

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских и романских языков и прикладной лингвистики

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ О.В. Магировская
«_____» _____ 2023 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

**СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА САЙТОВ ГЛАВ ГОСУДАРСТВ
С ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК
(НА МАТЕРИАЛЕ ОФИЦИАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-СТРАНИЦ
ПРЕЗИДЕНТОВ ФРАНЦИИ И КАМЕРУНА)**

Научный руководитель	_____	канд. филол. наук, доц. Е.Ч. Дахалаева
Выпускник	_____	А.А. Терехова
Нормоконтролер	_____	А.А. Струзик

Красноярск 2023

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ СПЕЦИФИКИ ПЕРЕВОДА САЙТОВ ГЛАВ ГОСУДАРСТВ С ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ	8
1.1. Соотношение понятий «перевод», «адаптация» и «локализация» в переводческой деятельности.....	8
1.2. Ключевые переводческие стратегии: доместикация и форенизация и классификации переводческих трансформаций	15
1.3. Сайт как многоаспектный объект научного исследования.....	23
1.4. Особенности перевода официальных сайтов глав государств.....	27
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.....	34
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ПЕРЕВОДА САЙТОВ ГЛАВ ГОСУДАРСТВ С ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ ОФИЦИАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-СТРАНИЦ ПРЕЗИДЕНТОВ ФРАНЦИИ И КАМЕРУНА).....	37
2.1. Краткая характеристика практического материала.....	37
2.2. Стратегии создания общественного имиджа президентов Франции и Камеруна на материалах их официальных сайтов.....	44
2.3. Реализация стратегии доместикации при переводе официальных интернет страниц президентов Франции и Камеруна.....	52
2.3.1. Использование доместикации при переводе сайта президента Франции.....	52
2.3.2. Стратегия доместикации при локализации текстового материала интернет-страницы президента Камеруна.....	60
2.4. Общие подходы к реализации стратегии форенизации при переводе сайтов президентов Франции и Камеруна с французского языка на английский.....	65
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....	71
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	76
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	80
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА.....	85

ВВЕДЕНИЕ

Наше исследование посвящено изучению специфики многоаспектного процесса перевода и культурной адаптации официальных сайтов президентов Франции и Камеруна для англоговорящего мирового сообщества.

Двадцать первый век по праву считается периодом глобализации и внедрения инновационных технологий в различные сферы жизнедеятельности человека. В бытовую и профессиональную жизнь общества прочно входит электронная коммуникация и средства массовой информации. В последнее время внимание научного сообщества привлекает блок официальных интернет-страниц глав государств, находящийся в стадии активного совершенствования и оказывающий влияние на политический имидж государственных деятелей. За четверть века существования интернета подобные сайты сформировали свою среду в рамках многоаспектной области СМИ, а в период активного международного взаимодействия особо актуальным является аспект локализации подобных сайтов и программного обеспечения для иностранного культурного сообщества. Научный интерес к изучению специфики перевода официальных интернет-страниц глав государств направлен не только на их культурологический, психологический и переводческий анализ, но и на активную реализацию локализованных версий сайтов ключевых мировых деятелей как способов формирования их политического имиджа в культурном сообществе принимающей аудитории. Однако для учёных-лингвистов особую значимость имеет изучение стратегий перевода, реализованных при культурной адаптации сайта для принимающей культуры и языка, а аспекты перевода сайтов всё чаще становятся объектом научных исследований. Все вышеперечисленное определяет **актуальность** данной работы.

Как известно, блок официальных сайтов глав государств тесно связан с процессами локализации и культурной адаптации, поскольку подобный мультимедийный продукт рассчитан на международную аудиторию. Не

существует единого варианта перевода или единой стратегии локализации подобных сайтов. Ключевая цель создания иностранной версии официальной интернет-страницы того или иного президента – точное попадание в культурный фон, медийное пространство и национальный характер принимающей страны, поскольку от грамотно выполненного перевода и применения определённых стратегий во многом зависит формирование политического имиджа главы государства, которому принадлежит сайт, а также эквивалентное и эффективное воссоздание исходного материала для целевой аудитории с учётом особенностей её языкового и культурного аспектов.

Теоретической базой исследования послужили работы в области перевода: В.Н. Комиссарова, Л.С. Бархударова и В.В. Сдобникова; в области локализации: Берта Эсселинка, Минако О'Хейгена, Е.В. Чистовой, а также учёных, исследовавших формирование медиаобраза политических деятелей: М.В. Берендеева, Т.Н. Галинской и т.д.

В качестве **материала** исследования были избраны официальные сайты Эммануэля Макрона и Поля Бийи, президентов Франции и Камеруна. В исследовании рассматривается корпус внутрисайтовых текстов на языке оригинала (французский) и языке локализации (английский). Количество проанализированного материала в совокупности составило 100 страниц битекстового материала формата А4.

Объектом исследования стали переводческие стратегии – доместикация и форенизация, в разной степени реализующиеся при переводе материала официальных сайтов глав государств.

Предметом исследования является реализация переводческих стратегий в рамках процесса локализации и адаптации официальных сайтов глав государств для англоязычного пользователя как одного из способов конструирования политического имиджа общественных деятелей.

Целью работы является анализ переводческих стратегий в рамках процесса локализации и культурной адаптации официальных сайтов президентов Франции и Камеруна. Для достижения данной цели были выделены и утверждены следующие **задачи**:

- 1) дать определение понятию «локализация» и выявить ключевые отличия данного процесса от понятий «перевод» и «адаптация»;
- 2) охарактеризовать основные переводческие стратегии, актуализируемые в процессе локализации интернет-дискурса, а также выделить классификации переводческих трансформаций, реализуемых в рамках данных стратегий;
- 3) раскрыть роль сайта как объекта лингвистических исследований, выделить особенности и ключевые трудности перевода сайтов глав государств;
- 4) проанализировать тексты, составляющие языковой корпус обоих сайтов, и выявить способы реализации различных переводческих стратегий и трансформаций при их переводе с языка оригинала и локализации для англоговорящей аудитории;
- 5) охарактеризовать наиболее общие подходы к реализации данных переводческих стратегий при переводе сайтов глав государств с французского на английский и сделать вывод о степени сохранения оригинального политического имиджа обоих президентов в англоязычных версиях их сайтов.

