования экспрессивной функции на сайте РАНХиГС

Эстетическая функция прослеживается реже, чем ранее перечисленные функции, но, тем не менее, является неотъемлемой частью каждого сайта и реализуется в формировании некоего идеала наглядного представления информации.



Рис. 6. Пример использования эстетической функции на сайте МФТИ

Таким образом, проиллюстрированные примеры подтверждают, что паралингвистические элементы веб-сайта обладают такими же функциями, что и креолизованные тексты, что позволяет отнести к данной категории веб-сайты.

Говоря о жанрообразующих элементах, которые формируют взаимодействие веб-сайта и пользователя, важно отметить, что они исходят от некоторой «приверженности» к институциональному дискурсу.

В.И. Карасик выделяет следующие виды институционального дискурса: политический, дипломатический, административный, юридический, военный, педагогический, религиозный, мистический, медицинский, деловой, рекламный, спортивный, научный, сценический и массово-информационный [Карасик 2000]. Как представляется, виды дискурса могут быть связаны друг с другом, видоизменяться с течением времени.

Современный веб-сайт образовательного учреждения в силу своей природы объединяет в себе несколько видов дискурса:

- административный – иерархическая структура сайта, разделение университета на факультеты и кафедры с отдельными административными аппаратами;
- педагогический – в силу направленности сайта на педагогический состав и главной функции любого университета – образования;
- деловой – наличие официальной документации на сайте и т.д.;
- рекламный – привлечение абитуриентов;
- научный – информация о научных школах, публикациях, конференциях и т.д.;
- массово-информационный – направленность сайта на привлечение широкой аудитории, состоящей из нескольких целевых групп для их информирования.

Совокупность признаков всех упомянутых дискурсов и будет определять уникальный дискурс определенного веб-сайта.

В лингвистической теории сайтостроения выделяются следующие семь принципов, которые могут стать основой для практической части исследования (см. п.п. 2.3). Кратко рассмотрим каждый из них:

- принцип системного подхода – целостность сайта как системы, каждый элемент которой находится в тесном взаимодействии с другими;
- принцип типологического подхода – учет всех принципиальных особенностей университетского дискурса;
- принцип системно-функционального подхода – определение модели контента всех рубрик сайта;
- принцип технологического подхода – изучение существующих сайтов со схожей тематикой, выявление особенностей механики, использования паралингвистических средств;
- принцип формализации – разделение разработки сайта на стадии, разбиение рубрик по содержанию/важности;
- принцип культурологического подхода – локализация сайта на иностранный язык;
- принцип пользовательско-ориентированного подхода – упрощение разработки контента и рубрикации сайта при заранее обозначенных потребностях целевой аудитории [Гендина, Колкова, Алдохина 2010].

Таким образом, были рассмотрены универсальные структурные элементы веб-сайтов вузов, их функции, лингвистический дизайн веб-страниц, основные недостатки контента веб-сайтов. Можно сделать вывод о том, что локализация предполагает лингвистическую и прагматическую адаптацию контента веб-сайта, а перевод является частью процесса локализации. Локализация может проводиться частично, хотя некоторые элементы требуют не только перевода, но и полноценной переработки – написания нового текста. Обязательному переводу подлежат стандартные элементы пользовательского интерфейса: меню, навигация, выпадающие списки, текстовые подсказки, сообщения об ошибке, формы для заполнения [Сухарева, Шурлина 2013]. Здесь при переводе следует учитывать наличие устойчивых выражений,

выявить более понятное распределение информации для избежания непонимания со стороны иноязычного пользователя. Перед применением изученной информации на практике – созданием рекомендаций по усовершенствованию веб-сайта МГПУ – представляется важным остановиться подробнее на анализе веб-сайтов ведущих высших учебных заведений США и Великобритании.

2.2 Исследование контента веб-сайтов зарубежных высших образовательных учреждений

Как упоминалось ранее, гармоничное развитие информационного общества возможно при условии использования веб-сайтов на разных языках. Взаимопонимание между представителями разных культур может достигаться как в результате использования языка межнационального общения, так и в результате переводческой деятельности. Происходит интернационализация высшего образования, где одним из направлений для вуза является создание иноязычной версии официального сайта, а ориентиром и «примером» служат веб-сайты известных зарубежных вузов.

Одним из главных отличий является разница в восприятии информации иноязычными пользователями. В отличие от большинства русскоязычных ресурсов, на англоязычных сайтах присутствуют страницы, посвященные истории университета, системе ее ценностей и приоритетов, достижениям науки и отдельных студентов. В русскоязычных ресурсах зачастую присутствует калькирование западных образцов в названиях пунктов меню при существенном отличии их содержания.

В данной части исследования анализу подлежат пять сайтов высших учебных заведений США и Великобритании, отобранных в соответствии с их местом в известных зарубежных системах оценивания (см. п. 1.2): Гарвардский университет (Harvard University), Стэнфордский университет (Stanford University), Массачусетский технологический институт

(Massachusetts Institute of Technology), Кембриджский университет (University of Cambridge), Оксфордский университет (University of Oxford).

Говоря о содержании Интернет-представительств зарубежных вузов, представляется важным провести их лингвистический анализ для выявления инструментов воздействия на целевую аудиторию с целью разработки стратегии усовершенствования контента английской версии веб-сайтов университетов России, и достижения эффективности сайта в иноязычной среде. Одним из существенных факторов выступает выбор языковых средств реализации локализации (см. п. 1.4).

Рекламный характер анализируемого контента, обусловленный коммуникативной целью привлечь абитуриента и повлиять на его действия, формируется благодаря использованию следующих приемов:

- 1) прилагательных, имеющих положительную коннотацию: *fun and quirky, elite but not elitist, inventive and artistic, obsessed with numbers; a world-leading centre of learning, teaching and research and the oldest university in the English-speaking world; MIT entrepreneurs make a sizable global impact; Oxford has a distinctive collegiate structure; opportunities for innovative partnerships with business; programs where groundbreaking research is happening every day; offers an unparalleled student experience and a generous financial aid program; opportunities for innovative partnerships with business; Stanford's culture of collaboration drives innovative discoveries; our graduate students represent one of the most talented and diverse cohorts in the world; 38 Oxford colleges, which are financially independent and self-governing; MIT Libraries serve as a crucial partner and a source of important research; the widest possible student access to the University; our community gains tremendous strength; our history is rich and inspiring; the Institute's portfolio of massively open online courses, offers flexible access to a range of courses; a large, internationally-renowned institution; offering a truly global education* и др.;

- 2) высказываний о миссии / целях университета, имеющих положительную коннотацию: MIT's exceptional community pursues its *mission* of service to the nation and the world; the University of Cambridge's *mission* is to contribute to society through the pursuit of education, learning and research; our *main goal* is to inspire, educate and empower; our *mission* is to develop and strengthen ties between our Alumni; our ultimate *goal* is to develop international relations; the Stanford School of Science Program's *mission* is to educate and train compassionate and diverse masters of science и др.;
- 3) призывы к дальнейшему посещению разделов сайта: *read more* about Harvard Ed Portal; *check out* our Oxford glossary and all will become clear; if you are interested in undergraduate study, please *consult* our information on colleges; *find out* more about Cambridge and public engagement; *learn more* about the University's history; *check out* the opportunities we have for tours; for more information, *please visit* the Harvard Coronavirus website; *find out* about the governance of the University; *find out* about the senior University Officers; *read more* about how students pay for Stanford; *get more* information about tours and visiting Harvard; *here's a look* at Stanford people, places and experiences, past and present; *immerse yourself* in our past and see into our future» и др.

Отличительной особенностью текстов англоязычных веб-сайтов является использование приема синтаксического параллелизма, который отражается в повторе параллельных конструкций, а именно парных синонимов: different sections, including *academic* and *administrative* departments; Oxford aims *to deliver* an exceptional education, *to carry out* world-leading research, and *to make* significant contributions to society - *locally*, *nationally*, and *internationally*; Stanford *people*, *places* and *experiences*, *past* and *present*; giving students an opportunity *to discuss* and *explore* their subject; Stanford – a place for *learning*, *discovery*, *innovation*, *expression* and *discourse*;

each department organises *teaching* and *research*; MIT is committed to *generating, disseminating, and preserving* knowledge; the University of Oxford continues to attract *the most talented students* and *the most talented academics*; *recognition* and *reward* of the University's staff as its greatest asset; *supervises* graduate students, *examines* graduate theses, *organises* lectures; measured the University's impact *regionally, nationally* and *globally*; *designing, inventing, collaborating,* and *translating* students' expertise to reach the world; undergraduates *work* shoulder to shoulder with faculty, *tackle* global challenges, *pursue* fundamental questions, *translate* ideas into action; iconic courses emphasize *designing, inventing, collaborating,* and *translating* students' expertise to reach the world; the close inter-relationship between *teaching, scholarship, and research* и др. Как представляется, данные конструкции придают тексту упорядоченность и повышают его экспрессивность.

Для сокращения объема информации и удобства чтения широко используются атрибутивные композиты: offers *part-time, flexible* courses; the people of MIT value *hands-on* problem solving; we run a set of *Vice-Chancellors* Awards; should only present a *short-term* interruption to 250 years of improving life expectancy; '*first-generation* learners' – a substantial number of pupils around the world; *First-Year* Class Profile; *need-based* financial aid program; the University has twelve *degree-granting* schools; a smart *street-mapping* initiative; *internationally-renowned* institution; financially independent and *self-governing* colleges; admissions from *low-income* neighbourhoods are up by 50%; learn *first-hand* about our vibrant graduate community; *open-source* ventilator designed by Cambridge team; libraries with a *world-class* collection of books; from *two-person* faculty start-ups to global corporations и др.

Имеет смысл предположить, что данные приемы используются в качестве оказания влияния на адресата и продажи услуг, ведь иноязычный абитуриент планирует получение качественного академического образования. Ранее упомянутые приемы и приведенные примеры могут служить

ориентиром для переводчиков русскоязычных веб-сайтов вузов для избежания калькирования.

Необходимо также отметить тот факт, что на проанализированных сайтах вузов США и Великобритании преобладает лаконичная навигация с выпадающим списком и множеством гиперссылок на разные разделы сайта. Элементы навигации Интернет-представительств университетов рассмотрены в Приложении 2.

Таким образом, стилистика зарубежных сайтов действительно и выразительна. Отобранные примеры наглядно демонстрируют тот факт, что стремление английского языка к лаконичности, сжатости и емкого описания ситуации может стать эталоном в разработке локализованной версии веб-сайта российского образовательного учреждения.

2.3 Локализация и перевод сайтов вузов России на основе бенчмаркинга

Перевод сайтов является довольно специфическим и сложным процессом. Создание адекватного перевода требует от специалиста как отличного знания языков, так и некоторых сугубо технических аспектов, связанных с версткой сайтов, их продвижению в поисковых системах и т.д. Еще одна сложность состоит в том, что помимо перевода, данный процесс также состоит из преобразования текста в графических и мультимедийных объектах, адаптации контента сайта под культурную специфику целевой аудитории, работу с мета-тегами и др. – все изменения должны после вписаться в оригинальный дизайн, структуру и логику Интернет-представительства.

Представляется важным обозначить, что при изучении практик переводов англоязычных версий веб-сайтов использовался принцип поискового бенчмаркинга – это методика, позволяющая анализировать веб-сайты конкурентов со схожей тематикой, что дает возможность понять, что помогло им стать лидерами рейтингов. Данную методику можно применить к анализу переводов, так как она способствует предоставлению понимания того,

благодаря чему университеты лидируют, привлекая больше иностранных студентов, и тем самым, добиваясь более высоких позиций в международных системах оценивания.

Важно отметить тот факт, что структура веб-сайтов университетов России зачастую является достаточно комплексной за счет наличия множества вкладок и выпадающих списков. Как представляется, данное разграничение информации позволяет точно разбить данные для пользователей по определенным категориям и тематике без дополнительных усилий для поиска нужной информации на одной странице со множеством пунктов, но, тем не менее, может заметно усложнить структуру веб-сайта, вынуждая пользователей переходить со страницы на страницу, замедляя процесс поиска данных.

В данной части исследования представляется важным провести анализ некоторых элементов навигации, кнопок, флэш-заставок, заголовков и других неизменных объектов англоязычных версий веб-сайтов вузов России, занимающих лидирующие позиции в рейтингах. На основании исследования А.А. Личмана принято решение проанализировать раздел «About the University» («Об университете»), к которому наиболее часто обращаются различные целевые группы. Данный раздел обычно включает разнообразную информацию в виде выпадающего меню. Это может быть история университета, миссия университета, стратегические планы на 10–15 лет, администрация университета, учебное управление, колледжи и школы, входящие в состав университета, документы об аккредитации, рейтинги университета по разным системам оценки, интересные факты об университете, например, перечень нобелевских лауреатов, президентов и т.п.

2.3.1 Московский государственный университет имени М.В Ломоносова

По сравнению с оригинальной русскоязычной версией веб-сайта функционал локализованной версии МГУ довольно ограничен: информация адаптирована под носителя иностранного языка, но структура сайта

представляет собой несколько страниц, образующих «визитную карточку» или информационный портал университета. В таблице 6 представлено навигационное меню и анализ контента англоязычной версии веб-сайта МГУ.

Таблица 6. Навигация и контент веб-сайта МГУ

Верхнее меню	
MSU Online	Сайты МГУ
Addresses	Адреса
Faculties	Факультеты и филиалы
Institutes	Институты
Centres	Центры
Site Map	Карта сайта
Search	Поиск

Боковое (основное) меню	
General Information	Общие Сведения
Admission And Studies	Учеба
Further Education	Дополнительное Образование
Research Priorities	Наука
International Cooperation	Международное Сотрудничество
Accommodation	Общежитие
Campus Life	Университетская Жизнь
Online Tour	Виртуальный Тур

Контент		
MSU seeks to develop cooperation with representatives of scientific and academic communities, universities,	МГУ стремится к развитию сотрудничества с представителями научного и академического сообщества, университетами,	Грамматическая замена, дословный перевод

public organizations around the world. The doors of Moscow University are open to foreign applicants, students, interns and teachers.	общественными организациями всего мира. Двери Московского университета открыты для зарубежных абитуриентов, студентов, стажёров и преподавателей.	
More than 10 000 foreign students, graduate students, interns from 90 countries annually visit Moscow State University for the purpose of training and participation in joint scientific programs.	Более 10 000 иностранных студентов, аспирантов, стажёров из 90 стран мира ежегодно посещают МГУ с целью обучения, повышения квалификации, участия в программах научных стажировок.	Дословный перевод
<i>As part of cooperation agreements with foreign partners, about 500 MSU students are going abroad for inclusive training, the same number of foreign students come to MSU from partner universities</i>	<i>В рамках программ включённого обучения около 500 студентов МГУ ежегодно направляются за рубеж. Такое же количество студентов МГУ ежегодно принимает из вузов-партнёров</i>	Модуляция, объединение
Residence halls of Lomonosov Moscow State University are a set of modern campuses for students, PhD students and academic staff.	Общежития МГУ имени М.В. Ломоносова представляет собой комплекс студенческих городков, обеспечивающих условия для комфортного проживания студентов, аспирантов и профессорско-преподавательского состава.	Дословный перевод, опущение
<i>Research Priorities in Sciences and Humanities at Moscow State University</i>	<i>Перечень приоритетных направлений фундаментальных научных исследований МГУ</i>	Грамматическая замена, конкретизация

Таким образом, англоязычная версия сайта представляет собой русифицированную версию, переведено только текстовое наполнение, русские структуры не подвергались трансформации. Также представляется важным обращать внимание на необходимость уплотнения высказывания на

английском языке без значимых информационных потерь. Прием компрессии практически не используется.

