

зической культуры, спорта и туризма, *e-mail*: garipova25@mail.ru.

ЗАЙНУЛЛИНА Резеда Равкатовна – студентка факультета «Сервис» Набережночелнинского филиала Поволжской государственной академии физической культуры, спорта и туризма

УДК 81-26

**АНАЛИЗ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ ОШИБОК
ПРИ ПЕРЕВОДЕ С КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ ЯЗЫК
(на примере локализации приложения для мобильных устройств на платформе iOS)**

А.З. Маликов

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань

В статье, на примере локализации приложения для мобильных устройств, анализируются некоторые грамматические и стилистические ошибки при переводе с китайского языка на русский язык. С целью повышения качества перевода приложений, даются практические рекомендации для локализаторов.

Ключевые слова: локализация, перевод, переводоведение, китайский язык, русский язык.

В настоящее время в Китае наблюдается тенденция продажи программного обеспечения за границу. В связи с этим встает вопрос о грамотной локализации программных продуктов.

При локализации приложения основной задачей является не создание перевода максимально приближенного к оригиналу, но перевода, который будет привлекать клиента, будет близок к картине мира пользователя. Основными привлекающими элементами современных приложений являются игровая составляющая и эмоциональная составляющая. Если игровая часть обращается, прежде всего, к азарту человека, к его тяге к развлечениям, то эмоциональная обращена к чувствам, к желаниям. Подобного уровня взаимодействия можно достичь лишь грамотно выполненной локализацией, т.к. большая часть игры происходит у играющего в воображении. Здесь действует тот же принцип, что и при чтении книг, все действие разворачивается в фантазии читателя, но данного эффекта можно достичь лишь при условии, что локализация выполнена грамотно.

Локализация подразумевает под собой замену всевозможных элементов продукта, являющихся культурно-зависимыми, таким образом, чтобы конечный продукт максимально соответствовал культурным, юридическим и маркетинговым особенностям рынка, что ведет к успешным продажам. Локализация – это процесс адаптации программного обеспечения под национальные, лин-

гвистические и культурные требования конкретной страны, а именно, адаптация отдельных объектов локализации в соответствии с требованиями языка целевой аудитории. Для реализации успешной локализации продукта, рекомендуется закладывать возможность многоязыковой поддержки в самом начале стадии проектирования и разработки игры – этот процесс называется «интернационализация» [Трусев 2010: 113].

Специалист, который занимается локализацией (локализатор) должен в себе сочетать знания переводчика и инженера, разбираться в компьютерах и владеть языком, владеть необходимыми информационными средствами, чтобы разбираться в материалах, которые нужно будет локализовать, например, изменять меню, изображения, окно сообщения и т.п.

По общепринятой классификации существует три уровня локализации:

1. Обеспечить поддержку языка и национальных стандартов, необходимый минимум, чтобы программа могла выполнять свои функции в другой стране (вывод на экран символов языка, ввод текста, алфавитная сортировка, строковые операции и т. д.).

2. Перевод текстов в интерфейсе программы на целевой язык.

3. Тонкая настройка под целевую страну (работа со словоформами, дополнительные стандарты, не влияющие на основную функциональность программы, учёт национального менталитета и т. д.) [Никулина 2013: 232].

При переводе текста приложения или игры необходимо учитывать, что он содержит особенности публицистического текста. В первую очередь, цель публицистического текста, как и любого другого – сообщить новые сведения. Цель этих текстов не столько донести информацию, сколько донести суждения об этой информации. Кроме донесения информации у данных текстов есть еще одна цель – воздействовать на читателя [Железнякова 2010: 6]. Поэтому у любой компьютерной игры есть общая идеология, стиль и тематическая направленность.

Аудиторией игры являются широкие массы населения, хотя в игры в основном играет молодежь. Именно это и привело к тому, что игровой стиль достаточно сформировался, чтобы полностью удовлетворять запросы публики и не нуждаться в переработке. Несмотря на широкие потоки информации и потребность в передаче новых сведений, игровой стиль характеризуется высокой степенью клишированности. В данном случае в термин «клише» не вкладывается никакой негативной оценки, так как имеются ввиду сочетания, которые имеют устойчивую сочетаемость, однако актуальную лишь в рамках игрового стиля [Город...http].