Для решения поставленных целей и задач использовались следующие **методы**:

- 1) сопоставительный анализ исходного текста и текстов перевода;
- 2) переводческий анализ;
- 3) лексико-семантический анализ;
- 4) стилистический анализ;
- 5) метод лингвостилистической интерпретации;
- 6) мультимодальный анализ.

Практическая значимость: результаты и выводы, полученные в рамках работы, могут быть полезны для переводчиков-локализаторов в сфере мультимедиа и политики и могут быть использованы в процессе написания научно-исследовательских работ в данном направлении.

Научная новизна работы обусловлена тем, что ранее не проводилось сравнительных исследований на материалах сайтов президентов Франции и Камеруна. Научная новизна также состоит в выявлении особенностей реализации переводческих стратегий при локализации официальных сайтов глав государств, а также в рассмотрении сайта главы государства как объекта лингвистических исследований в целом, что определяет вклад данной работы в развитие деятельности современных переводчиков-локализаторов в медиа сфере.

Цели и задачи работы определяют её **структуру**.

Работа состоит из введения, двух глав, выводов по главам, заключения, списка литературы и приложения.

В первой главе изучается понятие языковой локализации, её глубина, а также отличия от многоаспектного процесса перевода и адаптации, анализируются ключевые переводческие стратегии и реализующиеся в их рамках переводческие трансформации. Кроме того, сайт рассматривается как жанровое произведение и объект лингвистического исследования, а также выделяются ключевые особенности процесса локализации официальных сайтов глав государств.

Во второй главе приводится краткая характеристика практического материала, выявляются ключевые стратегии создания политического имиджа Поля Бийи и Эммануэля Макрона, проводится сопоставительный анализ языковых элементов оригинальной версии интернет-страниц президентов Франции и Камеруна и их локализации на английский язык. На основе полученных результатов приводится процентное соотношение используемых переводческих стратегий, а также обосновываются данные переводческие

решения в рамках формирования политического имиджа Эммануэля Макрона и Поля Бийи. Выводы по главам представляют собой краткое обобщение материала каждого раздела.

В **заключении** формулируются выводы по всей работе и намечается перспектива дальнейшего исследования.

Апробация работы включала неоднократное представление результатов исследования в рамках научно-практических конференций. Работа была отмечена дипломом II степени XV Международной научно-практической конференции молодых исследователей «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» в секции «Актуальные проблемы переводоведения», а также дипломом участника Студенческой научно-практической конференции «Язык. Культура. Коммуникация».

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ СПЕЦИФИКИ ПЕРЕВОДА САЙТОВ ГЛАВ ГОСУДАРСТВ С ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ

1.1. Соотношение понятий «перевод», «адаптация» и «локализация» в переводческой деятельности

В первом параграфе попытаемся определить разницу между понятиями «локализация», «перевод» и «адаптация» в языковой и технической отраслях.

Для начала обратимся к определениям, которые дают известные учёные-языковеды. Советский лингвист и теоретик перевода Л.С. Бархударов отмечает, что переводом называется «процесс преобразования речевого произведения на другом языке при сохранении плана содержания» [Бархударов, 1975: 10].

По мнению В.Н. Комиссарова, перевод – это «вид языкового посредничества, всецело ориентированный на иноязычный оригинал и рассматривающийся как иноязычная форма существования сообщения, содержащегося в оригинале» [Комиссаров, 1990: 43]. Он также утверждает, что основной задачей перевода является создание особого вида коммуникации, при котором текст на языке перевода будет определён, как полноценный коммуникативный эквивалент оригинала [Комиссаров, 1997].

Советский и российский лингвист В.С. Виноградов рассматривает перевод как «процесс и результат передачи информации, выраженной в тексте на одном языке, при помощи эквивалентного текста на языке перевода» [Виноградов, 2000: 11]. Учёный выделяет перевод не только как процесс интерпретации текста, но и как результат проделанной специалистом работы, а также отмечает такое требование к переводу как эквивалентность.

Наконец, И.С. Алексеева утверждает, что перевод подразумевает собой «деятельность, заключающуюся в перекодировании текста, порождённого на

одном языке, в текст на другом языке» [Алексеева, 2004: 7]. При этом оптимальный вариант перевода выбирается исходя из задачи, стоящей перед переводчиком, типа текста, доступных ресурсов языка, таких как грамматические конструкции, наличие в языке перевода определённого термина, который изображал бы то или иное явление, а также воздействием индивидуального культурного багажа и творческих способностей.

Итак, в вышеуказанных определениях основная мысль заключается в том, что перевод, с точки зрения лингвистики, – это некая деятельность по интерпретации и перекодированию текста, а также его конечная форма, эквивалентно представленная на иностранном языке.

В сфере программирования особенности перевода носят ситуативный характер, поскольку считается, что перевод компьютерных программ имеет узкую направленность и является видом общего перевода. При этом Р. Гайда пишет, что технический перевод – это изучение особенностей и закономерностей текстов, которая заключается в передаче средств одного языка технической информации, выраженной средствами другого языка [Гайда, 2016]. Также автор утверждает, что актуальными аспектами становятся лингвистические основы информатики, а именно создание искусственных языков программирования и веб-разработки [Там же].

Далее уточним сущность понятия «локализация». Стоит отметить, что возникло оно лишь в рамках деятельности современных учёных-лингвистов. Исторические предпосылки к введению и описанию термина «локализация» возникли в конце XX столетия в момент расцвета транснациональной компании Microsoft (Майкрософт), выпустившей первую модель программного обеспечения для персональных компьютеров. Поскольку основными потребителями продукции стали иностранные компании, возникла необходимость в переводе всех продуктов Майкрософт на иностранные языки. Выполняется дословный перевод всех материалов на иностранные языки, чтобы они успешно вошли на европейский рынок. Однако такой вид перевода

сказывается на популярности продукта: дословный перевод хоть и облегчает понимание, но не приносит эстетического удовольствия от взаимодействия с продуктом иностранного производства. Позже, после долгого развития, этому процессу будет присвоено название – «локализация». Но, по словам Е.В. Чисовой, несмотря на то что термин «локализация» получил одобрение в сфере лингвистики и философии, его теоретический статус нельзя считать окончательно определённым [Чисова, 2020].