2.3.2 Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

Локализованная версия веб-сайта ВШЭ представляет собой многофункциональный презентационный сайт с оригинальным контентом, функционалом, интерактивной составляющей в фирменном стиле университета. В таблице 7 представлено навигационного меню и анализ контента англоязычной версии веб-сайта.

Таблица 7. Навигация и контент веб-сайта ВШЭ

Основное меню	
About	О Вышке
Programmes & Courses	Образование
Admissions	Поступление
Research	Наука
International Support	-

Второстепенное меню	
Divisions	Факультеты и институты
Faculty & Staff	Преподаватели и сотрудники
International Partnerships	-
Academic Jobs	Работа в Вышке
Alumni	Выпускники
University Life	«Вышка для своих»

Контент		
In nine subject areas, HSE University is the only Russian institution to be	По девяти предметам является единственным <i>российским</i> вузом в мировых рейтингах	Дословный перевод

<i>represented in the global rankings</i>		
HSE University entered the rankings in five subject areas for the first time this year	По пяти предметам вошла в рейтинг впервые	Дословный перевод
According to the <i>Office of Student and Staff Benefits</i> , as of June 4, 142 students, 52 employees, and 8 lyceum students on the Moscow campus are sick with COVID-19. Over 800 students have been in contact with them and are currently in self-isolation. HSE University has lost nine staff members and one student to COVID since the start of the pandemic.	По информации <i>Управления социальной сферы</i> 4 июня 142 студента, 52 сотрудника и 8 лицейстов в московском кампусе <i>болеют коронавирусной инфекцией</i> . Более 800 учащихся были в контакте с ними и на две недели переведены на <i>дистанционный режим</i> . С начала пандемии в университете <i>от коронавирусной инфекции</i> погибли девять сотрудников и один студент.	Конкретизация, перегруппировка семантических компонентов
We would also like to inform you that students have the opportunity to return to distance learning should they wish to do so. In order to do this, <i>please contact</i> your study office.	Информируем также о том, что студенты по желанию имеют <i>возможность</i> вернуться на дистанционное обучение – для этого <i>нужно связаться</i> с учебным офисом.	Дословный перевод, членение, эвфемизация
Since September 2020, 202 <i>full-degree students</i> have violated the mask mandate. 150 students have been issued written reprimands and 49 have received oral warnings.	Всего с начала учебного года 265 <i>студентов основных образовательных программ</i> нарушили масочный режим. 150 студентам были объявлены дисциплинарные взыскания, 49 студентам вынесены <i>устные предупреждения</i> от деканов факультетов.	Дословный перевод, синтаксическая редукция

Веб-сайт НИУ ВШЭ наполнен как научно-образовательным текстом, направленным на информирование пользователей, так и рекламным текстом, выполняющим продвижение продуктов на рынке образовательных услуг. Тем

не менее, разделы зачастую перегружены информацией. Как представляется, подходящими приемами при переводе могут быть опущение, компрессия, членение, конкретизация для большего информационного уплотнения текста.

2.3.3 Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

Веб-сайт НИЯУ МИФИ довольно большой, структура выстроена грамотно, за основу взята оригинальная русскоязычная версия. Информация разделов представлена подробно и детально, доступна для любых пользователей, подкрепляется довольно большим количеством интерактивных элементов. В таблице 8 представлено навигационного меню и анализ контента англоязычной версии веб-сайта данного университета.

Таблица 8. Навигация и контент веб-сайта НИЯУ МИФИ

Основное меню	
About the university	Университет
Academic programs	Образование
Institutes	Институты
Faculty and staff	Преподавателям и сотрудникам
Our community	Обучающимся
Research	Наука
News and events	Главные новости
Contact us	Контакты

Контент		
The <i>original charter</i> was to <i>train people</i> for the nuclear industry, which had just begun to develop. The Head of the Soviet nuclear project, academician Igor Vasilyevich Kurchatov (<i>yes, the “father of the atomic bomb”</i>) – was one of the	<i>Основной целью</i> института являлась <i>подготовка</i> кадров для атомной отрасли. В создании и становлении МИФИ участвовали выдающиеся ученые, в том числе руководитель атомного проекта СССР	Перегруппировка формальных компонентов, грамматическая замена, конкретизация, модуляция

legendary University founders.	академик Игорь Васильевич Курчатов.	
On May 19-20, the 12th <i>International Scientific and Practical Conference</i> on the physics and technology of <i>nanoheterostructural microwave electronics</i> "Mockerov readings".	19-20 мая в <i>Национальном исследовательском ядерном университете «МИФИ»</i> состоялась 12-ая Международная Научно-практическая конференция <i>по физике и технологии наногетероструктурной СВЧ-электроники «Мокеровские чтения»</i> .	Перегруппировка семантических компонентов, калькирование, опущение
Representatives of leading Russian universities and institutes of the Russian Academy of Sciences, <i>research and production</i> institutions, as well as foreign organizations, took part in the "Moker Readings" in person and remotely.	В «Мокеровских чтениях» очно и дистанционно приняли участие представители ведущих российских вузов и институтов Российской академии наук, <i>научно-исследовательских</i> и производственных учреждений, а также зарубежных организаций.	Перегруппировка формальных компонентов, конкретизация
<i>The National Research Nuclear University "MEPhI" has completed the creation of the supporting structure and technological systems of the unique detector — TREK.</i>	В <i>Национальном исследовательском ядерном университете «МИФИ»</i> завершено <i>создание</i> несущей конструкции и технологических систем уникального детектора ТРЕК	Перегруппировка семантических компонентов
Students and postgraduates of MEPhI <i>are actively involved</i> in the creation of the detector, noted Anatoly Petrukhin	В <i>создании</i> детектора <i>активное участие принимают</i> студенты и аспиранты НИЯУ МИФИ, отметил Анатолий Петрухин.	Грамматическая замена, дословный перевод

Таким образом, частотными приемами при локализации сайта являются перегруппировка формальных и семантических компонентов. Тем не менее, необходимо наполнить текстовые данные стилистическими приемами для повышения экспрессивности.

2.3.4 Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана

Локализованная версия веб-сайта Московского государственного технического университета представляет собой современный информационный портал, тем не менее, некоторые разделы и интерактивный контент главной страницы остались на русском языке. В таблице 9 рассмотрено навигационное меню и контент англоязычной версии сайта.

Таблица 9. Навигация и контент веб-сайта МГТУ им. Баумана

Основное меню	
Admissions	Поступающим
Undergraduates	Обучающимся
University	Университет
Science	Деятельность
Press-center	Активность

Контент		
<i>The main purpose of IMTS was to «educate construction engineers, mechanical engineers and industrial technologists». IMTS achieved outstanding results in technology, chemical, food and textile industry, metal and wood treatment, and mechanical sciences.</i>	<i>Главной целью ИМТУ стало «образовывать механиков-строителей, инженеров-механиков, и инженеров-технологов». ИМТУ достигло выдающихся успехов в технологических науках, в химической, пищевой и текстильной промышленности, в металло– и деревообработке, в механике.</i>	<i>Перегруппировка семантических компонентов, дословный перевод</i>
<i>BMSTU has 19 departments providing full-time education. University provides postgraduate and</i>	<i>Обучение в МГТУ им. Н.Э. Баумана ведется на 19 факультетах дневного обучения. Работает, аспирантура и докторантура,</i>	<i>Опущение, конкретизация, перегруппировка формальных компонентов</i>

<p><i>doctorate programs</i> and has two affiliated secondary schools. More than 19,000 <i>students study</i> in BMSTU, and specialties cover all range of modern machine and instrument building.</p>	<p>два профильных лица. МГТУ им. Н.Э. Баумана <i>осуществляет подготовку</i> более 30 тысяч студентов практически по всему спектру современного машино- и приборостроения.</p>	
<p>Main parts of the University are eight scientific and educational divisions.</p>	<p>Основными структурными подразделениями Бауманского университета являются научно-учебные комплексы, <i>имеющие в своем составе факультет и научно-исследовательский институт.</i> Их — восемь</p>	<p>Опущение, объединение</p>
<p>All educational and scientific activities of BMSTU are <i>future-oriented</i>. It is taking part in conversion programs, <i>defining priorities</i> of new scientific areas development, developing foundations of government human resources system for high-tech industry</p>	<p>Вся педагогическая и научная деятельность коллектива МГТУ им. Н.Э. Баумана <i>нацелена в будущее.</i> Это — участие в конверсионных программах, <i>переоценка приоритетов</i> в развитии новых научных направлений в технике, разработка концептуальных основ государственной системы кадрового обеспечения национальной технологической базы, способной к реализации восполнения интеллектуального потенциала высокотехнологичных отраслей промышленности, эффективно и плодотворно воздействующей на процессы стабилизации отечественной экономики в интересах национальной безопасности и устойчивого развития России.</p>	<p>Грамматическая замена, опущение</p>

<p>BMSTU combines precise calculations with engineering intuition, follows traditions of Russian engineering school method, subtly appreciates new fields of activity, carries socioeconomic approach to complex engineering problems and humanist approach to education.</p>	<p>Сочетание точного научного расчета с инженерной интуицией, соблюдение традиций обучения инженеров по «русскому методу», тонкое ощущение новизны выбранных направлений в работе, социально-экономический подход к решению сложных технических проблем, гуманизация подготовки специалистов позволяют МГТУ им. Н.Э. Баумана оставаться на острие мирового научно-технического прогресса.</p>	<p>Грамматическая замена, конкретизация</p>
---	---	---

Локализованная версия сайта МГТУ требует пересмотра текстового наполнения разделов, сжатия (иногда опущения) информации для того, чтобы уплотнить текст, сделать его более лаконичным, но экспрессивным.

2.3.5 Московский государственный институт международных отношений МИД РФ

Англоязычная версия веб-сайта МГИМО МИД РФ представляет собой локализованный новостной портал – это упрощенная версия оригинального сайта. Тем не менее, система управления информацией вполне наглядна и удобна. В таблице 10 представлена навигация и анализ контента Интернет-представительства МГИМО.

Таблица 10. Навигация и контент веб-сайта МГИМО МИД РФ

Верхнее меню	
Home	-
News	Новости
Contacts	Контакты

Основное меню	
Basic facts	О МГИМО
Worldwide	Университеты-партнеры
Schools and Departments	Факультеты и учебные институты, кафедры
Education	Учеба
Research	Наука
Admissions	Абитуриентам
Campuses	Территория / Кампус (описание корпусов)
Social Life	Общественная жизнь

Контент		
MGIMO is Russia's major <i>think tank</i> on international relations and political science with a significant potential in the field of comparative and international law, world economy and international economic relations, public administration, energy diplomacy, ecology and environmental studies, management and transnational business, linguistics, sociology, public relations, culture and philosophy.	Московский государственный институт международных отношений МИД России является крупным <i>аналитическо-экспертным центром</i> по проблемам международных отношений и политологии, <i>имея также значительный потенциал</i> в области сравнительного правоведения и международного права, мировой экономики и международных экономических отношений, государственного управления, энергетической дипломатии, экологии, менеджмента и международного бизнеса, лингвистики, социологии, связей с общественностью, культурологии, философии.	Модуляция, конкретизация, опущение
In 2013 The School of Governance and Global Affairs was launched as	В 2013 году был создан Институт международных отношений и управления, на	Конкретизация

the first Russian school to train international students in English at Bachelor's level.	базе которого реализуется первый в России бакалавриат с обучением полностью на английском языке.	
Anatoly Torkunov related to the guest the history of the University and described current projects being implemented. He noted that the University counts many students from Kazakhstan who study at all levels and in different areas of training. The Rector also spoke of the <i>Kazakh community</i> and how it is actively involved in the creative life of the University.	Анатолий Васильевич рассказал об истории и сегодняшнем дне Университета, студентах из Казахстана, которые обучаются на всех уровнях и направлениях подготовки, активности <i>Казахстанского землячества</i> МГИМО в общественной, творческой жизни Университета.	Членение, дословный перевод
MGIMO pays special attention to cooperation with mass media. Press Office provides the latest information on upcoming events and responds to official inquiries about the University.	МГИМО уделяет особое внимание взаимодействию с различными средствами массовой информации. Пресс-служба Университета информирует о предстоящих открытых мероприятиях, оперативно реагирует на ваши обращения.	Дословный перевод

Сайт предоставляет детальную информацию о вузе. На локализованной версии веб-сайта МГИМО, как и на проанализированных выше, сайтах наблюдается тенденция к дословному переводу, к сохранению структуры, объемным предложениям, что делает текст трудным для восприятия. Более того, не используются стилистические и иные приемы привлечения целевой аудитории.

2.3.6 Санкт-Петербургский государственный университет

Как представляется, локализованная версия веб-сайта СПбГУ является многофункциональным и информационно насыщенным порталом, по внешнему виду и структуре напоминающим веб-сайт зарубежного вуза. В таблице 11 представлена навигация и фрагменты информационной составляющей сайта.

