

2. Chiaro D. Verbally Expressed Humour on screen: Reflections on translation and reception // The Journal of Specialised Translation. 2006. Vol. 6. P. 198-208.
3. Spanakaki K. Translating Humor for Subtitling [Electronic resource] // Translation-journal.net. 2007. Volume 11. No. 2. Mode of access: <http://translationjournal.net/journal/40humor.htm> (date of access: 25.10.2021).
4. Delabattista D. Traducto: Essays on punning and translation. United Kingdom : St. Jerome Publishing, 1996. 304 p.
5. Чиж М. С., Данилова И. И. Особенности перевода каламбура // Успехи современного естествознания. 2012. № 25. С. 168.
6. омов А. М., Бабушкин А. П. Каламбур как вид языковой игры: механизмы образования // Вестник ВГУ. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. № 1. С. 16-19.

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ЛОКАЛИЗАЦИИ

А. В. Михайлова

Научный руководитель А. Ф. Шаповалова, старший преподаватель

Белорусский государственный университет

Минск, Беларусь

e-mail: Amichailova237@gmail.com

В статье рассматривается явление языковой локализации и ее лингвокультурные аспекты, которые возникают в процессе адаптации продукта или услуги к определенным культурным особенностям целевой аудитории.

Ключевые слова: локализация; культурная адаптация; лингвокультурный аспект; программное обеспечение (ПО); культурная дистанция.

Введение. На сегодняшний день существует множество различных определений термина «локализация». Языковая локализация — это перевод и культурная адаптация продукта к особенностям определенной страны, региона или группы населения. Причем под «продуктом» понимается любой товар или услуга. [1, с. 3] Локализация предусматривает также всестороннее изучение целевой культуры, необходимое для правильной адаптации продукта к потребностям отдельных рынков.

Основная часть. Языковая локализация в контексте перевода представляет наибольший интерес. Она включает в себя множество составляющих, в числе которых – использование идиоматических выражений, реалий, этнокультуроведческой лексики; стилистические особенности речи; корректное использование форматов дат, времени, единиц измере-

ния, температуры, записи чисел, адресов и телефонных номеров; правильное использование символов, корректный стиль и направление письма и др.

Существует прямая связь языковой локализации с культурной, которая подразумевает принятие во внимание привычек, предпочтений и особенностей представителей конкретной культуры, использование различных ассоциаций и т.п. Для максимально качественной языковой локализации логично нанимать переводчиков непосредственно из той культуры, для представителей которой они будут переводить. Например, носителя украинского языка и культуры – при локализации определенного продукта для украинского рынка, американца – для США и т.д. Данная избирательность обусловлена как региональными особенностями одного и того же языка, так и тем, что даже в близкородственных культурах могут быть выявлены едва уловимые различия, способные обернуться настоящим провалом, если переводчик-локализатор оставит их без должного внимания.

Культурная адаптация является обязательным компонентом локализации, то есть тем, что, собственно, отличает локализацию от перевода. Согласно данному мнению, «у пользователя при работе с сайтом не должно возникать ощущения, что он был переведен из одной языковой версии в другую. Локализованный сайт должен выглядеть так, как будто он изначально был создан на языке пользователя» [2, с. 167].

Социокультурные сведения, характерные лишь для определенной нации или национальности и отраженные в языке данной национальной общности, называют фоновой информацией. Последняя включает в себя специфические факты истории, особенности государственного устройства и географической среды национальной общности, характерные предметы культуры, фольклорные понятия – то, что в теории перевода называют реалиями.

Существует специальный термин – «культурная дистанция», обозначающий значительные различия в поведении людей в двух разных культурах [3, с. 37]. Наиболее просто процесс локализации проходит для тех стран, культурная дистанция между которыми минимальна; при увеличе-

нии этой дистанции пропорционально усложняется и процесс локализации.

Переводчикам в процессе локализации ПО зачастую приходится сталкиваться с такими проблемами лингвокультурной адаптации продукта, как:

1. Цвет. Особое внимание при локализации веб-сайтов и мобильных приложений стоит уделить именно цветовому содержанию – от правильно подобранной палитры зависит посещаемость сайта. Различия в значениях цветов в разных странах известны достаточно широко. Хорошим примером служит белый цвет, являющийся символом нейтралитета, тем не менее, в Японии и Китае белый – это цвет траура. В Европе цветом траура является черный, а в Египте – красный.

2. Политика. Тема политики в повседневной жизни является почвой для конфликтов, следовательно, переводчику-локализатору стоит избегать политически неоднозначных моментов. Флаги, спорные территории, выдающиеся политические фигуры – данные элементы не должны задевать политические взгляды пользователя. Зачастую в мобильных приложениях или веб-сайтах встречается такой элемент переключения на английский язык, как флаг Великобритании. Данное решение является не совсем корректным, ведь локализатор игнорирует лингвокультурный аспект, отражая английский язык лишь в британском варианте, хотя рынок данного ПО предусматривает также использование американского варианта. В таком случае, более целесообразным решением будет текстовый элемент переключения раскладки: *Ru / En*. Данный вариант является универсальным и применимым к любому ПО.