В самом общем смысле процесс локализации может включать в себя адаптацию иностранного продукта с целью его использования в рамках чужой культурной среды. Чаще всего локализуется интерфейс сайта, его элементы и варианты представления конкретных типов данных. В сфере локализации сайтов глав государств данный список дополняется вариантами имён собственных, относящихся к названиям правительственных организаций и символов государственного аппарата (Елисейский дворец, Белый дом, Кэ д'Орсе), а также наименованиями различных административных собраний и документов.

Как утверждает А.С. Пырников, локализация представляет собой совокупность процессов по лингвистической и культурной адаптации программного продукта, предназначенного для использования пользователем определённого локаля [Пырников, 2014]. Здесь локаль – система параметров, характеристик и ценностей, присущих определённой стране, региону, культурной общности или даже языку.

Второе определение, приближённое к видению процесса локализации медиапродуктов и официальных сайтов глав государств, звучит так: «Локализацией следует считать культурную и лингвистическую адаптацию продукта для той целевой аудитории, которая будет использовать данный продукт» [Якунина, Шевченко, 2017: 6]. Как видим, ключевой фразой, присутствующей в обоих терминах, является «адаптация продукта для целевой аудитории», что составляет принципиальную и единственную задачу

локализации – интерпретацию всей информации о продукте на языке принимающего сообщества потребителей, то есть обеспечение процесса интернационализации. Эксперт организации LISA и американский переводчик Берт Эсселинк определяет интернационализацию как процесс преобразования продукта таким образом, что его можно перевести на несколько языков и без усилий и кардинальных изменений адаптировать его под конкретную культуру [Esselink, 2000]. Обычно данный процесс происходит на ранних этапах разработки продукта, а именно – во время придумывания его названия и иных обозначающих элементов. Кроме того, Эсселинк как раз даёт своё определение локализации: культурные и лингвистические преобразования продукта, нацеленные на принимающую аудиторию определённой местности, где данный продукт будет продаваться [Там же]. Как видим, американский учёный подтверждает, что в основе локализации лежит перевод и, следовательно, знак равенства между ними поставить нельзя, поскольку локализация без перевода невозможна.

Определение, которое даёт С.Е. Мерлян схоже с видением Б. Эсселинка. По мнению учёного, локализация – «разновидность переводческой деятельности в виде культурной и лингвистической адаптации продукта в различных сферах» [Мерлян, 2014: 252].

Из данных определений следует, что перевод обеспечивает лингвистический компонент локализации. Именно поэтому в рамках общего понятия перевода локализация является его частным ответвлением, в котором кроме указанной языковой составляющей присутствует ещё и техническое осложнение, а также необходимость учитывать культурные особенности принимающей страны. Однако данную точку зрения не разделяет В.В. Сдобников, который настаивает на достижении каждым специалистом в языке концепта «истинного перевода», в который учёный вкладывает локализацию. Он уверен, что такой перевод должен всегда осуществляться на стыке двух культур, то есть даже при работе с обычным текстом переводчик

обязан в какой-то степени работать над его локализацией и культурной адаптацией даже несмотря на то, что его работа не является продуктом в традиционном понимании, и её культурная адаптация не обусловлена практическими функциями [Сдобников, 2018].

И с точки зрения лингвистики, и с точки зрения программирования процесс локализации представляется более широким, нежели сам перевод. Перевод обеспечивает лингвистический компонент локализации, однако кроме него в рамках данного процесса учитывается ещё и адаптация продукта к культурным и техническим, а иногда даже к правовым особенностям принимающей страны. С позиции программирования она не ограничивается переводом интерфейса на другой язык, а требует взаимодействия с другими специалистами: дизайнерами, культурологами и иногда юристами.

Согласно определению Минако О'Хэйгена, делающего упор на развитие технологической составляющей для каждой сферы жизнедеятельности общества и частичный перенос её в интернет-пространство [О'Нэган, 2007], перевод следует рассматривать вместе с понятием «адаптация».

Стоит отметить, что в работах современных учёных роль адаптации как процесса, в той или иной мере эквивалентного переводу, значительно принижается. В частности, невысокий статус данного процесса подтверждается текстом словаря переводческих терминов под редакцией Л.Л. Нелюбина, в котором об адаптации написано следующее: «Под адаптацией понимается обычно разнообразная обработка текста: упрощение его содержания и формы, а также сокращение текста в целях приспособления его для восприятия читателями, которые не подготовлены к знакомству с ним в его подлинном виде» [Нелюбин, 2003: 12]. Учёный также отмечает, что адаптация является приёмом для создания соответствий при помощи изменения описываемой ситуации с целью достижения определённого воздействия на рецептора и применяется исключительно для облегчения восприятия текста для неподготовленных читателей.

Как и Л.Л. Нелюбин, классик советского переводоведения Л.С. Бархударов вовсе исключает адаптацию, как и пересказ, из списка возможных преобразований [Бархударов, 1969]. Понятие «адаптация» в работах всё-таки появилось, но в тесной связи с термином «языковое посредничество»: Л.К. Латышев определил его как «общение разноязычных коммуникантов с помощью языкового посредника, владеющего двумя языками» [Латышев, 1988: 8]. У принимающего данную теорию А.Д. Швейцера данное определение также встречается в контексте критической оценки существующих теорий зарубежных авторов. Он приходит к выводу, что полная адаптация текста к другой культуре невозможна ввиду «бикультурности» исходного текста, который, адаптируясь к реалиям принимающего языка, полностью не отходит от оригинального культурного фона [Швейцер, 1988].

Рассуждая об адаптации, В.Н. Комиссаров вводит понятие «адаптивное транскодирование», которое он определяет как вид языкового посредничества, при котором происходит не только перенос информации с исходного языка на язык перевода, но и её адаптация с целью изложить её в иной форме. Оно может быть представлено как объединение перевода и заданной адаптации переводимого текста [Комиссаров, 1990].