Сложность перевода игровых текстов заключается именно в их клишированности. Переводчикам давно известно как переводить стандартные фразеоло-

логизмы. Однако большую трудность представляют клише, которые существуют в рамках игрового текста и не являются устойчивыми выражениями. В подобных ситуациях переводчикам может помочь только знание специфической игровой терминологии и личный опыт локализации игр и приложений.

Считается, также, что особую роль в тексте играют «модные слова», которые часто являются словами иностранного происхождения. Иногда так же в тексте могут появиться старые слова, которые вдруг начали сочетаться с другими словами. Модные слова повышают доверие читателя и подчеркивают актуальность информации. Однако, при переводе «модность» слова теряется, поэтому переводчику нужно лексически компенсировать потерю «модности», перенеся ее на другую лексему т.е. заменяя по контексту слова на модные для языка перевода [Трусев 2011].

Таким образом, необходимым условием для успешной локализации является хорошее знание переводчиком тематики перевода. Рассмотрим некоторые ошибки на примерах.

В данной работе использован перевод текста приложения «Любимый дом» гражданина Китая, выпускника факультета русского языка Хунаньского педагогического университета (г.Чанша, КНР), с трехлетним опытом работы в России переводчиком, откорректированный автором статьи.

Большинство китайских иероглифов имеют несколько значений, и из-за этого, уже в названии приложения переводчик допускает первую ошибку. Здесь и далее курсивом даны варианты перевода, где первый вариант был предложен переводчиком, второй, откорректированный автором статьи. Название приложения:

我爱我家

«Люблю свою семью» «Любимый дом»

Для наглядности стоит сказать несколько слов о специфике приложения. Данное приложение – игра, в которой человеку дается возможность обустроить свой виртуальный дом. Делать в нем ремонт, менять интерьер и т.д. В китайском языке иероглиф 家 имеет два значения: 1. Семья, 2. Дом. Таким образом, становится ясно, что ошибка допущена по невнимательности, либо из-за того, что переводчик должным образом не ознакомился с тематикой перевода, либо при описании технического задания заказчик не посчитал нужным объяснить специфику текста и не оставил какого-либо комментария исполнителю. После ознакомления с приложением было предложено заменить название на «Любимый дом». Выбор мотивирован тем, что в российском секторе игр для мобильных устройств преобладают обезличенные названия.

В самой же игре, обращение к игроку часто бывают более выигрышны нежели «сухие» обезличенные повествовательные предложения.

我是市长，欢迎你入住新家！亲爱的装扮天才，现在就开始展现你的才华吧~

Я – мэр, приветствую тебя в новоселье! Дорогая умница по украшению, сейчас покажи талант!

Здесь неточностью является использование слова «приветствую», т.к. структура предложения сама по себе подразумевает приветствие. Несмотря на то, что обращения в игре необходимы, нельзя досаждать этим игроку, в данном случае употребление похвалы в виде слова «умница», во-первых, неуместно, т.к. игрок еще не сделал ничего, за что его можно было бы похвалить, а, во-вторых, как показывает практика, российские пользователи менее эмоциональны, нежели китайцы и подобные обращения воспринимают скорее отрицательно, чем положительно. Вместо вышеизложенного было предложено менее эмоциональное:

Я – мэр, с новосельем тебя! Прояви свой талант в украшении квартиры!

Здесь оборот «с новосельем» заведомо несет в себе смысловую нагрузку «приветствия», а повелительное наклонение глагола «Прояви», сглаживается общим позитивным фоном и воспринимается не как приказ, а скорее руководство к действию или добрый совет.