Таблица 11. Навигация и контент веб-сайта СПбГУ

Основное меню	
About	Университет
Education	Открытый университет
Admission	Поступающим
Research	Наука
Alumni Association	Выпускникам
Video Guides and Brochures	-

Контент		
The St Petersburg University Alumni Association is a non-profit organisation. It unites a <i>dynamic and enthusiastic community of graduates</i> irrespective of their age and fields of study.	Ассоциация выпускников СПбГУ — некоммерческая организация, формирующая <i>динамичное и заинтересованное сообщество универсантов</i> . Это объединение неравнодушных выпускников, которые <i>соединяют энергию, идеи и ресурсы для поддержки образования, науки и культуры и развития Университета и Ассоциации</i> .	Членение, опущение
From the date of its foundation in 1724 St Petersburg University has been <i>gathering, preserving and creating cultural,</i>	С основания в 1724 году Университет <i>собирал, сохранял и создавал культурные, научные и исторические ценности</i> .	Дословный перевод

<p><i>scientific and historical objects. Part of the University's heritage is on display in the University museums and in online exhibitions.</i></p>	<p>Часть достояния СПбГУ доступна для посещения или онлайн ознакомления.</p>	
<p>The history of the University is inseparably connected with the history of Russia and the history of science. <i>Many outstanding scientists and cultural figures studied, worked and lived here</i>; many great discoveries and inventions were made here. A lot of events that changed the course of history happened at the University.</p>	<p>История Санкт-Петербургского университета неразрывно связана с историей России и историей научного знания: <i>здесь учились, работали и жили великие деятели культуры и науки, совершались открытия и изобретения, происходили события, изменившие ход истории.</i></p>	<p>Перегруппировка формальных компонентов, членение</p>
<p>St Petersburg University <i>is actively involved</i> in creating and promoting an accessible and high-quality online education. The <i>course programmes</i> are developed by leading university lecturers who are world-class experts.</p>	<p>Санкт-Петербургский университет <i>активно участвует</i> в создании и продвижении доступного и качественного онлайн-образования. <i>Программы курсов</i> разработаны ведущими преподавателями университета — экспертами мирового уровня.</p>	<p>Дословный перевод, грамматическая трансформация,</p>
<p>The courses of St Petersburg University deal with quite diverse fields of liberal arts, natural and technical sciences, such as physics, history, linguistics, higher mathematics, art studies, geology, journalism, chemistry, sociology and much more.</p>	<p>Курсы Санкт-Петербургского университета относятся к самым разным областям гуманитарных, естественных и технических наук, таких как физика, история, лингвистика, высшая математика, искусствоведение, геология, журналистика, химия, социология и многое другое.</p>	<p>Дословный перевод</p>

Таким образом, дословный перевод с сохранением структуры исходного текста является частотной стратегией при локализации веб-сайта СПбГУ.

2.3.7 Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

На сайте РАНХИГС максимально полно отражается тематика ресурса, хоть он и является измененной версией русскоязычного Интернет-представительства вуза. Информация обновляется регулярно, о чем сообщает объемная интерактивная новостная лента. В таблице 12 представлено навигационное меню и некоторые данные контента веб-сайта.

Таблица 12. Навигация и контент веб-сайта РАНХИГС

Основное меню	
About us	Об Академии
Academic staff	Преподаватели и сотрудники
Structure	Структура
Contact RANEPA	Контакты
Information for media	Для СМИ
Programmes	Высшее образование
Admission	Подготовка к поступлению
Research	Наука
For students	Информация для студентов
Life@RANEPA	-

Контент		
<i>RANEPA has developed and is implementing more than 500 additional professional education programs; about 30% of</i>	<i>В Академии разработаны и реализуются более 500 программ дополнительного профессионального образования. Ежегодно</i>	Перегруппировка семантических компонентов, формальных компонентов

<i>these programs are updated annually.</i>	<i>обновляется около 30 % указанных программ</i>	
RANEPА has broad international contacts with leading foreign universities: it sends Russian students abroad, implements joint programs with leading international universities, and also trains foreign students.	Академия имеет широкие международные связи с ведущими зарубежными университетами. Академия не только направляет российских студентов за рубеж, реализует совместные программы с ведущими университетами, но также обучает зарубежных студентов.	Объединение, дословный перевод
RANEPА is the ideologist and project developer of the continuous education system in Russia. <i>We have developed</i> a concept for the modern system of continuous education for civil servants, <i>to help modernize</i> the system of advanced training and retraining of civil servants in the Russian Federation.	Академия является идеологом и разработчиком проектов системы непрерывного образования в России. <i>Нами разработана</i> концепция формирования современной системы непрерывного образования государственных гражданских служащих, <i>на базе которой возможна модернизация</i> системы повышения квалификации и переподготовки государственных гражданских служащих Российской Федерации.	Дословный перевод, грамматическая замена
We are always ready to answer your questions and assist you in obtaining comments or information about RANEPА and our events.	Мы всегда готовы ответить на ваши вопросы. Обращайтесь к нам по вопросам получения комментариев экспертов, мероприятиям Академии и любым интересующим вас темам.	Объединение

Как видно из примеров выше, дословный перевод (зачастую с сохранением структуры исходного текста) является частотной стратегией при локализации веб-сайта РАНХиГС при Президенте РФ.

2.3.8 Новосибирский государственный университет

Как представляется, англоязычная версия веб-сайта данного университета не обновляется в связи с пандемией и отсутствием возможности для иностранных студентов поступить в вузы России. Тем не менее, сайт представляет собой доступный и наглядный информационный ресурс. В таблице 12 представлено навигационное меню и анализ контента веб-сайта НГУ.

Таблица 12. Навигация и контент веб-сайта НГУ

Основное меню	
Admission	Образование
Research	Наука
News and Events	Медиа
Life	Атмосфера
About NSU	Университет

Второстепенное меню	
Staff	Сотрудникам
Students	Студентам
Alumni	Выпускникам
Partners	Партнеры

Контент		
Due to its vast resources Siberia has always been and remains the essential region for all of Russia. <i>Where there are resources, there will be industry, and where there is industry, there will</i>	Необъятная Сибирь с точки зрения ресурсов была и остается ключевым для России регионом. <i>Где ресурсы – там промышленность, а промышленность – это всегда потребность в научных кадрах.</i> Благодаря	Дословный перевод, модуляция

<p><i>always be a need for scientific personnel. Following this simple logic, Novosibirsk Akademgorodok was established in the heart of Siberia, and in a short while Novosibirsk State University became its most valuable and integral part.</i></p>	<p>такой простой логике появился новосибирский Академгородок, а вслед за ним и НГУ.</p>	
<p>Novosibirsk State University is a unique institution, <i>existing in close cooperation with R&D institutions. There are several dozen of them per 1.5 square km.</i></p>	<p>НГУ стал уникальным вузом, <i>существующим в условиях тесного взаимодействия с институтами: на полтора квадратных километра территории их несколько десятков.</i></p>	<p>Членение, дословный перевод, перегруппировка формальных компонентов</p>
<p>The acute need for new scientific staff allowed Novosibirsk State University to occupy a special position: new educational and sports buildings, and dormitories were built very quickly.</p>	<p>Острая потребность в новых научных кадрах позволила НГУ занять несколько «привилегированное» положение: очень быстро сдавались новые учебные и спортивные корпуса, общежития.</p>	<p>Дословный перевод, перегруппировка формальных компонентов</p>
<p>The first issue of the Novosibirsk State University «University Life» was published. It is still published today.</p>	<p>Вышел первый номер газеты НГУ «Университетская жизнь», которая издается по сей день.</p>	<p>Членение, дословный перевод</p>
<p>Novosibirsk state university holds the leading positions in physics and natural sciences, being among the world's best universities. The leading positions are ensured by participation in international collaborations, as well as by the wide recognition of research outcomes.</p>	<p>По физическим и естественным наукам Новосибирский государственный университет уверенно держит лидерство среди университетов мира. Первенство университета подтверждается участием ученых в международных коллаборациях, а также признанием результатов исследований.</p>	<p>Перегруппировка семантических компонентов, дословный перевод</p>

Анализ показал, что при локализации веб-сайта переводчики опирались на оригинальную версию Интернет-представительства НГУ, в большинстве случаев используя дословный перевод.

2.3.9 Московский физико-технический институт

Локализованная версия веб-сайта МФТИ представляет собой достаточно информативный и многофункциональный веб-сайт, состоящий из нескольких тематических страниц. По структуре сайт является аналогом русскоязычной версии, тем не менее, все компоненты переведены. В таблице 13 представлено навигационное меню и анализ некоторых элементов контента сайта.

Таблица 13. Навигация и контент веб-сайта МФТИ

Основное меню	
About	О физтехе
Research	Наука и инновации
Education	Образование
Campus	Поселение
For students	Студентам
For applicants	Абитуриентам
For the media	Публикации в СМИ / СМИ о нас
Work in MIPT	-

Контент		
The Moscow Institute of Physics and Technology is one of the leading Russian universities in the areas of physics and technology. The university holds a reputable position in the country and abroad for qualified graduate training.	Московский физико-технический институт — ведущий технический вуз страны, который входит в престижные рейтинги лучших университетов мира.	Объединение, модуляция

<p>MIPT has a very rich history. Its founders included academicians Pyotr Kapitsa, Nikolay Semenov and Sergey Khristianovich.</p>	<p>Отцами-основателями Физтеха считаются три нобелевских лауреата: Пётр Капица, Николай Семёнов и Лев Ландау, а также <i>проректор МГУ по специальным вопросам и куратор предшественника МФТИ ФТФ МГУ</i> Сергей Христианович.</p>	<p>Опущение</p>
<p>For the past three years MIPT has improved its positions in the top world university rankings, including Times Higher Education, QS and ARWU. It is also consistently present in the TOP-3 national rankings.</p>	<p>Московский физико-технический институт – ведущий технический университет России, что подтверждается не только достижениями наших учёных и выпускников, но и высокими позициями в международных и национальных рейтингах. В общих рейтингах лучших университетов мира Times Higher Education и Quacquarelli Symonds МФТИ занимает первое место среди технических вузов России.</p>	<p>Конкретизация, опущение, перегруппировка формальных компонентов</p>
<p>The School was established based on the Department of Radio Engineering and Cybernetics, that majors in application areas of radio engineering, telecommunication and microprocessor technology.</p>	<p>Физтех-школа радиотехники и компьютерных технологий готовит специалистов в области инфокоммуникационных и вычислительных систем и технологий, беспроводной связи, радиолокации и информационной безопасности.</p>	<p>Конкретизация, опущение</p>

Таким образом, англоязычная версия является синтезом российского и зарубежного подходов к оформлению сайта, так как на нем присутствуют разделы и подразделы, которые типичны как для всех стран, так и отдельно для России и США и Великобритании. Частотными приемами при локализации веб-сайта являются конкретизация, опущение, что представляется обоснованной стратегией при переводе с русского языка на английский.

2.3.10 Национальный исследовательский Томский политехнический университет

По структуре и содержанию разделов веб-сайт Томского политехнического университета является аналогом веб-сайтов зарубежных вузов, что объясняется тенденцией к акценту на цифрах, лаконичности и сжатости информации, довольно большому количеству интерактивных элементов, легкости использования сайта. Вся информация переведена на английский язык и, как представляется, подстроена под иноязычного пользователя. В таблице 14 представлено навигационное меню и анализ некоторых элементов контента сайта.

Таблица 14. Навигация и контент ТПУ

Верхнее меню	
Schools	Школы
Administrative divisions	Подразделения
Support TPU	Развитие партнерства
Prospective students	Абитуриенту
Students	Студенту
Faculty and Staff	Сотрудники
Visitors	Партнерам

Основное меню	
About TPU	Университет
Research	Наука и инновации
Academics	Трудоустройство
Admissions	Поступление
Cooperation	Сотрудничество
Life at TPU	Жизнь в ТПУ

Контент		
Tomsk Polytechnic University is a scientific center actively participating in the Arctic studies.	Томский политехнический университет сегодня – признанный мировой центр комплексных исследований Арктического шельфа.	Конкретизация/опущение
<i>The University has a long history of space research. For a long time, TPU scientists have developed innovative technologies for space exploration</i>	<i>К космосу у томских политехников отношение особое.</i> Большое внимание работам в этом направлении уделяется на протяжении многих лет	Перегруппировка семантических и формальных компонентов
The energy-power industry is the foundation of modern society. The TPU School of Energy & Power Engineering was established in 2017 as an association of power and electric scientific and engineering schools of Siberia with more than a century of history.	Энергетика – основа современного общества. Инженерная школа энергетики была создана в 2017 году, как объединение тепло- и электроэнергетических научно-инженерных школ Сибири, насчитывающих более чем вековую историю.	Конкретизация
The School of Nuclear Science & Engineering is one of the Russian <i>centers of excellence</i> in the areas of nuclear physics and hydrogen energy. The School students conduct	Школа ядерных технологий ТПУ – это ведущий российский научно-образовательный центр в области ядерной физики и водородной энергетики. Студенты Школы проводят	Дословный перевод, модуляция

large-scale experiments using the only university nuclear research reactor in Russia.	крупномасштабные эксперименты на базе ЕДИНСТВЕННОГО В РОССИИ учебного исследовательского ядерного реактора ТПУ!	
The School main goal is to provide students with basic technical and social-humanitarian competencies. After the second year, students will be able to make conscious and responsible choice of their further educational track.	Школа базовой инженерной подготовки представляет собой Школу нового формата, основной задачей которой является формирование базовых технических и социально-гуманитарных компетенций будущих инженеров. По окончании 2-го года обучения студенты могут более осознанно и ответственно подойти к выбору своей дальнейшей образовательной траектории.	Опущение

Набор переводческих приемов при переводе и локализации веб-сайта Томского политехнического университета дает основания полагать, что университет ориентирован на иностранного абитуриента, но его англоязычный веб-сайт требует доработки, в частности, создания лаконичного и экспрессивного текста.

2.3.11 Статистический анализ навигации и контента веб-сайтов вузов России

Анализ навигаций позволяет определить наиболее частотные тенденции в переводе пунктов меню университетских сайтов России. Навигационные меню интернет-представительств отличаются как визуально (например, горизонтальная строка меню или вертикальный столбец), так и по наличию или отсутствию выпадающих списков. Можно выделить наличие более одной строки меню, одна из которых включает в себя общую информацию об университете с гиперссылками на соответствующие разделы, а вторая

представляет собой информационный раздел для отдельных целевых групп: студентов, сотрудников, выпускников – иными словами, имеет место прямая адресация. Также важно отметить, что направленность на целевую группу зачастую представлена одним словом-указателем, что может означать как направленность раздела по отношению к целевой группе, так и раздел-представление. Например, раздел Faculty / Staff может быть как закрытым разделом для преподавателей и сотрудников университета, так и страницей со списком сотрудников и преподавателей для ознакомления.

Почти все веб-сайты российских вузов при создании англоязычной версии сайта либо переводили с небольшими изменениями основное меню на русском (НИУ ВШЭ, МГТУ им. Баумана, НИЯУ «МИФИ», РАНХИГС, Новосибирский государственный университет, Томский политехнический университет), либо создавали совершенно другие страницы / сайты с отличной от оригинала навигацией (МГУ, МГИМО, СПбГУ, МФТИ).

Навигация сайтов вузов России не обладает широким разнообразием вариантов формулирования пунктов меню. Практически во всех случаях возможно использование одного-двух вариантов с минимальными отличиями, у некоторых пунктов меню англоязычной версии сайта аналогов не было найдено. В п. 2.4 исследования представлена матрица по универсальным пунктам меню и их вариациям.

Как представляется, в навигационном меню преобладают массово-информационный, научный, рекламный виды дискурса. Ярче всего наблюдается просветительская функция вуза, которая наиболее четко прослеживается в рубрике «Об университете». Это может быть связано с отсутствием необходимости, по мнению вуза, перегружать потенциального иностранного студента информацией о научных трудах, но сделать акцент на возможном развитии отдельного студента. Отобранные для анализа университеты достаточно часто делают акцент на своих позициях в известных рейтингах, научных достижениях, истории и традициях, статусе и роли, которую они и их выпускники сыграли на государственном уровне.