Обычно адаптация применяется с целью сделать перевод доступным для восприятия и добиться определённого эффекта от целевой аудитории. Особо явно это проявляется в сфере маркетинга, основная цель которого – заставить потребителей поверить в уникальность продукта и приобрести именно его. Данный тип адаптации В.Н. Комиссаров называет прагматическим, стоящим в оппозиции со стилистическим – адаптацией исходного текста под стилистические особенности текста перевода и функционального стиля самого текста.

О рамках применения адаптации в переводе рассуждал Н.К. Гарбовский. В его научном понимании данный процесс затрагивает грань допустимых

преобразований в переводе и едва не переходит её. Причина этого в том, что зачастую при адаптации происходит подмена предметной ситуации. Впоследствии нарушается семантическая структура оригинального предложения или фрагмента текста, и адаптация уже не может рассматриваться как средство достижения эквивалентности в переводе [Гарбовский, 2007]. С другой стороны, процесс адаптации можно рассматривать как средство достижения оригинального коммуникативного эффекта в тексте перевода, но также допустимо его искажение как компонент определённой коммуникативной стратегии. Часто подобному сценарию следуют переводчики в околополитической сфере и так называемой жёлтой прессе.

Так, представляется возможным уточнить, что и перевод, и адаптация являются, по своей сути, преобразованиями, однако принципиальная разница заключается в том, что, в отличие от более общего процесса перевода как поиска эквивалентов и контекстных соответствий лексических единиц, процесс адаптации направлен прежде всего на достижение коммуникативного эффекта, а также облегчение восприятия текста конкретной группой реципиентов. Например, к адаптации прибегают в случае перевода текста для конкретной возрастной группы его получателей с целью приблизить исходный текст к картине мира людей того или иного поколения. Детям пытаются передать некоторую информацию, используя лексику и концепты их когнитивного пространства, более старшему поколению разъясняют молодёжные реалии и сленг. Профессиональная компетентность также считается ведущим фактором при выборе глубины адаптации: учёт профессионализмов и их внутриязыковой перевод считается самым ожидаемым преобразованием при адаптации текстов узкой направленности для более массовой аудитории. При этом данный термин не является полным и исчерпывающим синонимом к понятию «локализация», что в целом

представляет собой интерпретацию текста на языке оригинала с учётом культурных особенностей принимающей аудитории.

Несмотря на неоднозначность данного вопроса в научных трудах советских и современных учёных, в данной работе мы считаем уместным использовать термины «перевод», «локализация» и «адаптация» как синонимичные, поскольку совокупность всех трёх процессов в конечном итоге направлена на успешное воссоздание иноязычной версии сайта главы государства и влияет на создание имиджа политических лидеров среди представителей иноязычной культуры. Кроме того, сама по себе локализация медиапродуктов является не только уникальным процессом культурной адаптации сайта – она включает в себя использование различных переводческих стратегий и трансформаций. Они и будут рассмотрены в следующем пункте настоящей работы.

1.2. Ключевые переводческие стратегии: доместикация и форенизация и классификации переводческих трансформаций

При переводе медиапродуктов и публицистических текстов, размещённых в средствах массовой информации, использование дословного перевода считается недопустимым ввиду особенностей жанра. Текст как орудие массовой коммуникации должен иметь простую структуру и легко читаться, а также обладать ярко выраженной идеей и концепцией. В случае с локализованной версией сайта данная проблема обретает ещё большую значимость: переводческие преобразования помогают максимально адаптировать текст оригинала к языку перевода. В данном пункте рассмотрим определения переводческих стратегий и трансформаций, а также определим, чем руководствуется переводчик-локализатор при выборе той или иной стратегии.

Начать следует с понятия «переводческая стратегия». В своей работе «Современное переводоведение» В.Н. Комиссаров даёт ей такое определение: «своеобразное переводческое мышление, которое лежит в основе действий переводчика» [Комиссаров, 2002: 356]. По мнению учёного, она состоит из некоторых исходных установок, выбора общего направления действий и механизмов принятия тех или иных решений, а также выбора последовательности действий для самого переводчика во время работы над продуктом.

К исходным установкам В.Н. Комиссаров относит стремление как можно полнее понять переводимый текст и найти ему точное соответствие в языке перевода [Там же]. Он допускает, что любая переводческая единица может содержать некоторые трудности в её интерпретации. При выборе общего направления работы определяется прагматическая цель работы переводчика, выбор способов передачи информации, содержащейся в исходном сообщении. На последнем этапе происходит предпереводческий анализ, а также деление текста на сегменты.

Н.К. Гарбовский поясняет, что стратегия перевода – это определенная генеральная линия поведения переводчика, стратегия преобразования им исходного текста в виде «деформации» последнего, когда решается вопрос о том, чем жертвовать [Гарбовский, 2004]. Подобную точку зрения можно заметить и в работах А.Д. Швейцера, который определяет стратегию перевода как некую последовательность действий и преобразований.

Для лучшего понимания переводческих стратегий следует определить, чем руководствуется переводчик при их выборе. Здесь стоит обратиться к теории скопоса (от греческого «цель», «задача»). В данной концепции успех переводческой деятельности зависит от того, в какой степени перевод готового продукта соответствует изначально поставленной задаче. В каких-то случаях цель перевода может заключаться в достижении максимальной близости к оригиналу или вовсе иметь прагматическую основу: убедить

читателя в чём-то (такая установка, например, преследуется при переводе рекламных слоганов), ввести его в заблуждение или сформировать в его голове определённый концепт и вызвать определённые эмоции, связанные с представлением о некотором предмете или человеке. В частности, подобными мотивами часто пользуются при переводе сайтов глав государств с целью создания необходимого переводящей стороне политического имиджа лидера их страны. Принимая во внимание поставленную задачу и её суть, переводчик делает выбор в пользу способа перевода, воспроизводящего оригинал, отклоняющегося от оригинального текста или вовсе пренебрегающего им.