3. Системы измерения, форматы даты и времени. Элементы культурной адаптации также включают системы измерений, которые отличаются в соответствии с исторически сложившейся традицией. Система в Соединённых Штатах и Великобритании отличается от привычной для стран СНГ метрической системы. Поэтому при локализации продуктов необходимо конвертировать единицы объёма, веса, температуры, длины: унции и фунты рекомендуется заменять граммами и килограммами, фуры и мили – метрами и километрами и т.д. Не стоит забывать также о шка-

лах Цельсия и Фаренгейта, конвертировании градусов Цельсия в процессе локализации продукта на американском рынке. Для точного конвертирования единиц стоит обратиться к единой метрической системе [4]. Написание крупных чисел или десятичных дробей также может варьироваться: в английской традиции дробная часть числа отделяется точкой *0.5*, а запятая предназначена для разделения разрядов крупных чисел *1,000*; *1,000,000*. Стоит также обратить внимание на написание даты: известно, что в США сначала пишется число месяца, затем день и, наконец, год *12.27.2019*. В странах СНГ в цифровом формате дат используются точки *27.12.2019*, и в начале даты пишется конкретный день, за ним следуют месяц и год. Во Франции для передачи дат вместо точек используется косая черта *27/12/2019*.

Заключение. Таким образом, языковая локализация продукта, будь то веб-сайт или видеоигра, требует разностороннего подхода. Даже досконального знания иностранного языка, его лексических и грамматических аспектов, не бывает достаточно, чтобы стать переводчиком-локализатором, обладающим необходимой компетенцией. Для успешной лингвокультурной адаптации ПО переводчик-локализатор должен обладать обширными фоновыми знаниями. Передать культурные элементы в процессе локализации представляется сложной задачей из-за различия менталитетов стран, для которых выпускается и локализуется продукт – между страной, где был произведен веб-продукт, и регионом, для которого выполняется его локализация, может иметь место культурная дистанция. Чтобы устранить ее, в процессе локализации продукта следует уделять внимание передаче таких элементов, как цвет, политическая символика, формат дат, времени, единицы измерения.

Библиографические ссылки

1. Esserlin B. *A Practical Guide to Localization*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2000. 490 p.
2. Сухарева Е. Е., Шурлина О. В. Локализация сайта как форма межкультурной коммуникации // Вестник Воронежск. гос. ун-та. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2013. С. 166–169.
3. Hall E. T. *Beyond Culture*. N.Y. : Anchor Books, 1989. 256 p.

4. Common equivalents and conversion factors for U.S. Customary and SI systems [Electronic resource] // Britannica. Mode of access: <https://www.britannica.com/science/metric-system-measurement> (date of access: 16.10.2021).

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА РУССКИХ ПРОСТОРЕЧНЫХ СЛОВ И ВЫРАЖЕНИЙ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК (НА ПРИМЕРЕ РАССКАЗА М. М. ЗОЩЕНКО «ЖЕРТВА РЕВОЛЮЦИИ»)

А. А. Оробец

Научный руководитель К. А. Аксенова, кандидат филологической наук, доцент

*Липецкий государственный педагогический университет
имени П. П. Семенова-Тян-Шанского
Липецк, Российская Федерация
e-mail: cfyxj2344@mail.ru*

В статье рассматривается специфика перевода русских просторечных слов и выражений на английский язык на примере рассказа М. М. Зощенко «Жертва революции», раскрываются тонкости работы с русской разговорной лексикой. Писатель-сатирик в совершенстве использует языковые средства для передачи более емкого портрета героя.

Ключевые слова: перевод; просторечные слова; языковые средства; художественный текст

Введение. Проблема перевода просторечных слов и выражений доставляет переводчикам немало трудностей, так как просторечная лексика не имеет эквивалентов в английском языке, и чтобы передать смысл и содержание художественного текста, они используют различные методы и средства, но далеко не всегда получается сохранить смысл или эмоциональную окраску оригинала [1, с.291].

Просторечия – слова и выражения, отклоняющиеся от литературной нормы, имеющие оттенок стилистической сниженности, вульгарности, употребляемые в разговоре [2, с 23]. Просторечие в отличие от других видов сниженной лексики – общепонятная для носителей языка речь.

Просторечные слова и выражения свойственны разговорной речи. Хотя в литературном языке просторечия используются как стилистическое средство, придающее речи шутливую, пренебрежительную, ироническую или грубоватую окраску. Это чаще всего слова-синонимы нейтральной лексики, но более выразительные и экспрессивные.