Обратимся к рассмотрению переводческих решений, направленных на лингвокультурную адаптацию русскоязычных текстов веб-сайтов к особенностям англоговорящей аудитории. Говоря о переводческих трансформациях при переводе информационной составляющей веб-сайтов, наиболее частотными оказываются следующие приемы: членение предложений для адаптации под размер страницы веб-сайта, модуляция (смысловое развитие мысли оригинала при переводе) для достижения адекватного воздействия информации на целевую аудиторию, встречаются конкретизация, грамматические замены, дословный перевод. Менее частотными являются перегруппировка формальных и семантических компонентов, а также объединение. Большим недостатком является использование дословного перевода, информационно перегруженных предложений, а также практически полное отсутствие стилистических приемов для воздействия на целевую аудиторию.

Статистика лексических трансформаций представлена в диаграмме 1.

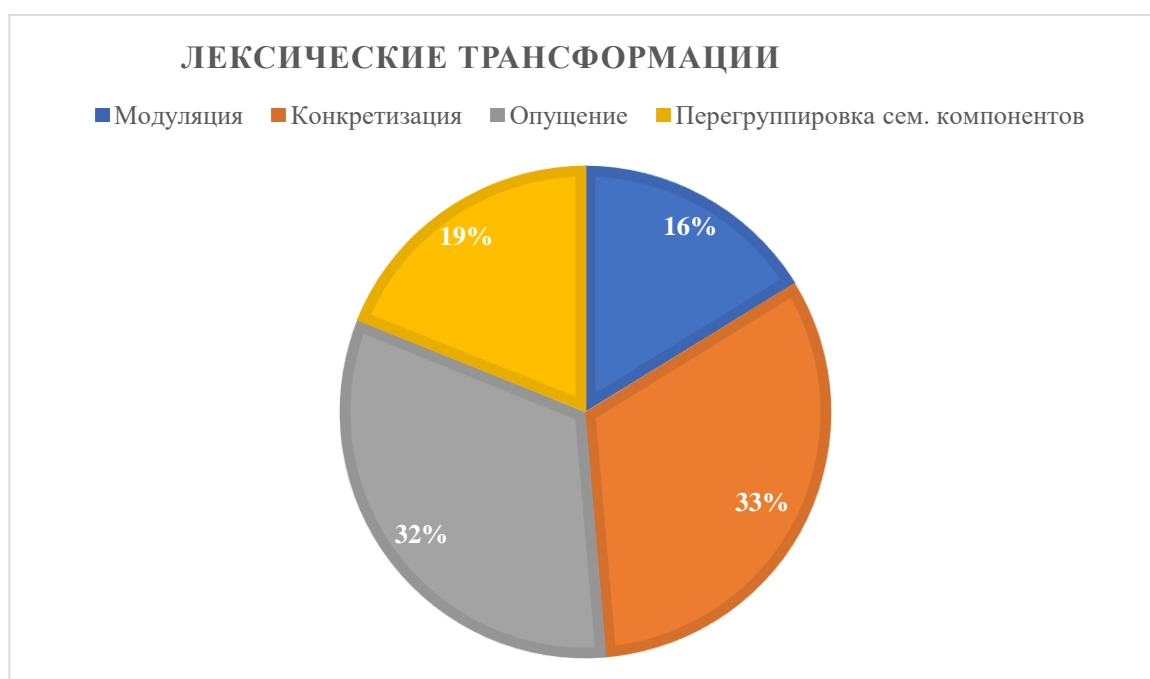


Диаграмма 1. Использование лексических трансформаций при переводе контента веб-сайта вуза

В исследуемом материале лексические трансформации состоят из следующих приемов:

1) Модуляция:

Благодаря такой простой логике появился новосибирский Академгородок, а вслед за ним и НГУ – Following this simple logic, Novosibirsk Akademgorodok was established in the heart of Siberia, and in a short while Novosibirsk State University became its most valuable and integral part.

Как представляется, при переводе произошло логическое развитие исходной мысли автора, можно вычленить причинно-следственную связь. Тем не менее, некоторую информацию возможно опустить, добавив некоторую экспрессию: Therefore, Novosibirsk Akademgorodok was established with Novosibirsk State University as a leading centre of learning, teaching and research.

2) Конкретизация:

Перечень приоритетных направлений фундаментальных научных исследований МГУ – Research Priorities in Sciences and Humanities at Moscow State University

Как представляется, при переводе данного предложения был использован прием замены единицы с более широким значением на единицу с более узким.

3) Опущение:

Обучение в МГТУ им. Н.Э. Баумана ведется на 19 факультетах дневного обучения – BMSTU has 19 departments providing full-time education.

Как представляется, семантически пустое отглагольное существительное было опущено, так как его значение нерелевантно и легко восстанавливается в контексте.

4) Перегруппировка семантических компонентов:

В Национальном исследовательском ядерном университете «МИФИ» завершено создание несущей конструкции и технологических систем уникального детектора ТРЕК – The National Research Nuclear University

"MEPhI" has completed the creation of the supporting structure and technological systems of the unique detector — TREK.

При переводе обстоятельство места в соответствии со структурно-грамматическими особенностями английского языка трансформировалось в подлежащее. Тем не менее, были сохранены отглагольные существительные (например, *creation – создание*), не характерные для английского языка. Помимо изменения структуры предложения, при переводе представляется важным добавить некоторую экспрессивность – например, прилагательные, имеющие положительную коннотацию: *"MEPhI" has finally created the basic structure of an innovative and groundbreaking detector.*

Грамматические трансформации в исследуемом материале включают в себя:

1) Дословный перевод (синтаксическое уподобление):

Информируем также о том, что студенты по желанию имеют возможность вернуться на дистанционное обучение – для этого нужно связаться с учебным офисом – We would also like to inform you that students have the opportunity to return to distance learning should they wish to do so. In order to do this, please contact your study office.

Данный пример демонстрирует отказ от компрессии, порядок слов на языке оригинала сохраняется и слова переводятся только в широком значении, не принимая во внимание контекст. Это тип «нулевой» трансформации, использование дословного перевода представляется существенным недостатком при локализации сайтов российских вузов. При переводе представляется важным использовать прием опущения и конкретизации: *Students can return to distance learning. Please contact us to find out more.*

2) Членение:

Анатолий Васильевич рассказал об истории и сегодняшнем дне Университета, студентах из Казахстана, которые обучаются на всех уровнях и направлениях подготовки, активности Казахстанского землячества МГИМО в общественной, творческой жизни Университета -

Anatoly Torkunov related to the guest the history of the University and described current projects being implemented. He noted that the University counts many students from Kazakhstan who study at all levels and in different areas of training. The Rector also лишняя информация, повтор spoke of the Kazakh community and how it is actively involved in the creative life of the University.

Как представляется, синтаксическая структура предложения в оригинале преобразуется в несколько предикативных структур языка перевода. Тем не менее, присутствует много лишней информации, которую можно опустить: *Anatoly Torkunov related to the history of the University and described current projects. He described the Kazakh community's activities at the University.*

3) Грамматическая замена:

*Нами разработана концепция формирования современной системы непрерывного образования государственных гражданских служащих, на базе которой возможна модернизация системы повышения квалификации и переподготовки – *We have developed a concept to create a modern system of continuous education for civil servants, to help modernize the system of advanced training.**

Грамматическая замена предполагает частеречную замену. В данном отрывке наблюдается разворачивание отглагольных существительных в инфинитивы. Тем не менее, избыточную информацию можно опустить: *We have developed a modern education system for civil servants to modernize advanced training.*

4) Объединение:

*Мы всегда готовы ответить на ваши вопросы. Обращайтесь к нам по вопросам получения комментариев экспертов, мероприятиям Академии и любым интересующим вас темам – *We are always ready to answer your questions and assist you in obtaining comments or information about RANEPА and our events.**

Как представляется, данный прием соединяет два высказывания в одно сложное. Тем не менее, исходная структура нуждается в редактировании путем замены на прямое обращение: *Please feel free to contact us to find out more about RANEPА.*

5) Перегруппировка формальных компонентов:

В 2013 году был создан Институт международных отношений и управления, на базе которого реализуется первый в России бакалавриат с обучением полностью на английском языке – In 2013 The School of Governance and Global Affairs was launched as the first Russian school to train international students in English at Bachelor’s level.

Как представляется, в ходе данной трансформации произошло сворачивание предикативных структур для компрессии текста.

Статистика структурно-грамматических трансформаций представлена в диаграмме 2.



Диаграмма 2. Использование грамматических замен при переводе контента веб-сайта вуза

Проанализировав вышеизложенную статистику, можно сделать вывод о том, что переводческие трансформации служат важным средством достижения адекватности при переводе контента веб-сайта вуза. Тем не менее, усилия переводчика не ограничиваются комплексным применением переводческих трансформаций. Как видно на Диаграмме 2, дословный перевод является наиболее часто используемым приемом, что по сути является промежуточной стадией в процессе поиска оптимального варианта перевода. Стремление переводчика максимально сохранить исходный объем и содержание текста может привести к избытку информации, прагматически не интересной потенциальному иностранному студенту.

Для достижения адекватности требуется обеспечить понимание оригинального текста для той аудитории, которая не владеет языком оригинала, и произвести прагматический эффект, соответствующий эффекту оригинального текста. Как представляется, этого можно добиться с помощью использования ряда средств, примеры которых можно найти на сайтах зарубежных вузов и взять за основу при переводе Интернет-представительства вуза России.

Необходимо также отметить, что специфика контента сайта образовательного учреждения проявляется в выдержанности всех составляющих его текстов в одном стиле. Это обнаруживается в использовании оценочной лексики, стилистически выразительных средств, реалий, метафор и сравнений, эпитетов, клише, специальной терминологии, носящих рекламный характер. Как представляется, данные приемы составляют особенную переводческую трудность при локализации веб-сайта на английский язык. В следующем параграфе рассмотрены авторские приемы, применяемые на веб-сайтах университетов-лидеров международных рейтингов с целью создания более привлекательного образа обучения в университете, повышения выразительности повествования, привлечения внимания потенциального студента.

2.4 Рекомендации по построению контента веб-сайта и его локализации

Сайт вуза является открытой площадкой для государственного и общественного контроля финансово-хозяйственной, образовательной, научной и иной деятельности. Веб-сайты зарубежных университетов имеют довольно непростую многоуровневую структуру и весьма разнообразны в силу различных обстоятельств. Проанализировав структуру сайтов десяти вузов России и пяти вузов США и Великобритании, представляется важным разработать рекомендации по локализации пунктов меню Интернет-представительства Московского городского педагогического университета. Ниже представлена матрица по универсальным пунктам меню и их вариациям (таблица 6).

Таблица 15. Матрица пунктов меню для вузов России

Английский язык	Русский язык
About / About the University	Об университете
Academics	Учеба
Alumni	Выпускникам
Campus Life / Life at...	Жизнь университета
Colleges and Departments / Colleges and Institutes	Учебные подразделения / Институты
Community	Жизнь университета
Contacts	Обратная связь
Events	События
Facts and Figures	Факты и цифры
Financial Aid	Материальная поддержка
History	История университета
International Students	Иностранным студентам
Media	Для СМИ
News	Новости
Research	Исследования

Staff	Сотрудникам
Students	Студентам
Admission	Поступление
Undergraduate	Абитуриентам
Jobs	Трудоустройство
Visitors	Посетителям

Архитектура сайта, ассортимент и организация информационного контента его разделов не должны быть хаотичны и мозаичны – прозрачность и лаконичность упрощают навигацию, однако при этом сам информационный контент также должен быть насыщен. Как представляется, данная матрица обусловлена необходимостью достижения краткости, а также адекватного воздействия наименований разделов на целевую аудиторию, облегчая поиск нужных данных.

Анализ навигации англоязычной версии веб-сайта МГПУ представлен в Таблице 16.

Таблица 16. Элементы навигации веб-сайта Московского городского педагогического университета

About	Об университете
Institutes	Институты
Admissions	Поступление
Research	Наука
Students	Студентам
Alumni	Выпускникам
Career	Трудоустройство
International	Международное сотрудничество

Как представляется, навигационное меню веб-сайта Московского городского университета соответствует выработанной матрице. Перейдем к анализу его контента.

Таблица 17. Контент веб-сайта МГПУ

<p>Университет — это большая семья студентов, преподавателей и выпускников. Нас связывают традиции, крепкая дружба и любовь к своей альма-матер</p>	<p>We are a united community of students, faculty and alumni bound by tradition, friendship and deep commitment to our alma mater</p>	<p>Объединение, грамматическая замена</p>
<p>Для Москвы наш Университет — это, прежде всего, профессиональные кадры. Для студентов — это не только педагогическое образование.</p>	<p>We train top-skilled professionals with a broad vision and a wide range of skills for the benefit of the city.</p>	<p>Перегруппировка семантических компонентов, объединение</p>
<p>Учиться в МГПУ становится все интереснее и престижнее: команда опытных педагогов стремится давать студентам только актуальные и полезные знания, которые придают уверенности на рынке труда</p>	<p>MCU provides a dynamic and exciting learning environment. Our experienced faculty ensures that students receive only up-to-date and useful knowledge that will make them highly competitive at the job market</p>	<p>Членение, перегруппировка формальных компонентов</p>
<p>Мы успешно работаем с вузами по всему миру и гордимся добрыми отношениями с российскими и международными компаниями</p>	<p>We successfully collaborate with the internationally acclaimed universities in Russia and abroad and maintain contacts with many companies at the national and global level</p>	<p>Модуляция</p>
<p>Московский городской впервые вошел в один из главных мировых рейтингов университетов QS World University Rankings. Всего в рейтинг вошли 48 российских вузов.</p>	<p>Moscow City University enters the QS World University Rankings 2021/2022. This is the first time MCU is included in the QS Rankings along with 48 other Russian universities ranked 1201+.</p>	<p>Модуляция</p>

Таким образом, набор переводческих трансформаций, отсутствие буквального перевода делают информацию на веб-сайте МГПУ удобной, с

комплексом модулей и возможностей, определяющих тот факт, что Московский городской университет ориентирован на иноязычного абитуриента. Важным для исследования является положение о том, что иноязычная версия веб-сайта не должна полностью отражать оригинал – возможно смещение акцентов в отборе важной информации и выборе языковых средств. Как упоминалось ранее, задача переводчика состоит в приближении перевода к системе ценностей принимающего языка.

Необходимо отметить, что в текстах веб-сайтов вузов взаимодействуют образовательный и рекламный дискурсы. Среди ценностных установок, свойственных образовательному дискурсу, можно выделить ценность качественного образования, наличие специальностей, необходимых для удовлетворения современных запросов целевой аудитории.