По своей сущности, переводческая стратегия охватывает три группы основных принципов, на которых строятся все механизмы перевода. Каждая из них характеризуется некоторыми исходными установками, действиями, которыми переводчик будет руководствоваться при решении переводческих задач и интерпретации сложных случаев, и выбором последовательности действий в работе над текстом конкретного стиля. Рассмотрим каждую из них с учётом всех их особенностей и характеристик.

К первой группе принципов, согласно В.Н. Комиссарову, относятся принципы, чья основная суть заключается в том, чтобы показать наиболее полное понимание текста и отыскать ему наиболее точное языковое соответствие. При этом главная задача переводчика – понять, что абсолютно любая часть текста может содержать какую-то значимую мысль, требующую особого переводческого решения и более обдуманного выбора трансформации. Недопустимо принятие необдуманных и необоснованных решений, причём они почти всегда приводят к неверной интерпретации отрывка и впоследствии могут поставить под сомнение категории адекватности и эквивалентности.

Вторая группа принципов объединяет выделение цели перевода, а также выбор способов передачи информации на языке перевода и учёт частоты их употребления в реальной языковой практике. Сюда же относят условия, в

которых переводчики осуществляют свою деятельность: использование технических устройств и средств автоматизации перевода, срочность выполнения работы, сложности конкретного типа текста и т.д.

К последней группе В.Н. Комиссаров относит практические принципы работы над конкретным текстом: выделение смысловых отрывков и соблюдение рекомендаций по их интерпретации, в том числе и предварительное ознакомление с материалом, поиск аналоговых текстов в системах автоматизации перевода, составление глоссариев и также постпереводческое редактирование.

Обратимся к определениям зарубежных авторов. Так, Питер Ньюмарк в своей работе «A Textbook of Translation» классифицирует переводческие стратегии следующим образом:

1) пословный перевод: каждое слово из материала исходного текста переводится исходя из его первого и прямого значения, без учёта контекста или иного второстепенного и метафорического смысла. Данная стратегия применяется на этапе обучения молодых специалистов, когда главной целью обычно ставится передача основного смысла текста, без учёта каких-либо деталей;

2) буквальный перевод. Между ним и пословным переводом существует принципиальное различие. Хотя слова также интерпретируются в их прямом значении, вне зависимости от присутствующего контекста, их порядок изменяется, поскольку преобразуются грамматические конструкции. В этом состоит главное отличие данной переводческой трансформации от одноимённой переводческой стратегии;

3) идиоматический перевод. При использовании данной стратегии переводчик наполняет текст фразеологизмами и оборотами, присущими разговорному и бытовому функциональному стилю. Иногда они могут даже отсутствовать в оригинале;

4) адаптация, как отмечает П. Ньюмарк, наиболее часто используется в художественной литературе, поскольку считается самой вольной переводческой стратегией. В рамках адаптации меняется и лексический состав текста, и синтаксические конструкции. Как и в пословном переводе, основной целью данной стратегии является передача основного смысла текста и его творческая интерпретация;

5) последним в данной классификации с точки зрения эквивалентности перевода является точный перевод. Здесь переводчик старается наиболее точно передать конкретный смысл лексических единиц, используя при этом строго ограниченное количество грамматических конструкций. В частности, те, которые передают тот же смысл, что и их аналоги на исходном языке [Newmark, 2010].

Для общего понимания вышеуказанных переводческих стратегий в их практическом использовании стоит отметить, что при её выборе переводчик обязан руководствоваться в том числе и целью перевода. Она может быть различной в зависимости от типа переводимого текста, когда требуется максимально точная передача смысла, принятие аудиторией мнения, которое хочет донести автор через переводчика-посредника, сообщение какой-либо информации, побуждение к чему-либо и т.д. Полное соответствие оригиналу с точки зрения эквивалентности не будет иметь никакого значения, если на прагматическом уровне он не соответствует своей цели. Если она выполнена, значит данное переводческое решение можно считать успешным.

В связи с таким подходом предлагается различать понятия «адекватность» и «эквивалентность» перевода. Адекватный перевод – это перевод, отвечающий поставленной коммуникативной цели. Стремление обеспечить адекватность определяет выбор способа перевода, и поэтому понятие «адекватность» относится к процессу перевода, который может осуществляться адекватным способом. «Эквивалентность» относится к

результату перевода и означает функциональное соответствие текста перевода тексту оригинала [Комиссаров, 2002].

Далее приведём отрывок из классификации Альберта Косталеса, теоретика в области локализации видеоигр, которые так же, как и сайт политического лидера, являются мультимедийным продуктом, охватывающим массовую аудиторию. Основываясь на цели данного исследования, считаем необходимым рассмотреть и проанализировать следующие переводческие стратегии, наиболее часто используемые при переводе сайтов и других продуктов международного уровня.

1. Доместикация и форенизация. Данная бинарная оппозиция представляет собой выбор между ориентацией на максимальное приближение к культурной среде текста перевода и установкой на сохранение и воспроизведение особенностей оригинального текста. Согласно Лоуренсу Венути, впервые упомянувшим данные понятия, доместикация — это этноцентрический подход, при котором текст оригинала зачастую сокращается, акцент делается на культурных ценностях языка перевода, а автор «приближается» к читателю [Venuti, 1995]. В широком смысле, доместикация предполагает «прозрачный» стиль, благодаря которому текст перевода становится менее странным [Там же].

Стратегия форенизации – это подход, при котором акцент делается на сохранении иностранных языковых и культурных ценностей, при этом читатель приближается к автору [Шелестюк, Гриценко, 2016]. У пользователя должно появиться мнение, что он проник в совершенно новую для него культуру, средством передачи которой является его родной язык. При этом переводчик иногда жертвует некоторыми общепринятыми нормами языка перевода, сохраняя черты текста оригинала.