Распространенной ошибкой переводчиков-китайцев является построение громоздких предложений. Это происходит во многом из-за использования вспомогательных слов. При локализации приложений одной из главных задач переводчика является краткость и лаконичность. В индустрии мобильных приложений не принято строить длинные предложения, т.к. длинные предложения растягивают текст и могут замедлить темп, что недопустимо. Поэтому используются короткие предложения. Только так можно сделать текст динамичным и легким для восприятия. Сравните:

每当你给家里添置物品时，你的房屋价值也会相应地增加。物品的售价越高，它所贡献的房屋价值也越高哦。

Когда добавляешь предметы дома, соответственно, стоимость квартиры растет. Чем выше цены добавления, тем быстро растет стоимость квартиры.

Каждый новый предмет увеличивает стоимость квартиры. Чем выше цена предмета, тем выше стоимость квартиры.

Из предложенного варианта понятно, что предмет и «куплен» и «добавлен». Для имитации поэтапного и легкого развития и дополнительной мотивации игрока в начало предложения добавлено слово «каждый». Так значение предложения приобретает значение «Каждый шаг приближает вас...».

При переводе оболочки приложения необходимо учитывать, что информация поступает игроку не только посредством текста, но и визуально. Данная особенность хорошо проявляется в следующем примере.

点击“建造”按钮，开始建造厨房吧~

Кликаешь кнопку "создание", начнем создать кухню

Несмотря на краткость, данный пример хорошо иллюстрирует описанную ошибку. Когда пользователь видит данное сообщение, на экране также присутствует поле, на которое можно нажать, поэтому в данном случае, нецелесообразно использовать слова «кнопка» и «кличешь». В русском языке слово «кликнуть», кроме значения «позвать», используется также и для описания звука, который при нажатии издает кнопка мыши. Таким образом, данный глагол может использоваться только в отношении устройств использующих мышь, но никак не устройств с сенсорным экраном, к которым относится iPhone и iPad, являющихся основной платформой для данной игры. Подходящим словом для данного действия является слово «нажимать». Данное сообщение нужно лишь для пояснения, поэтому здесь нет нужды использовать какую-либо мотивационную окраску. Предложенный вариант выглядит так:

Чтобы открыть кухню нажми «Создать».

Необходимым элементом локализации приложения является использование клише, т.е. однотипных выражений. Клише необходимо использовать в уведомлениях, связанных с игровым процессом. Если человек уже играет продолжительное время, он перестает читать подобные уведомления, а лишь улавливает суть. Поэтому первая часть уведомления должна пояснять, а вторая подтверждать. Из этого следует, что большинство системных сообщений должны быть построены по одному типу, так как часто в них меняется лишь объект, но смысловая нагрузка остается без изменений. Чем меньше времени игрок тратит на чтение подобных сообщений, тем ему комфортнее, и тем успешнее приложение будет продаваться. Поэтому задача переводчика не только унифицировать текстовку подобных сообщений, но и сделать их как можно короче и лаконичнее. Например:

在主卧室铺上一块柔软的地毯，地板更漂亮了。#签收1块地毯

Покрывай мягкий ковер в главной спальне, чтобы дома было боле комфортно! # Распишишь на ковер

Для комфорта в главной спальне нужен мягкий ковер. # Постели ковер.

为书房铺上漂亮的地砖吧! #更换地砖

Покрывай в книжной комнате красивые плиты для покрытий! # Поменяй плиты для покрытий!

В кабинете нужна хорошая плитка # Поменять плитку

卫生间地面容易湿滑，铺上一块地毯吧。#签收1块地毯

В туалет скользкий пол, покрывай мягкий ковер в туалете # Распишишь на ковер

Пол в туалете скользкий, постели ковер. # Постелить ковер.

Еще одной особенностью, которую обязательно нужно учитывать при локализации является то, что текст, написанный китайскими иероглифами значительно короче русского. Часто локализаторы ограничены размерами поля, в котором нужно уместить достаточно большой текст. Данное приложение так-

же не стало исключением.

Перевод большого количества наименований предметов не только содержал ошибки, но превышал установленные размеры.

公主抽屉柜 *Шкаф с шифлячками для принцессы. Комод «Принцесса»*

复古台灯 *Настольная лампа по классическому стилю. Лампа с абажуром*

精致木壁柜横 *Тщательный деревянный поперечный стенной шкаф*

Изысканный стенной шкаф

Как уже упоминалось выше, практически вся информация в приложении дублируется визуальным рядом, благодаря чему, нет острой необходимости давать в названии подробное описание предмета. Поэтому было принято решение ограничиться тем, чтобы дать предметам названия, ограничиться короткой формулировкой с порядковым номером.