Лексика образовательного дискурса на веб-сайте МГПУ выполняет информативную функцию, так как используется без оценочных эпитетов: *teacher education, knowledge, bachelor, specialist, master, research laboratories, academic departments, accomplished specialists* и др.

Более частотным, вслед за зарубежными вузами, является употребление рекламного дискурса, который выражается в использовании следующих приемов:

- 1) оценочных прилагательных, имеющих положительную коннотацию: *Russia's leading teachers' training institution, a broad vision and a wide range of skills, a dynamic and exciting learning environment, MCU is an important policymaker, a proactive educational and research institution, seek to provide a comprehensive educational system* и др.;
- 2) кратких запоминающихся слоганах, восклицательных предложениях: *We are growing! MCU celebrates its first decade of success! It is my ambition to meet the expectations!* и др.;
- 3) представлении фактов и цифр: *offers more than 300 programs, more than 400 international students apply to study at MCU every year, 17500 students per year, 1025 lecture rooms, 220 global scientific events, 1300*

students enrolled at 8 university faculties, in 2019 MCU entered the list of top-28 universities, taking place in the Top-3 of the major teachers' training universities in Russia, more than 100 cooperation agreements with the leading universities of the world и др.

Важно отметить схожесть веб-сайта МГПУ с сайтами зарубежных университетов, которая проявляется в:

- 1) синтаксическом параллелизме – парных синонимах: *a united community of students, faculty and alumni; bound by tradition, friendship and commitment; team of accomplished and committed staff; promote team work, positive thinking and creative development, a large state research center specialized in education quality, content development and evaluation, representing the university within the local, national and international education communities* и др.
- 2) атрибутивных композитах: *top-skilled professionals, state-funded programs, two-step higher education system, other key principles include practice-oriented learning, it is up-to-date to be a teacher, creating a close-knit community of students and alumni, updating the database of job-seeking alumni* и др.

Таким образом, стремление английского языка выразить мысли в лаконичной, но предельно эффектно форме находит свое отражение в информационной составляющей веб-сайта МГПУ, что оказывает благоприятное воздействие на его пользователей. Информация на сайте является комплексной и не призывает открыто пользователя к совершению целевого действия. Тем не менее, необходимо изучать иностранные Интернет-представительства с целью улучшения визуального оформления, а также расширять образовательные программы для привлечения иностранных студентов.

Проанализировав десять веб-сайтов высших образовательных учреждений России и пять веб-сайтов вузов США и Великобритании, а также обобщив вышеизложенную информацию, для грамотного и адекватного

перевода веб-сайтов можно предложить следующие рекомендации по переводу и локализации, а также по грамотному построению контента и продвижению вуза в известных рейтингах:

Выбор адекватных ценностных ориентиров. Учесть систему ценностей принимающего языка при переводе контента и разделов сайта, решить, насколько актуально добавлять, структурировать или опускать какую-либо информацию, осторожно относиться к социально-значимым и культурным концептам.

Выбор современной выразительной лексики. Стремление английского языка к экономии языковых средств наряду с повышенной экспрессивностью предполагает, что локализованный текст будет представлять собой не дословный перевод с сохранением структуры исходного текста, но использование таких приемов, как аллитерация, ассонанс и консонанс (*facts and figures, academic advising*); стилистически маркированной лексики с вкраплениями иностранных заимствований (например, *востребованы на рынке труда – highly competitive*); структур вторичной предикативности – атрибутивных композитов (например, *world-class excellence*); приема синтаксического параллелизм – повтор парных синонимов. Данные модели придают тексту упорядоченность, лаконичность мысли.

Повышение экспрессивности. Избегание использования риторических вопросов и восклицательных знаков при переводе, но устранение сухости за счет приемов, обозначенных в п. 2.3 (*Присоединяйтесь к нам и начните свой путь к успеху! – Join us and fulfill your personal and professional potential*).

Использование переводческих трансформаций. Как отмечалось ранее, калькирование с сохранением исходной структуры текста не является лучшим переводческим приемом при локализации веб-сайта. Удачными стратегиями будут перегруппировка формальных или семантических компонентов, членение или объединение, конкретизация, грамматические замены, модуляция.

Создание отдельных информационных блоков. Разделить и четко и кратко оформить информацию в разделах, с использованием метода высвечивания логической структуры текста.

Стимулирование посетителей посетить как можно больше разделов за счет размещения большего количества гиперссылок. Также возможно максимально информативно описывать содержимое блока, к которому предлагается перейти.

Добавление раздела FAQ. Данный раздел присутствует на сайтах всех зарубежных вузов, выбранных для анализа, и значительно облегчает поиск необходимой информации.

Добавление поисковой системы. Как представляется, поисковая строка упрощает поиск информации на веб-сайте.

Возможность обратной связи. Зачастую англоязычная версия сайта является менее наполненной и обновляется значительно реже русскоязычной. Возможность оставлять комментарии, оценивания информационную наполняемость сайта, позволит установить контакт с пользователями, определить их реакцию, актуальность представленных данных.

Подкрепление информации цифрами, фактами, статистикой. Уменьшить количество текстовой информации, дополнить страницы сайта интерактивными материалами, сделать акцент на цифрах и фактах.

Таким образом, несмотря на определенные достижения Московского городского педагогического университета в переводе и локализации веб-сайта, а также в структурировании контента, можно выделить ряд возникающих в связи с этим задач по совершенствованию представления образовательных программ, что может повысить конкурентоспособность вуза на рынке образовательных услуг, сделать более открытой образовательную политику вуза, укрепить корпоративную культуру, повысить качество образовательных услуг.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ II

Методика оценивания сайта вуза на основе бенчмаркинга дает возможность определить и проанализировать слабые места каждого сайта в отдельности, а также позволяет судить об его уровне в целом, что может послужить основой для принятия адекватных решений повышения его эффективности и конкурентоспособности вуза.

Проведенный анализ универсальных структурных элементов веб-сайтов высших образовательных учреждений дает основания для поиска новых подходов и методов более эффективной контентной стратегии развития сайта вуза, позволяет увидеть особенности и различия представленной информации, ее качество и количество. Как представляется, веб-сайт с одной стороны важно изучать в рамках креолизованных текстов, с другой стороны – в рамках теории дискурсов и текстов в целом.

Исследование перевода и локализации веб-сайтов вузов России показало, что перевод сайтов является довольно специфическим и сложным процессом. Создание адекватного перевода требует от специалиста как отличного знания языков, так и некоторых сугубо технических аспектов, связанных с версткой сайтов, их продвижению в поисковых системах и т.д. В навигации сайтов вузов России отсутствует системность. Каждый университет публикует ту информацию и в том объеме, который кажется ему необходимым. Тем не менее, данная тенденция не помешала выделить наиболее частотные элементы всех сайтов. Разработанная матрица навигационного меню для англоязычной версии, а также анализ частотных переводческих стратегий дает возможность совершенствования веб-сайта вуза, полноценного использования всех преимуществ электронного представительства вуза в Сети, что делает сайт современным и конкурентноспособным ресурсом.

Исследование контента веб-сайтов вузов США и Великобритании, являющихся лидерами международных рейтингов, способствует выявлению основных приемов для совершенствования контента веб-сайта при его

локализации на английский язык. Сайты зарубежных вузов не обладают четкой структурой, но могут послужить примером для оформления контента англоязычной версии веб-сайта вуза.

Разработанные рекомендации по построению контента веб-сайта и его локализации, а также анализ контента сайта на уже существующие особенности, показали, что Московский городской университет стремится соответствовать параметрам лучших зарубежных вузов по многим критериям, в особенности в использовании современной выразительной лексики.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Деятельность любого вуза в мире можно оценить по тому, насколько его сайт отвечает современным требованиям и насколько он открыт для пользователей не только в стране размещения, но и за рубежом. Современное общество не имеет иного эффективного способа оценить готовность вуза к образовательной и научной деятельности, кроме как на сайте вуза. Для того, чтобы сайт вуза занял достойное место в рейтингах, сотрудникам веб-отделов необходимо не только совершать действия по совершенствованию внутренних факторов сайта, но и серьезно заниматься контентом.

Несмотря на повсеместное использование Интернет-технологий, стратегии и принципы грамотного перевода нуждаются в доработке. Как представляется, это может быть связано с постоянно меняющимися тенденциями в образовании или же в веб-дизайне, из-за чего вузы России уделяют большее внимание оригинальной версии своего сайта, ориентируясь только на русскоговорящих студентов. Таким образом, в рамках исследования стала очевидна необходимость разработки отдельной стратегии, полностью посвященной прагматическому наполнению сайта, локализации его контента.

Анализ практик перевода веб-сайтов, а также контента в целом показал, что вузы направлены на разные сферы деятельности, например: одни сосредотачивают свои усилия на развитие международной образовательной или научной деятельности, другие – на формирование имиджа вуза и повышение его конкурентоспособности на международном рынке образовательных услуг. Создание привлекательных условий для обучения в университете студентов – иностранных граждан, разработка качественной англоязычной версии веб-сайта, совместных образовательных программ (не только на русском, но и на иностранных языках), усиление изучения иностранных языков студентами, выполнение проектов и т.п., которые реализованы лингвистически корректно, могут быть составляющими

деятельности, которая направлена на повышение рейтинга конкурентоспособности вуза на международном образовательном рынке. Следует также обращать особое внимание на Интернет-представительства университетов, ведь именно они формируют первое впечатление об образовательном учреждении. При условии надлежащего планирования и использования выявленных примеров, взятых с веб-сайтов зарубежных вузов, а также стандартов и руководств, создание высококачественного веб-сайта не станет более сложным, дорогостоящим или медленным делом.

Конкурентная борьба вузов за студентов и инвестиции требует уделять все больше внимания работе веб-сайта. Судить о привлекательности того или иного сайта помогают глобальные рейтинги, которые становятся с каждым годом все популярнее.

Основные результаты исследования состоят в следующем:

Сформулированы теоретические основы анализа практик перевода контента сайтов ведущих вузов России, определена роль контента в деятельности образовательного учреждения, рассмотрены основные структурные составляющие сайтов, выявлена роль контента в определении места вуза в рейтингах и системах оценивания – рассмотрены известные рейтинги вузов России, США и Великобритании, определены и их лидеры. Рассмотрено применение бенчмаркинга в системе высшего образования, из проанализированных систем оценивания выделены ключевые критерии оценки деятельности вуза, выработаны индикаторы для сравнения сайтов. Изучено явление локализации как процесс адаптации текста при переводе, объекты и задачи, основные этапы и приемы.

Практическая часть исследования показала, что веб-сайт вуза представляет собой сочетание различных видов дискурса, которые могут быть связаны друг с другом. Рассмотрены основные принципы построения контента, проанализировано навигационное меню и информационная составляющая следующих вузов России, отобранных из известных систем оценивания: Московский государственный университет имени

М.В. Ломоносова, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ», Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана, Московский государственный институт международных отношений МИД РФ, Санкт-Петербургский государственный университет, Новосибирский государственный университет, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ, Московский физико-технический институт, Национальный исследовательский Томский политехнический университет.

Для поиска идей локализации проанализированы следующие пять веб-сайтов зарубежных вузов, отобранные в ходе исследования международных рейтингов: Калифорнийский технологический институт, Кембриджский университет, Оксфордский Университет, Стэнфордский Университет, Массачусетский технологический институт. Проведенное исследование позволило определить общие и наиболее частотные стратегии при переводе локализации контента Интернет-представительства университета, разработана стратегия по усовершенствованию контента веб-сайтов вузов России, чтобы сделать их более привлекательными для иноязычных абитуриентов.

Полученные данные показали, что большинство вузов в настоящий момент стремится повысить свои позиции в международных рейтингах, что позволит не только получать финансирование образовательных программ, но и рассчитывать на гранты, а также обеспечит выбор студентами образовательных учреждений, занимающих позицию в зарубежных рейтингах. Анализ рейтингов и международных систем оценивания, а также предложенные рекомендации по построению контента и локализации позволяют быть осведомленным о последних тенденциях в образовании и не отставать от конкурентов. Данная информация может привести к ориентации деятельности вуза не только на рейтинги, но и на такие ценности, как способность к обучению, повышению профессионального потенциала

работников, что обусловлено непрерывностью инновационной деятельности в рамках внедрения системы бенчмаркинга в работу вуза.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

I. ЛИТЕРАТУРА

1. Baker M. Routledge Encyclopedia of Translation Studies. N.Y. : Routledge, 2011. – 680 p.
2. Esselink B. A Practical Guide to Localization/ B. Esselink. – Amsterdam/ Philadelphia.: Jon Benjamins Publishing Company, 2000. – 398 p.
3. Jimenez Crespo, Miguel A. Translation and web localization. Abingdon.: Routledge, 2013. – 279 p.
4. Агеева Н.С. Лингвокультурологическая адаптация сайта японского университета Цукуба // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. 2019. №3. – 19 с.
5. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация. - М. , 2003. – 128 с.
6. Баргаев М.Р. Анализ зарубежного опыта бенчмаркинга в университетах // Вестник УлГТУ. 2009. №2 (46). – 26 с.
7. Бреус Е. В. Теория и практика перевода с английского языка на русский: учеб. пособие. М. : Изд-во УРАО, 2003. – 104 с.
8. Гарбовский Н. К. Теория перевода. М. : Издательство Московского университета, 2004. – 544 с.
9. Гендина Н.И., Колкова Н.И., Алдохина О.И. Создание эффективного официального сайта объекта культуры: от эмпирики к разработке и реализации научно обоснованной концепции // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2010. №12. – 18 с.
10. Гулевец Н.А. Лингвокультурные особенности прагматической адаптации контента сайта // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. 2019. №3. – С. 24–32.
11. Дашинимаева П.П. Теория перевода: психолингвистический подход. Улан-Удэ: Издательство Бурятского госуниверситета, 2017. – 360 с.

12. Денисова Н.В. Рекламные тексты в научно-образовательной сфере (к проблеме междискурсивных взаимодействий) // Вестн. Том. гос. ун-та. 2007. №302. – С. 58–68.
13. Дружинина М.В., Сун Янань Лингвокультурологические особенности сайтов китайских университетов // Universum: филология и искусствоведение. 2018. №8 (54). – С. 78–80.
14. Исакова Е.С., Панюков А.В., Коваль С.Б. Формирование рейтинга вузов // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2014. №4. – С. 36–41.
15. Кабахидзе Е.Л., Сувилова А.Ю., Джеймс Хайнс. Создание и реализация дистанционных образовательных программ: опыт университетов стран мира и России: коллективная монография - М.: МГПУ, 2018. – 164 с.
16. Ковалёва О.Н., Бай А.Е. Специфика перевода терминов высшего образования (на материале английского, китайского и русского языков) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. №11. – С. 64–80.
17. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. М.: ЭТС, 2002. – 424 с.
18. Королькова С.А., Новожилова А.А., Шейко А.М. Туристический дискурс: стратегии и проблемы перевода сайтов отелей // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. 2017. №3. – 102 с.
19. Кэмп С. Роберт. Легальный промышленный шпионаж: Бенчмаркинг бизнеспроцессов: технологии поиска и внедрение лучших методов работы ваших конкурентов/ Пер.с англ.; под ред. О.Б. Максимовой. Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2004. – 416 с.
20. Лифанова С.А. Бенчмаркинг в сфере образовательных услуг // Journal of Siberian Medical Sciences. 2008. №1. – 74 с.
21. Личман А.А. Информационные ресурсы на сайтах университетов США // Материалы VII Международной научно-практической конференции «Научно-информационное обеспечение информационного развития АПК (ИНФОРМАГРО-2014). Москва, 2014. – 52 с.
22. Морослин П.В. Язык Интернета как объект лингвистических исследований // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2009. №3. – С. 20-27.