2. Буквальный перевод. Хотя буквальный перевод и не допустим с точки зрения креативности, он может использоваться при локализации медиапродуктов. Зачастую причиной такого переводческого решения

становится обилие сложной технической терминологии, к примеру, если сайт содержит информацию научно-технического характера и описывает работу предприятия. Другим основанием, не до конца одобряемым с точки зрения перевода публицистического текста на интернет-платформах, становится недостаточное знание языка перевода или отсутствие квалифицированных специалистов. В таком случае текст переводится при помощи машинного перевода и вставляется с минимальным редактированием, и в результате сохраняется оригинальный порядок слов, и переводческие трансформации, о которых пойдёт речь ниже, обычно не используются.

3. Принцип лояльности [Costales, 2012]. Согласно данному принципу, переводчик обязан учитывать культурно-специфические нормы принимающей аудитории. Здесь ключевую играет прагматическая цель перевода и продукта в целом. Данный принцип обретает актуальность, когда уделяется внимание участнику электронной коммуникации – читателю, которого автор текста стремится в чём-то убедить, сформировать у него определённую точку зрения или желаемое создателем оригинального текста отношение к общественному деятелю или событию.

Так, вышеупомянутый анализ переводческих стратегий позволяет тесно связать данное понятие с целью перевода – тем, чего автор пытается добиться от читателя при помощи переводчика («третьего лица»). Для создания качественного и продаваемого продукта (в данном случае – локализованной и культурно адаптированной версии официальной интернет-страницы главы государства) специалисты прибегают к различным переводческим трансформациям. По мнению В.Н. Комиссарова, это преобразования, с помощью которых осуществляется переход от единиц оригинала к единицам перевода в конкретном тексте [Комиссаров, 1990]. А.Д. Швейцер отмечает, что при определении переводческих трансформаций характеризуется отношение между исходными и конечными языковыми выражениями, а также замена в процессе перевода одной формы выражения другой [Швейцер, 1988].

В нашей работе мы будем руководствоваться классификацией, представленной В.Н. Комиссаровым. В настоящий момент она считается наиболее полной и распространённой в академических кругах. В частности, её использование широко распространено в научном сообществе в рамках теоретических основ дисциплин по практическому переводу с иностранных языков. Согласно данной классификации, выделяется всего три типа переводческих трансформаций:

1) **лексические (лексико-семантические) трансформации.** Они реализуются исключительно в рамках отдельных лексических единиц (т.е. слов), и к ним относятся транслитерация, транскрибирование, калькирование, языковая трансплантация (перенос слова из исходного языка в неизменном виде), лексико-семантические замены (конкретизация и генерализация);

2) **грамматические трансформации,** отражающие изменения на уровне целой фразы: дословный перевод, членение и объединение предложений, грамматические замены (изменение части речи, залога и т.д.);

3) **лексико-грамматические трансформации.** Они затрагивают и лексические, и грамматические единицы, либо находятся между уровнями: антонимический перевод, модуляция, компенсация и экспликация (описательный перевод). В целом, большинство авторов подчеркивают следующее положение – избегать дословного перевода при локализации.

Таким образом, если переводческая стратегия – направления перевода и цель, которой переводчик хочет добиться в данной работе, переводческие трансформации представляют собой конкретные методы и шаги, благодаря которым выполнение прагматической установки представляется возможным. Далее рассмотрим сайт как объекта лингвистических исследований и определению ключевых особенностей локализации медиапродуктов данного типа.

1.3. Сайт как многоаспектный объект научного исследования

Возникновение электронной коммуникации в конце XX столетия послужило толчком к возникновению новых форм межличностной и групповой коммуникации. Интернет – это совершенно новое глобальное средство хранения и передачи информации; это огромное количество текстов, которые связаны друг с другом различного рода связями – гипертекстовыми ссылками, темами, ключевыми словами, расположением в сети [Морослин, 2009].

Сам по себе интернет является уникальной коммуникативной средой, а интернет-коммуникация представляет собой совершенно новый и самостоятельный тип интраперсонального взаимодействия и не является полным гибридом устной и письменной коммуникации. Информация в интернете представлена чаще всего нелинейно - появилась такая форма представления информации как гипертекст. М. Субботин рассматривает его как «соединение смысловой структуры, структуры внутренних связей некоего содержания, и технической среды, технических средств, дающих возможность человеку осваивать структуру смысловых связей, осуществлять переходы между взаимосвязанными элементами» [Субботин, 1994: 78]. Также информация в интернете представлена в иных формах: блогах, форумах, образовательных ресурсах, гостевых книгах. Однако преобладающей платформой для хранения и передачи информации становится сайт или интернет-страница.

Главным орудием интернет-коммуникации, как и любого вида коммуникации на этапе человеческого развития в целом, является язык, поэтому мы считаем возможным и необходимым рассматривать сайт как объект лингвистического исследования. Стоит отметить, что в рамках отечественной лингвистики Е.И. Горошко предложила термин «лингвистика Интернета», однако он остался на уровне терминологической номинации.

Окончательно данный термин был закреплён в работах Н.А. Ахреновой, изложившей теоретические основы интернет-лингвистики и комплексно рассмотревшей особенности интернет-дискурса и языка Интернета [Воякина, 2022]. Термин «интернет-лингвистика» она определяет, как «направление в языкознании, изучающее особенности функционирования языка в интернет-пространстве, лингвистическое поведения виртуальной языковой личности в ходе коммуникации в электронной среде» [Ахренова, 2013: 26].

По мнению Д. Кристала, основная сложность рассмотрения языка как объекта интернет-лингвистики заключается, во-первых, в больших объёмах данных в сети и потенциальной невозможности охвата всего материала в рамках какого-либо исследования. Во-вторых, стоит упомянуть ненадежность и сомнительную репрезентативность таких форм интернет-коммуникации как чаты, форумы и формы обратной связи официальных интернет-источников стратегически важных структур. В-третьих, сложность исследования выражается в высокой скорости изменений коммуникативных возможностей, предлагаемых новыми технологиями [Crystal, 2011].

Как одну из ключевых форм коммуникации, сайт или интернет-страницу можно рассматривать с точки зрения различных целей исследования. Любой сайт может являться частью гипертекста и служить наиболее доступной формой хранения и передачи информации. В рамках исследования может проводиться анализ того, информация какого характера, типа и стиля представлена на том или иной сайте, тон текста и его экстралингвистические факторы, оказывающие влияние на интерпретацию текста реципиентом. Сюда же стоит отнести и изучение особого компьютерного дискурса в чатах, блогах и форумах, а также в комментариях к статьям в любом открытом информационном ресурсе.