Аналогичный прием используется при оформлении ценников в магазинах «Икеа» и позволяет пользователям самим ознакомиться с внешним видом объекта без навязывания описания со стороны.

Таким образом, при локализации приложений необходимо учитывать множество деталей. Во-первых, техническую сторону вопроса, то есть для каких устройств разработано данное приложение, каковы его основные функции и предназначение. Во-вторых, особенности культуры, менталитета, психологии целевой аудитории, что в совокупности сделает перевод и локализацию гораздо более понятной и интересной для пользователей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Город между мирами [Электронный ресурс] – URL: <http://www.iterviam.ru/gum-nauk/translation/publicistika-perevod/>
2. Железнякова О.В. Система локализации web-приложений для платформы VDOM server с поддержкой динамической смены языка интерфейса/ О.В. Железнякова. – Томск: Томский гос. ун-т 2010. – 59 с.
3. Никулина Н.Ю. Специфические особенности перевода англоязычных газетно-публицистических текстов / Н.Ю. Никулина, Т.А. Зиновьева // Молодой ученый. – 2013. – №1. – 438 с.
4. Трусев Н.К. Проблема перевода персоналий при локализации компьютерных игр на примере «World of Warcraft» / Н.К. Трусев // Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики: сборник научных трудов / Под ред. доц. Е.П. Сосниной. – Ульяновск: УлГТУ, 2011. – С.113-117.

ANALYSIS OF CHINESE RUSSIAN TRANSLATION MISTAKES

(based on apple iOS application localization)

A.Z.Malikov

Kazan (Volga region) Federal University

Using the example of software application localization, article analyses some grammar and stylistic mistakes of Chinese Russian localization. Also for the purpose of improving quality of software application localization, practical recommendations are given.

Key words: *localization, translation, theory of translation, Chinese, Russian.*

Об авторе:

МАЛИКОВ Амир Зуфарович – кандидат филологических наук, ассистент кафедры русского языка как иностранного Института филологии и межкультурной коммуникации Казанского (Приволжского) федерального университета, *e-mail*: birdtrapper@gmail.com.

УДК 811.111'23

ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ПЕРЕВОД: ТРАНСМИГРАЦИЯ И ТРАНСПЛАНТАЦИЯ ТЕКСТА¹

Е.М. Масленникова

Тверской государственный университет, Тверь

Активная реконструкция переводчиком смыслов, заложенных автором в исходный текст, может сопровождаться перепроектированием оригинала на инокультурный «принимающий» фон. В статье обсуждаются случаи трансмиграции и особенности культурологической трансплантации при переводе.

Ключевые слова: *перевод, креативность, псевдоперевод, интерпретация.*

При художественном переводе определение границ интерпретирующего диапазона для исходного текста зависит от степени переводческой креативности и/или от типа предполагаемой читательской аудитории. К системообразующим параметрам переводческой деятельности относятся: поставленная цель; выбранные или предпочитаемые стратегии и тактики. Во введении к переводу романа в стихах «Евгений Онегин» (1823-31, полностью - 1833) А.С.Пушкина (1799-1837) на английский язык «Eugene Onegin» Р. Кларк пишет о необходимости работать со значениями, а не со словами («the need to re-express the meaning, not just the words, of the original»). Ориентируясь на степень читабельности текста для вторичного читателя в качестве оценки качества перевода, Р. Кларк снимает пушкинские аллюзии и реминисценции к классической и национальной русской мифологии, к классической и русской литературе, поэтому он заменяет образ римской богини *Дианы*, считающейся олицетворением луны, на *the moon* 'луна'. Один из первых переводчиков на английский язык пушкинского романа «Евгений Онегин» (1881) Г.Сполдинг

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ (проект № 14-04-00554 «Русская литература в современном мире: перевод как восприятие и восприятие перевода»).