23. Неретина Е.А., Макарец А.Б. Web-сайт вуза как важный инструмент маркетинговых коммуникаций // Вестник ЮУрГУ. 2009. № 41. – С. 85–94.
24. Никулова Г.А. Пользователи о сайтах вузов: анализ веб-ресурсов лидеров образования // Вестник Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия: Информационные компьютерные технологии в образовании. 2013. №9. – С. 87–92.
25. Овчинников С.А. Роль определения тематики веб-сайта для поисковой оптимизации веб-сайта бизнеса в российском сегменте сети интернет // Вестник Волгоградского института бизнеса. 2010. № 2. – С. 67–73.
26. Петрова Н. Н. О рейтингах вузов // Наука и современность. 2014. №27. – С. 55–59.
27. Помазов А.И. Ключевые слова как языковой механизм создания аттрактивности текста в интернет-дискурсе (на материале сайтов российских вузов) // Научный диалог. 2019. №7. – С. 110–117.
28. Редькина Ю.К. Стратегии формирования имиджа университета на его официальном сайте // Евразийский Союз Ученых. 2015. №10–3 (19). – 172 с.
29. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. М. : Р. Валент, 2007. – 244 с.
30. Ромадина И.Д. Прагматическая адаптация контента многоязычного туристического сайта // Russian Journal of Education and Psychology. 2015. №6 (50). – С. 201–213.
31. Слаутина Н.М. Бенчмаркинг как направление деятельности вуза в области качества образования // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2012. №19-2. – С. 69–78.
32. Спиридовский О.В., Яковлева И.Н. Переводческие трансформации и стратегии перевода в сфере политической коммуникации (на материале англоязычных сми) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. №10. – С. 205–210.
33. Сугак Д.Б. Роль веб-сайта в научно-образовательной деятельности вуза // Вестник СПбГИК. 2012. №3. – С. 147–159.

34. Сун Янань, Дружинина М.В. Лингвокультурологический и педагогический потенциал русскоязычных сайтов китайских университетов // Современное педагогическое образование. 2020. №11. – С. 29–36.
35. Тараскина Я.В., Цыремпилов А.О., Платицина Т.В. Локализация веб-сайта университета: переводческий аспект // Филология: научные исследования. 2020. №3. – С. 22–28.
36. Чернобровкина Е.П. Контент-анализ в лингвистических исследованиях // Вестник Бурятского государственного университета. - Вып. №11. - 2011. – С. 125-129.
37. Шахгельдян К.И., Трофимчук И.А., Гмарь Д.В., Игнатова Ю.А., Манько Е.Ю., Моисеева Т.В. Разработка рекомендаций для повышения места университета в рейтинге Webometrics // Территория новых возможностей. 2012. №5. – С. 66–70.
38. Швейцер А.Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты. - М.: Наука, 1988. – 216 с.
39. Шевченко Д.А., Локтюшина Ю.В. Эффективность веб-сайтов высших учебных заведений. Методика оценки конкурентоспособности сайта вуза в Интернет – М. М.: ННОУ «МИПК», 2014. – 141 с.
40. Шкунова А.А., Бурлакова Ю.В. Анализ информационной насыщенности сайтов вузов // Наука, техника и образование. 2015. №9 (15). – С. 55–61.
41. Шурчкова Ю.В. Веб-сайт компании как коммуникативный маркетинговый инструмент // Вестник ВГУ. 2013. № 1. – С. 211–218.
42. Щигельская Е.Э. Технология создания контента для сайта вуза // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. 2018. №2 (213). – С. 31–39.

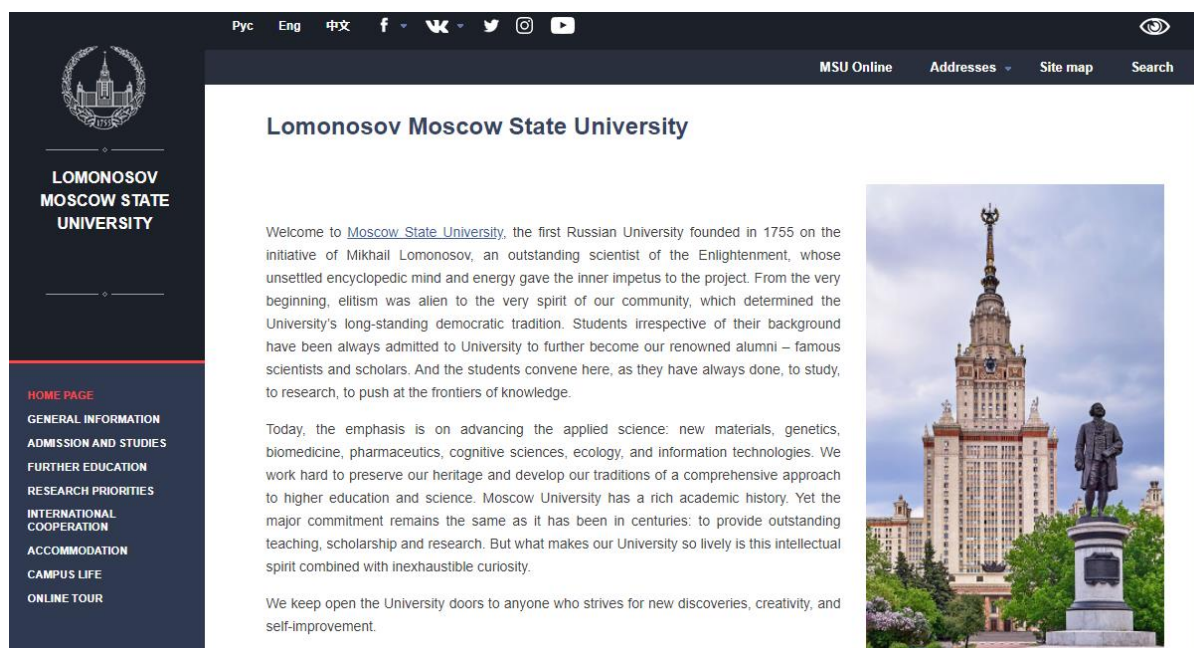
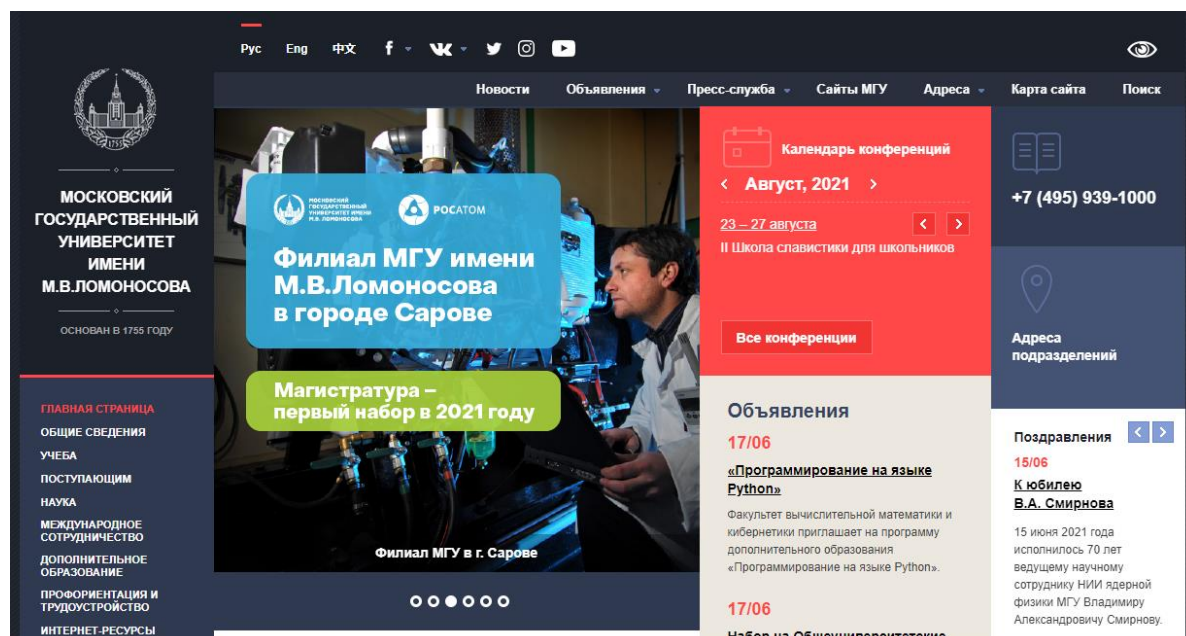
II. ИСТОЧНИКИ

1. <http://www.webometrics.info/> – Ranking Web of Universities
2. <https://www.topuniversities.com/university-rankings> – QS World University Rankings
3. <https://www.msu.ru/> - Официальный МГУ им. Ломоносова

4. <https://www.hse.ru/> – официальный сайт НИУ Высшая школа экономики
5. <https://mephi.ru/> – официальный сайт Национального исследовательского ядерного университета МИФИ
6. <https://bmstu.ru/> – официальный сайт МГТУ им. Н.Э. Баумана
7. <https://mgimo.ru/> – официальный сайт МГИМО МИД РФ
8. <https://spbu.ru/> – официальный сайт Санкт-Петербургского государственного университета
9. <https://www.nsu.ru/n/> – официальный сайт Новосибирского государственного университета
10. <https://www.ganepa.ru/> – официальный сайт Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации
11. <https://mipt.ru/> – официальный сайт Московского физико-технического института
12. <https://tpu.ru/> – официальный сайт Томского политехнического университета
13. <https://www.mgpu.ru/> – официальный сайт Московского городского педагогического университета
14. <http://www.ox.ac.uk/> – официальный сайт Оксфордского университета
15. <https://www.cam.ac.uk/> – официальный сайт Кембриджского университета
16. <https://www.stanford.edu/> – официальный сайт Стэнфордского университета
17. <https://www.caltech.edu/> – официальный сайт Калифорнийского технологического университета
18. <http://www.mit.edu/> – официальный сайт Массачусетского технологического института

Выбранные для анализа веб-сайты высших образовательных учреждений России

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова



Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

Кампус: [Москва](#) [Санкт-Петербург](#) [Нижний Новгород](#) [Пермь](#) [Майнкрафт](#) [中文](#) [RU](#) [EN](#) [👁](#) [👤](#) [🔍](#)

[Поступление](#) [Образование](#) [Наука](#) [Экспертиза](#) [Вышке](#)

[Программа развития](#) [Преподаватели и сотрудники](#) [Факультеты и институты](#) [Выпускники](#) [Спасибо, Вышка](#) [«Вышка для своих»](#)

Кейс-чемпионат школьников по экономике и предпринимательству

К участию приглашаются команды школьников 9-11 классов и учащихся колледжей

Campus: [Moscow](#) [Nizhny Novgorod](#) [Saint Petersburg](#) [Perm](#) [Minecraft](#) [中文](#) [RU](#) [EN](#) [👁](#) [👤](#) [🔍](#)

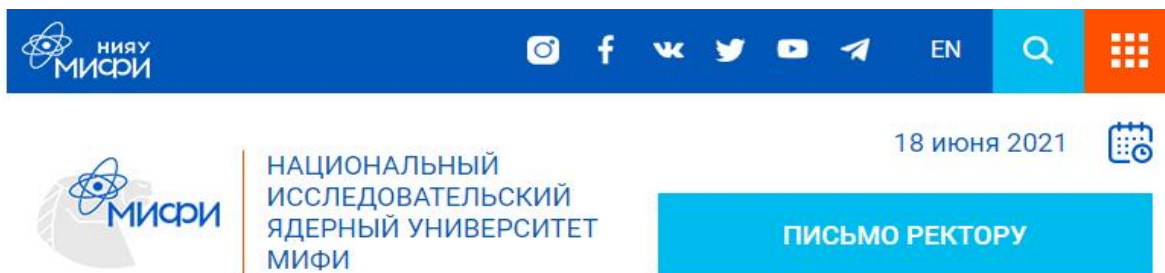
[About](#) [Programmes & Courses](#) [Admissions](#) [Research](#) [International Support](#)

[Divisions](#) [Faculty & Staff](#) [International Partnerships](#) [Academic Jobs](#) [Alumni](#) [University Life](#)

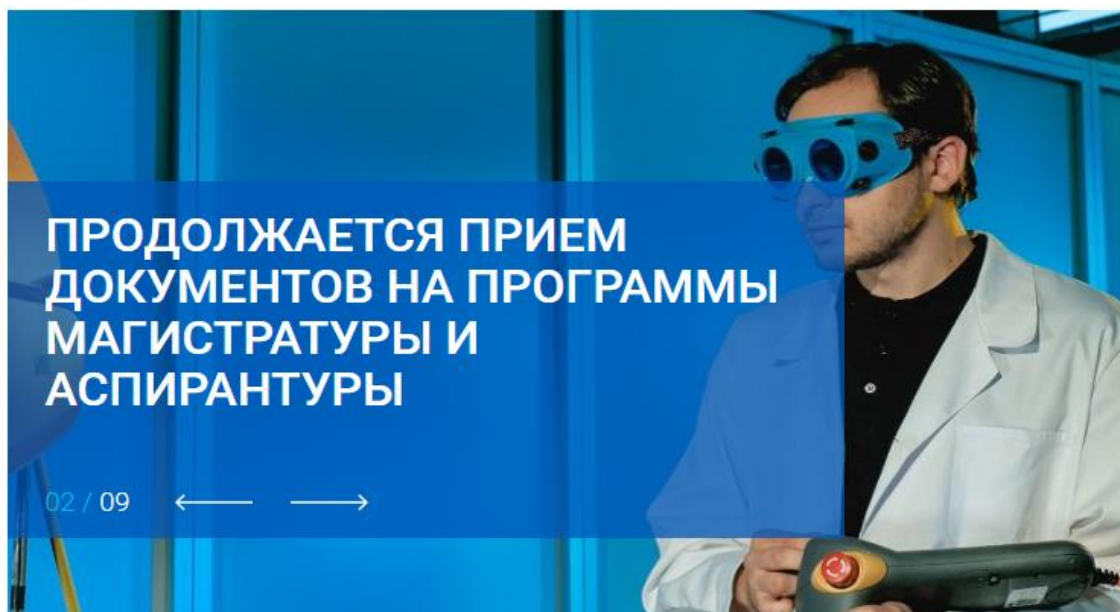
Build Your Future with HSE University

Admissions 2021 are now open!
Take the test and find the programme that best suits you