С точки зрения веб-страницы как объекта лингвистических исследований представляется возможным изучать её организацию и структуру. Согласно классификации информационных интернет-систем,

представленной на портале «SEO-продвижение» под авторством ведущего специалиста в области маркетинга К. Рамираса, существует 5 типов интернет-страниц, повсеместно создаваемых в сети [SEO-продвижение, 2007]:

1) **коммерческие сайты.** Основная цель создания сайтов данного типа – продвижение продукции интернет-магазинов и маркетплейсов, а также освещение предоставляемых исполнителем услуг или же непосредственно получение информации о самом исполнителе и создание его визитной карточки для последующего взаимодействия. Примерами подобных сайтов считаются интернет-магазины, сайты услуг, корпоративные порталы, промо-сайты и сайты-визитки;

2) **информационные сайты.** В рамках данной категории представлены интернет-страницы, чья основная направленность – сообщение и передача какой-либо информации, будь то новости, факты из биографии общественных деятелей, сообщения о происходящих событиях в режиме реального времени и т.д. – все новостные ресурсы, статейники и новостные блоги с возможностью комментирования;

3) **социальные веб-страницы.** Данные сайты позволяют в полной мере реализовать коммуникативную функцию языка и обеспечивают коммуникацию между пользователями в интернет-среде: социальные сети, порталы для загрузки видеоконтента (YouTube, RuTube), форумы, сайты знакомств;

4) **трафиковые сайты.** На сайтах этого вида пользователи размещают контекстную рекламу, а также любую информацию, предназначенную для публичного доступа. При помощи таких сайтов объявление или статья получит большой охват в сети и многократное увеличение количество просмотров, а также поспособствует привлечению аудитории на сторонние ресурсы, в том числе и ресурсы вышеупомянутых типов. К трафиковым сайтам относят крупные информационные порталы,

доски объявлений и агрегаторы (booking.com, ostrovok, skyscanner и т.д.), онлайн-кинотеатры и справочники;

5) **веб-сервисы.** Сам по себе веб-сервис является платформой, соединяющей в себе большое количество приложений с неограниченными функциями. Содержательная составляющая сайтов данного типа ограничена размещённой там информацией. Чаще всего они предоставляют прогноз погоды или онлайн-консультации и возможность создать электронную почту и заниматься рассылкой деловых, рекламных или личных писем (почтовые системы, сайты прогноза погоды, онлайн-консультанты, например, Консультант Плюс – открытая библиотека законодательной базы РФ).

Важно отметить, что конкретный сайт может совмещать в себе характеристики двух и более типов сайтов и представлять собой гибрид сайтов с разной функциональной и прагматической установкой.

В совокупности всех вышеупомянутых факторов можно сделать вывод, что, исходя из типа сайта, фокус в его исследовании смещается на разные аспекты: прагматическая установка, характер публикуемой информации, исследование конкретной интернет-страницы, как особой среды коммуникации, маркетинговых стратегий презентации конкретного продукта и услуги, а также сайта как инструмента создания образа общественных, культурных и политических деятелей. При этом лингвистические особенности интернет-страниц обусловлены множественными факторами. К ним относится вид компьютерных или иных технологий, используемых при создании сайта и реализуемых на различных этапах его функционирования, коммуникативные потребности и установки коммуникантов, будь то общение, поиск партнёра, развлечение, исследования информации или обучение. Колоссальное влияние оказывает социолингвистическая характеристика пользователей, целевой аудитории и создателей сайта. Когнитивные и возрастные характеристики авторов сайта формируют их творение от начала до конца и позволяют проводить его анализ с учётом индивидуальных особенностей.

Таким образом, как было сказано в данном пункте нашей работы, помимо того, что сайт и интернет в целом являются многоаспектным объектом научного и, в частности, лингвистического исследования, информация и прагматические установки, находящие отражение в его наполнении, так или иначе влияют на формирование образа общественного или политического деятеля, к которому данный сайт имеет непосредственное отношение. Перевод интернет-страниц такого рода также становится объектом научного исследования и обсуждения в научном сообществе. В следующем пункте настоящей работы будут рассмотрены особенности перевода сайтов глав государств, имеющие огромную ценность для нашего исследования.

1.4. Особенности перевода официальных сайтов глав государств

Как утверждалось в пункте 1.3, сайт представляет собой комплексное понятие и является мультимодальным текстом, в чём заключается главная трудность его локализации вне зависимости от тематической направленности и типа конкретного сайта. Помимо прочего, процесс локализации сайта представляет собой не только локализацию текста на исходном языке к языковой составляющей принимающей страны: подобную трансформацию необходимо выполнить на общекультурном и техническом уровне. Наибольшую сложность представляет именно последний аспект, при выполнении которого локализованная версия веб-страницы может кардинально отличаться от её исходного варианта. При переводе сайта на другой язык происходит также процесс адаптации, а в его результате создаётся схожий текст с идентичным информационным наполнением, однако учитывающий взгляды и наклонности потенциальной аудитории и даже зачастую несущий иную прагматическую установку и коммуникативную цель.

В настоящем пункте мы рассмотрим, с какими трудностями может столкнуться переводчик-локализатор при работе с медиапродуктами, а

принимая во внимание тот факт, что сайт главы государства является лишь одной из разновидностей интернет-страниц, можно сделать вывод, что им присущи наиболее общие закономерности и особенности локализации сайтов в целом. Для начала охарактеризуем их, а далее уточним наиболее специфичные проблемы, возникающие при локализации веб-страниц общественно-политических деятелей.