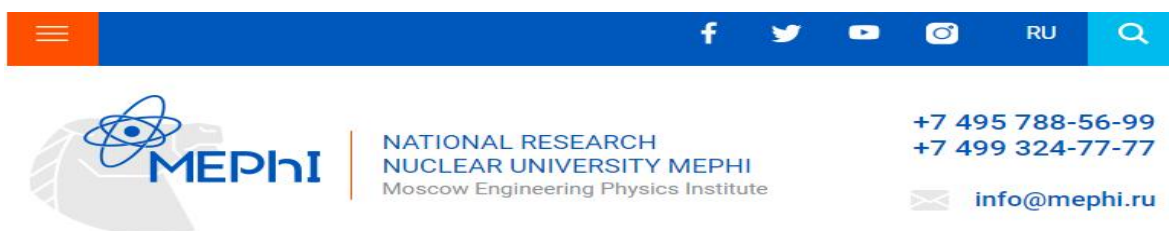
Consistently ranked as one of Russia's top universities, HSE University is a leader in Russian education and one of the



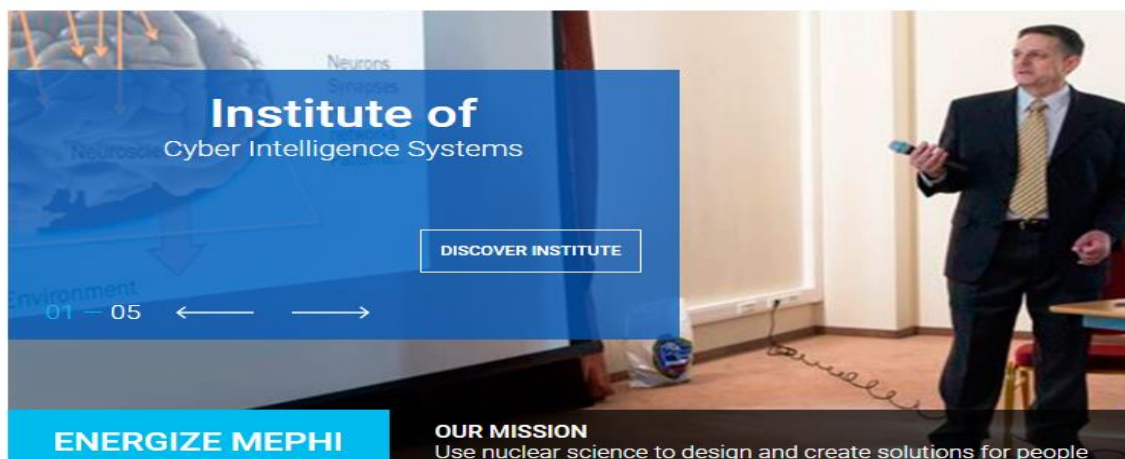
Header of the website for the National Research Nuclear University (NRC) MEPhI. It features the university's logo on the left, a navigation bar with social media icons (Instagram, Facebook, VK, Twitter, YouTube, Telegram) and language options (EN) in the center, and a search icon on the right. Below the navigation bar, the date "18 июня 2021" and a calendar icon are displayed. The main text reads "НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЯДЕРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ МИФИ". A prominent blue button labeled "ПИСЬМО РЕКТОРУ" (Write to the Rector) is positioned on the right side.



A banner advertisement for document submission. It features a background image of a man in a white lab coat wearing blue safety goggles and holding a handheld device. The text in Russian reads "ПРОДОЛЖАЕТСЯ ПРИЕМ ДОКУМЕНТОВ НА ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ И АСПИРАНТУРЫ" (Document submission continues for master's and doctoral programs). A navigation indicator shows "02 / 09" with left and right arrows.



Header of the website for the National Research Nuclear University (NRC) MEPhI. It features a menu icon on the left, social media icons (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram) and language options (RU) in the center, and a search icon on the right. Below the navigation bar, the university's logo and name "MEPhI" are displayed. The text reads "NATIONAL RESEARCH NUCLEAR UNIVERSITY MEPhI Moscow Engineering Physics Institute". Contact information is provided: phone numbers "+7 495 788-56-99" and "+7 499 324-77-77", and an email address "info@mephi.ru".



A banner advertisement for the Institute of Cyber Intelligence Systems. It features a background image of a man in a suit presenting a slide. The text in English reads "Institute of Cyber Intelligence Systems". A button labeled "DISCOVER INSTITUTE" is visible. A navigation indicator shows "01 - 05" with left and right arrows. At the bottom, the text reads "ENERGIZE MEPhI" and "OUR MISSION Use nuclear science to design and create solutions for people".

МГТУ им. Н.Э. Баумана



МГТУ имени Н.Э. Баумана
190 лет великой истории

[Приемная комиссия](#) [Расписание экзаменов](#) [Все о covid](#) [Twitter](#) [VK](#) [Facebook](#) [Instagram](#)

[Рус](#) [Eng](#)

[Поступающим](#) [Обучающимся](#) [Наука и инновации](#) [Медиа](#) [...](#)



Гордость университета

Лидер
рейтингов по
востребованности
выпускников

03 — 04



Bauman University
190 лет великой истории

[Schedules](#) [COVID](#) [Admissions committee](#) [Twitter](#) [VK](#) [Facebook](#) [Instagram](#)

[Рус](#) [Eng](#)

[Admissions](#) [Undergraduates](#) [Science](#) [Media](#) [University](#)



Исследовательское обучение

Образование
через науку

01 — 04



МГИМО МИД РФ

МГИМО УНИВЕРСИТЕТ

О МГИМО УЧЕБА НАУКА

Поиск на сайте

ПРЕСС-СЛУЖБА ENG

АБИТУРИЕНТАМ

СТУДЕНТАМ

ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ

ВЫПУСКНИКАМ

MBA EMBA

ГОВОРЯТ ЭКСПЕРТЫ МГИМО

Козин Владимир Петрович
18.06.21

Сделать это безопасным надёжным, ПОСТУПАЮЩИМ

ГЛАВНОЕ

16 июня
Визит посла Республики Польша К.Краевского

16 июня
В МГИМО начал работу Центр научной дипломатии

16 июня
Заседание Международного экспертного совета МГИМО

Программы ШКОЛЫ БИЗНЕСА

СМИ О МГИМО

Визит посла Республики Польша К.Краевского

Home News Contacts RU

MGIMO UNIVERSITY

BASIC FACTS WORLDWIDE SCHOOLS & DEPARTMENTS EDUCATION RESEARCH ADMISSIONS CAMPUSES SOCIAL LIFE

MGIMO Rector Welcomes Ambassador of Poland K.Krajewski

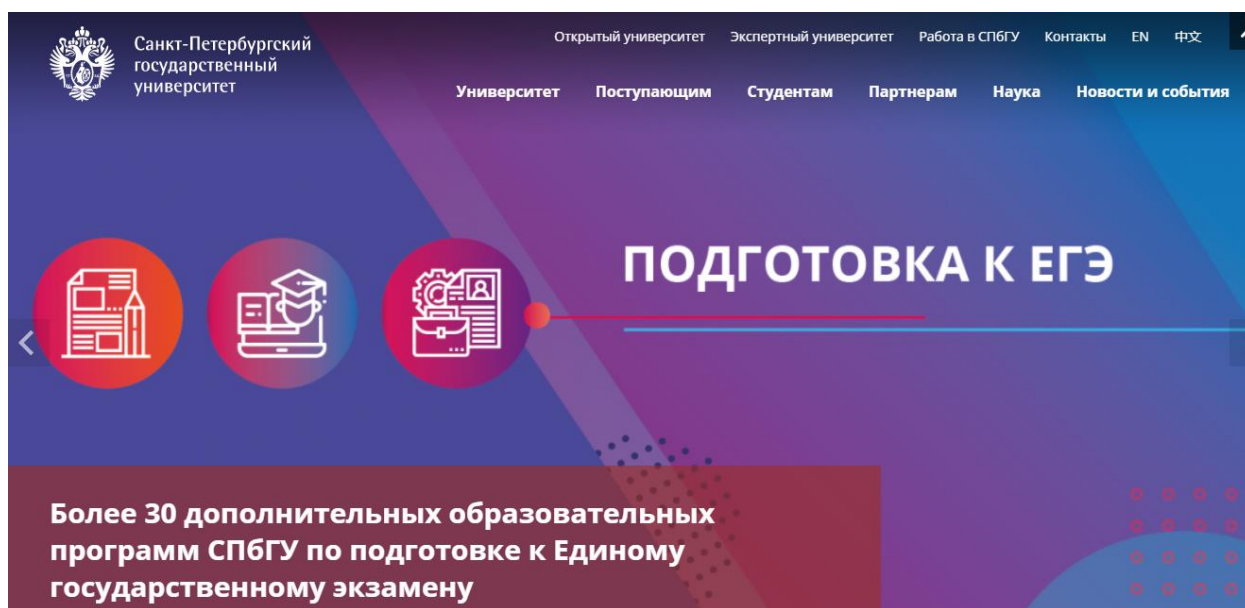
MGIMO Opens Center for Science Diplomacy

International day of the Russian Language Celebrations

Third Trianon Startups Forum at Versailles

ONLINE CONFERENCE DEDICATED TO THE 45TH ANNIVERSARY OF

Санкт-Петербургский государственный университет



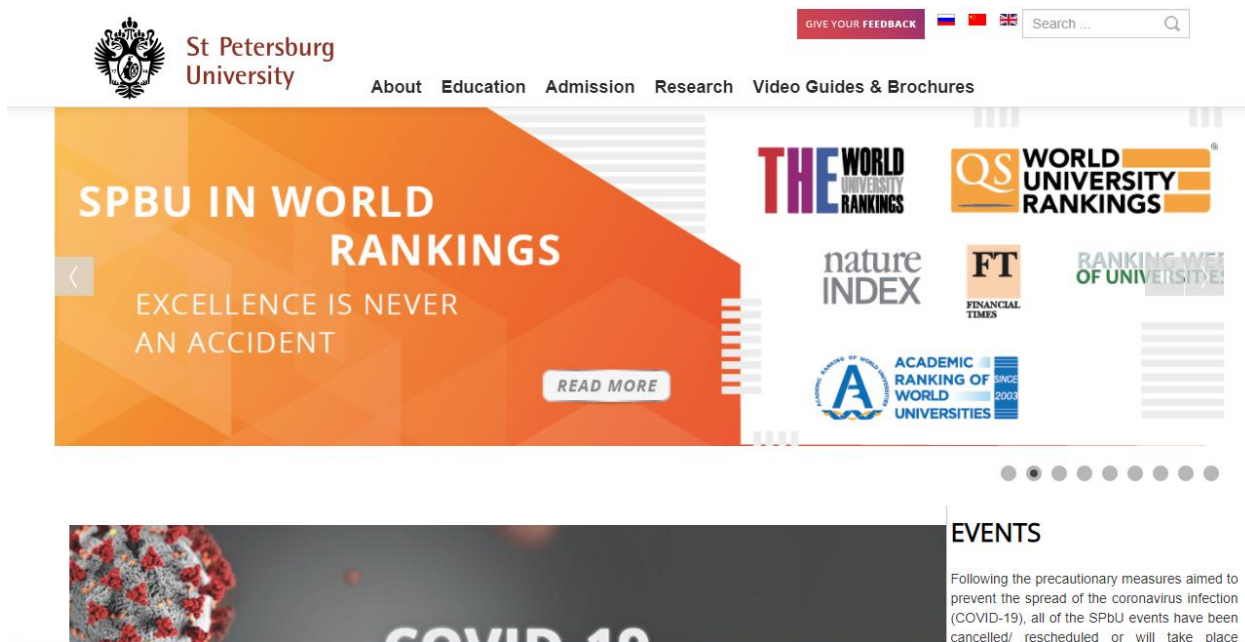
Санкт-Петербургский государственный университет

Открытый университет Экспертный университет Работа в СПбГУ Контакты EN 中文

Университет Поступающим Студентам Партнерам Наука Новости и события

ПОДГОТОВКА К ЕГЭ

Более 30 дополнительных образовательных программ СПбГУ по подготовке к Единому государственному экзамену



St Petersburg University

Give your feedback Search ...

About Education Admission Research Video Guides & Brochures

SPBU IN WORLD RANKINGS

EXCELLENCE IS NEVER AN ACCIDENT

READ MORE

THE WORLD UNIVERSITY RANKINGS QS WORLD UNIVERSITY RANKINGS

nature INDEX FT FINANCIAL TIMES RANKING OF UNIVERSITIES

ACADEMIC RANKING OF WORLD UNIVERSITIES

EVENTS

Following the precautionary measures aimed to prevent the spread of the coronavirus infection (COVID-19), all of the SPbU events have been cancelled/ rescheduled or will take place

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

The screenshot shows the website for RANHiGS (Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration). The header includes the RANHiGS logo and navigation links: "Кто Вы?", "Об Академии", "Структура", "Преподаватели и сотрудники", "Репозиторий", "Контакты", "Для СМИ". Below the header is a secondary navigation bar with categories: "Подготовка к поступлению", "Высшее образование", "Управленческое и бизнес-образование", "Подготовка госслужащих", "Наука и консалтинг", "Дистанционное обучение", "#RANHiGSantiCOVID", and a search bar with "Py | En". The main banner features the text "ДЕНЬ ОТКРЫТЫХ ДВЕРЕЙ online" and "Все трансляции и материалы Жми, чтобы посмотреть!". Below the banner is a navigation bar for "Программы РАНХиГС на ПМЭФ-2021". The "Новости" (News) section is visible, with a date "18 ИЮНЯ" and a list of news items:

- Владимир Путин пообщался со слушателями четвертого потока программы развития кадрового управленческого резерва
- Владимир Мау дал интервью изданию «Сноб»
- Заслуженный врач РФ Леонид Печатников: «Пока мы не вакцинируемся, мы будем болеть и умирать»
- Проректор РАНХиГС Сергей Мясодев выступил на Международной конференции ООН PRME

The screenshot shows the website for RANEPА (The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration). The header includes the RANEPА logo and navigation links: "About us", "Academic staff", "Structure", "Contact RANEPА", "Information for media". Below the header is a secondary navigation bar with categories: "Programmes", "Admission", "Research", "For students", "Life@RANEPА", "#RANEPАvsCOVID", and a search bar with "Py | En". The main banner features a large image of a coronavirus particle and the text "CORONAVIRUS. WHAT YOU NEED TO KNOW". Below the banner is a navigation bar with left and right arrows. The text on the banner reads:

CORONAVIRUS. WHAT YOU NEED TO KNOW

The number of coronavirus infections is growing in Russia; the virus has been found in all European countries. RANEPА is transitioning to distance learning in over the virus outbreak concerns. We have collected all relevant up-to date information on one page

● ○ ○ [Read more...](#)

Московский физико-технический институт

Абитуриентам Студентам Выпускникам Личный кабинет Вход для администраторов Ru Карта сайта

МФТИ Московский физико-технический институт (национальный исследовательский университет)

Сервисы IT Поиск Тел. справочник Поддержать МФТИ

О ФИЗИТЕХЕ ОБРАЗОВАНИЕ НАУКА И ИННОВАЦИИ НОВОСТИ НАУКИ

Хватит кодить, рули проектами

Магистратура от МФТИ, бизнес-школы СКОЛКОВО и МТС **БЕСПЛАТНО**

Подобности на презентации 24 июня **РЕГИСТРИРУЙСЯ**

Открыт набор в магистратуру «Цифровые технологии в бизнесе» от МФТИ, бизнес-школы Сколково и МТС

Подана заявок открыта до 16 июля. Выпускники получат два диплома — МФТИ и бизнес-школы Сколково....

Предстоящие события

Июнь 2021

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11

Быть в курсе событий

Профилактика COVID-2019

MIPT About Research Education Campus Life RU

EDUCATIONAL PROGRAMS

MIPT ADMISSIONS

Research News

MIPT scientists talk about prospects for treating hypertension

miptr/en/ish/news/mipt_scientists_talk_about_prospects_for_treating_hypertens...

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ШКОЛЫ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ СОТРУДНИКИ
Сотруднику Абитуриенту Студенту Аспиранту Выпускнику Партнерам

УНИВЕРСИТЕТ ОБРАЗОВАНИЕ НАУКА И ИННОВАЦИИ СОТРУДНИЧЕСТВО ЖИЗНЬ В ТПУ

Юбилей Томского политеха

>>Подробнее
>>Програмное выступление врио ректора Андрея Яковлева на торжественном Учёном совете ТПУ
>>Презентация Андрея Яковлева «ТПУ 125 лет»

2 июня-11 июля
Всероссийский кейс-

22 июня
Семинар «Моделирование»

TOMSK POLYTECHNIC UNIVERSITY

SCHOOLS ADMINISTRATIVE DIVISIONS SUPPORT TPU
Prospective Students Students Faculty and Staff Visitors

ABOUT TPU RESEARCH ACADEMICS ADMISSIONS COOPERATION LIFE AT TPU

International Olympiad - Open Doors

Find more

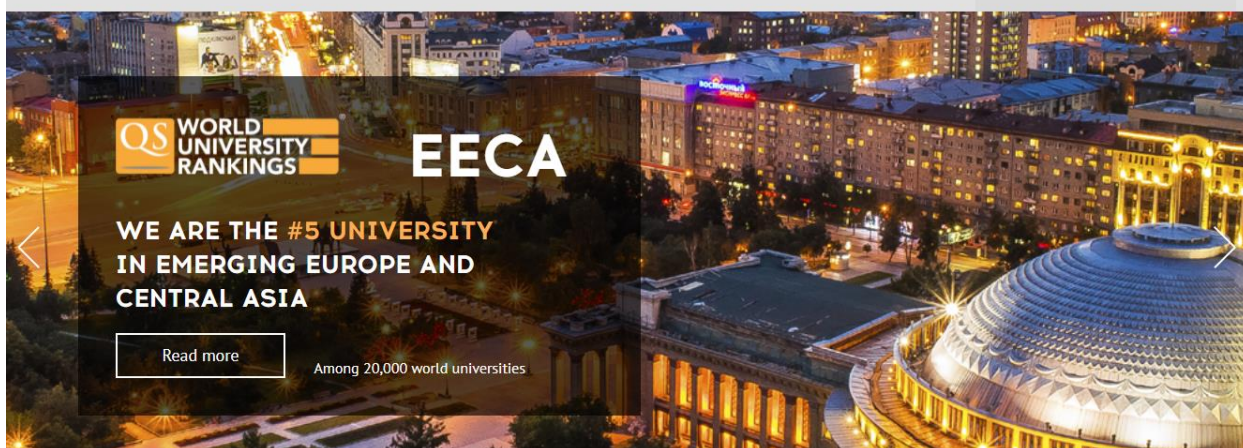
ONE CLICK TO OPEN ALL DOORS

7-30 June
Free A1 Russian Course

28 June-8 July
Info Days 2021 Horizon

Scholarship Project
Association Global

Новосибирский государственный университет





Shoddy and the Art and Science of

caltech.edu/about/news/shoddy-and-the-art-and-science-of-rewirling

Did You Know?

The Caltech Science Exchange explores science-driven sustainability solutions



Computer science is Caltech's most popular major

JPL helped pave the way for the historic Apollo missions that took humans to the moon



While working at Caltech, Nobel

Latest COVID-19 updates



The optimist empowering others

"There's so much we can learn from each other," says Antoinette Nestor, who is passionate about working with local communities to bring about positive change. Read her story.

Оксфордский Университет

The image shows the top portion of the University of Oxford website. At the top left is the University of Oxford logo. To its right are navigation links: ADMISSIONS, RESEARCH, NEWS & EVENTS, and ABOUT. Further right are links for Colleges, Divisions & departments, and a search bar. Below these are links for Coronavirus, Staff, Oxford students, Alumni, and Local community. The main banner features a photograph of a man in a suit walking away from the camera towards a modern building with large glass windows, situated next to a pond. The text 'HOW DOES GRADUATE LIFE WORK AT OXFORD?' is overlaid on the image, with a sub-headline: 'OxfordSU's VP for Graduates on how your academic department, your college and the wider University come together at Oxford'. Below the banner are two columns: 'NEWS' with a sub-link 'All News' and three news thumbnails (a DNA helix, a building, and a woman speaking), and 'EVENTS' with a sub-link 'All Events' and two event cards: '19 JUN Marvellous Meadow Day Harcourt Arboretum 19 JUN 2021' and '23 JUN Book at Lunchtime: Real Oxford The Oxford Research Centre in the Humanities - Lunchtime Online Webinar'.

Стэнфордский Университет

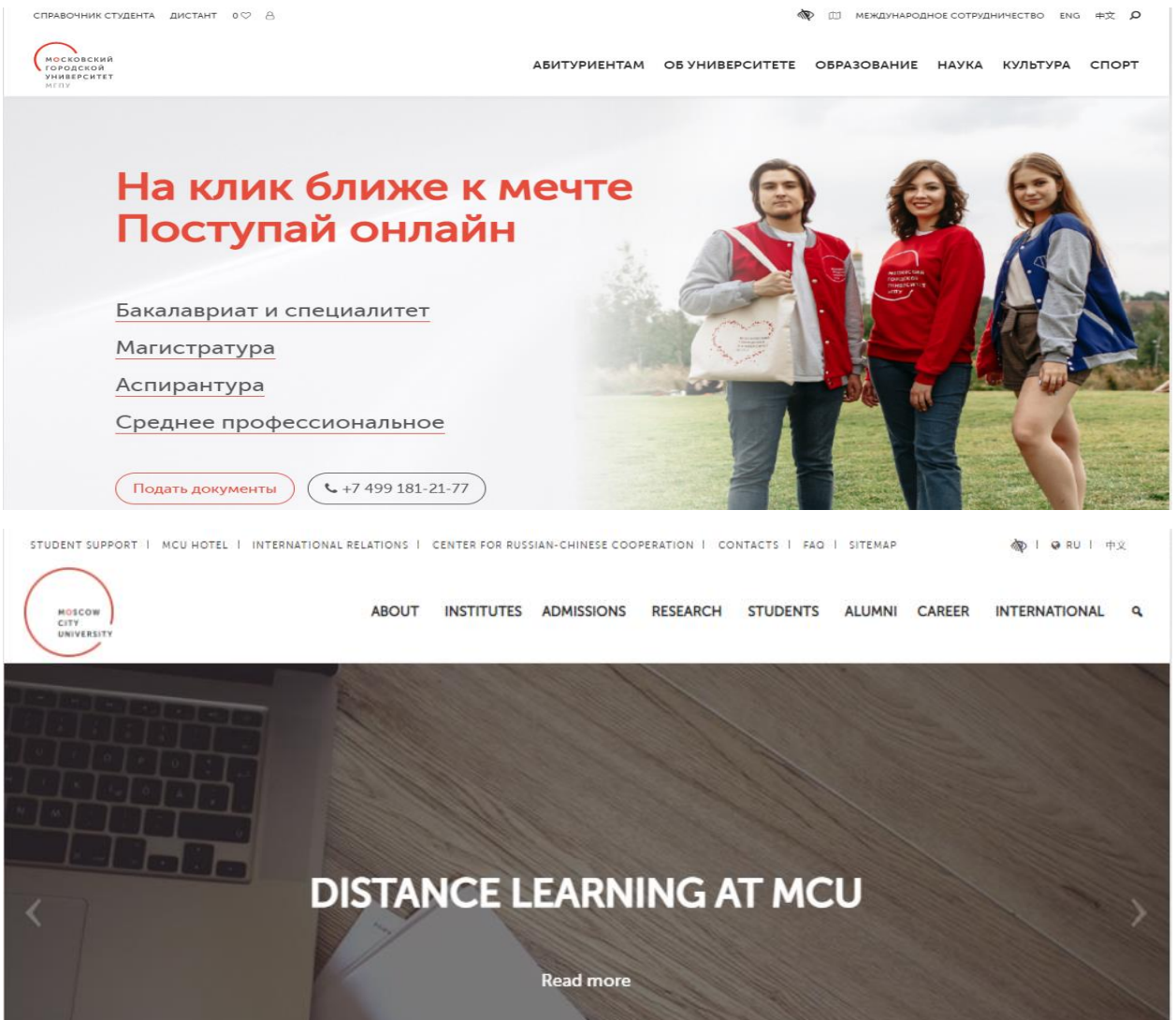
The image shows the top portion of the Stanford University website. At the top left is the 'Stanford University' logo. To its right are navigation links: Students, Faculty & Staff, Families, Visitors, Alumni, COVID Resources, and a search bar. Below these are links for News, Events, Academics, Research, Health Care, Campus Life, Admission, and About. The main banner features a photograph of a large stadium filled with graduates in black and red gowns sitting on the grass during a commencement ceremony. The word 'Stanford' is written in large white letters across the center of the image. At the bottom of the banner is a red bar with the text 'Explore Stanford' and a dropdown arrow.

Массачусетский технологический институт



The image shows the MIT website header for Juneteenth Freedom Day. On the left, there is a navigation menu with the MIT logo and the text "Massachusetts Institute of Technology". Below this is a search bar with the text "hackmit" and a list of "Top resources for" including prospective students, current students, faculty & staff, alumni, parents, Covid-19 and MIT, and all resources. There is also a "Join us in building a better world." button. The main content area features a large graphic of the United States map with the text "JUNETEENTH FREEDOM DAY" and a link to "president.mit.edu". Below the graphic is a quote: "Setting aside this day serves to acknowledge the stain on our nation of".

Московский городской педагогический университет



The image shows the MCU website header for online education. The top navigation bar includes "СПРАВОЧНИК СТУДЕНТА", "ДИСТАНТ", "0", and "МЕНЮ". The main navigation bar includes "АБИТУРИЕНТАМ", "ОБ УНИВЕРСИТЕТЕ", "ОБРАЗОВАНИЕ", "НАУКА", "КУЛЬТУРА", and "СПОРТ". The main content area features a large image of three students standing in a field. The text "На клик ближе к мечте Поступай онлайн" is prominently displayed. Below this is a list of programs: "Бакалавриат и специалитет", "Магистратура", "Аспирантура", and "Среднее профессиональное". There are two buttons: "Подать документы" and "+7 499 181-21-77". The bottom navigation bar includes "STUDENT SUPPORT", "MCU HOTEL", "INTERNATIONAL RELATIONS", "CENTER FOR RUSSIAN-CHINESE COOPERATION", "CONTACTS", "FAQ", "SITEMAP", and "RU | 中文". The footer features the "MOSCOW CITY UNIVERSITY" logo and a list of categories: "ABOUT", "INSTITUTES", "ADMISSIONS", "RESEARCH", "STUDENTS", "ALUMNI", "CAREER", "INTERNATIONAL". A large banner at the bottom reads "DISTANCE LEARNING AT MCU" with a "Read more" link.

ПРИЛОЖЕНИЕ II

Элементы навигации Интернет-представительств университетов США и Великобритании

Таблица 1. Элементы навигации Кембриджского университета

Основное меню	
Study at Cambridge	Учеба в Кембридже
About the University	Об университете
Research at Cambridge	Исследовательская деятельность
Give to Cambridge	Поддержите университет
Второстепенное меню	
For staff	Сотрудникам
For Cambridge students	Студентам
For alumni	Выпускникам
For businesses	Компаниям
For researchers	Исследователям
Colleges and departments	Учебные подразделения университета
Libraries and departments	Библиотеки и кафедры
Museums and collections	Музеи и выставки
Email and phone search	Контактная информация
Give to Cambridge	Поддержите университет

Таблица 2. Элементы навигации Оксфордского университета

Основное меню	
Admissions	Поступление
Research	Исследования
News & Events	Новости и события
About	О нас
Второстепенное меню	
Colleges	Колледжи
Divisions & departments	Подразделения и кафедры
Staff	Сотрудники
Oxford students	Студенческая жизнь
Alumni	Выпускники
Visitors	Посетителям
Local community	Местное сообщество

Таблица 3. Элементы навигации Массачусетского технологического института

Education	Образование
Research	Исследования
Innovation	Научные разработки
Admissions + Aid	Поступление и льготы
Campus Life	Жизнь университета
News	Новости
Alumni	Выпускникам
About MIT	О нас

Таблица 4. Элементы навигации Калифорнийского технологического университета

Основное меню	
About Harvard	О Гарварде
Admissions & Aid	Поступление и льготы
Schools	Школы
On Campus	Жизнь кампуса
Gazette News	Новости
Events	События
Visit	Посетителям
Give	Поддержать университет
Второстепенное меню	
Faculty	Факультеты
Staff	Сотрудники
Students	Студенты
Alumni	Выпускники
Parents	Родителям
Visitors	Посетителям
Media	Информация для СМИ

Таблица 5. Элементы навигации Стэнфордского университета

Основное меню	
News	Новости
Events	События
Academics	Образование
Research	Исследования
Health Care	Здравоохранение
Campus Life	Жизнь кампуса
Admission	Поступление
About	О нас

Второстепенное меню	
Students	Студентам
Faculty & Staff	Факультеты и сотрудники
Parents	Родителям
Visitors	Посетителям