Глубина и характер отличий исходного сайта от его версии на иностранном языке находится в прямой зависимости от степени его локализации. Как утверждают в своих исследованиях Е.Е. Сухарева и О.В. Шурлина, локализация сайта представляет собой одну из форм межкультурной коммуникации. При этом гармоничное развитие общества в эпоху глобализации возможно исключительно при внедрении в интернет-пространства веб-сайтов на языках международного общения, одним из которых на данный момент является английский. В процессе локализации сайтов переводятся следующие элементы [Сухарева, Шурлина, 2013]:

- 1) навигационная структура (включает в себя меню, карту сайта, названия рубрик, секции, если сайт новостной и т.д.). Здесь стоит упомянуть, что иногда расположение, а то и название и количество рубрик отличается от представленных на оригинальной интернет-странице. В рамках материала настоящего исследования представлена подобная трансформация: рубрики *Actualités* и *Agenda* в оригинальной (французской) версии сайта были объединены при локализации сайта на английский язык в секцию *News* (подробнее это преобразование и его предполагаемые мотивы будут проанализированы в пункте 2.1. следующей главы);

- 2) текстовая составляющая сайта. Зачастую сайт не ограничивается одной страницей, а реализуется в форме гипертекста, созданного в рамках данной веб-страницы. Переводчику необходимо взять работу абсолютно все разделы текста, что может быть проблематично, если сайт информативный и многостраничный. Кроме того, может потребоваться изменить графическое

оформление сайта и заменить цвета, которые в данной культуре могут иметь негативные ассоциации. К таким же особенностям можно отнести каллиграфические аспекты некоторых языков: для европейских языков характерно написание слева направо; на китайском текст строится столбиками и сверху вниз;

3) аудио и видеоматериалы, присутствующие на сайте. Локализация данного компонента выводит перевод всего сайта на новый уровень и, соответственно, требует больших интеллектуальных усилий переводчиков и финансовых затрат заказчиков. При наличии технической возможности к видеоряду создаются субтитры, при её отсутствии создаётся и переводится скрипт прозвучавшего текста. Стоит отметить, что чаще всего перевод данных мультимедийных фрагментов опускается и не выполняется, а в редких случаях специалисты ограничиваются аннотацией прозвучавшего текста в описании к видео;

4) кнопки, флеш-заставки и push-уведомления. Последнему пункту стоит уделить особое внимание, поскольку в большинстве случаев всплывающие уведомления содержат данные о политике конфиденциальности и информирование об использовании файлов cookies – небольших фрагментов текста с сайта, на который заходит пользователь с целью определения сферы его интересов по наиболее частым запросам в поисковых системах и примерного местонахождения посетителя сайта. При несогласии со сбором данной информации пользователю будет предложено покинуть сайт. В случае, если у подобных уведомлений отсутствует перевод, посетитель не будет в полной мере уведомлён о потенциальном сборе персональных данных, что может не соответствовать как политике использования веб-страницы, так и индивидуальным требованиям к безопасности конфиденциальной информации;

5) код сайта. Данный элемент представляет собой видимые исключительно системным администратором заголовки, теги и ключевые

слова, имеющие значение при выводе любой интернет-страницы в ответ на соответствующий запрос в браузере. Локализация системных данных должна проводиться в обязательном порядке, чтобы обеспечить высокую посещаемость локализованной версии сайта и её поднятие в иностранных поисковых системах.

Обратимся к особенностям перевода сайтов глав государств. Вышеперечисленные аспекты, безусловно, находят прямое в них отражение, а важность квалифицированного перевода информационного наполнения текста и создание субтитров к ключевым видео, относящимся к той или иной рубрике, может гарантировать удобство для пользователей и создание положительного образа личности, чей деятельности непосредственно посвящён сайт.

Важно отметить, что содержание любого сайта главы государства наполнено материалами публицистического, новостного, юридического и исторического характера. К последним относятся статьи об истории государства, представителях власти: монархах или президентах, занимавших данную почетную должность до него. Кроме того, сайт главы государства – прекрасная возможность предоставить массовой аудитории официальные новости и сообщения о происходящих в мировом сообществе событиях из самого авторитетного источника – сайта «первого лица».

Как показал анализ практического материала, который будет подробно описан во второй главе настоящей работы, иногда в качестве юридических текстов могут выступать отрывки из Конституции или иных законов страны. Все они подлежат переводу и не могут быть опущены.

Как утверждают специалисты в области локализации сайтов общественно-политического характера, специфическими трудностями при их переводе считаются [Шерешевский, 2004; Шурлина, 2013]:

1) отсутствие достаточного контекста при переводе заголовков статей, разделов и рубрик новостных сайтов. Чтобы выбрать верный

эквивалент в языке перевода для слова-полисеманта, которым рубрика обозначается, переводчику-локализатору необходимо досконально изучить содержание оригинальной рубрики/раздела и на основании сделанных выводов принять решение об употреблении лексемы в качестве контекстуального эквивалента;

2) перевод безэквивалентной лексики и работа с именами собственными. К числу безэквивалентной лексики относят отсутствующие в культуре принимающего языка феномены и концепты, экспликация при переводе которых недопустима, поскольку может повлечь за собой искажение смысла фрагментов текста.

При локализации сайтов глав государств особое внимание уделяется официальным названиям резиденций и министерств, а также иных правительственных зданий. Многие из них остаются без перевода ввиду его неприемлемости без искажения официального названия резиденции или администрации или переводятся частично. К примеру, в парадигме французской административной культуры, нашедшей отражение в материале настоящего исследования, в подавляющем большинстве случаев употребления официальной резиденции Министерства иностранных дел Франции не переводятся, а название передаётся в неизменном виде: *Quai d'Orsay*. С другой стороны, частичный перевод также находит отражение при передаче правительственных резиденций, если в названии содержится наименование самого здания: дворец, палата, дом и т.д., например, *palais de l'Elysée* может интерпретироваться как *Elysée Palace*. Как видим, в данном случае переводческое решение ограничивается интерпретацией самого «типа» здания при полном сохранении имени собственного;

3) возможность изменения трактовки фото и видеоматериалов, порядка новостей, представленных в локализованной версии сайта, и их приоритет с целью воздействия на аудиторию путём выставления политики, проводимой главой иностранного государства, в выгодном для аудитории

свете. Определённые новостные сюжеты могут располагать не на первых позициях, а то и вовсе не освещать, чтобы не вызвать негодование среди иностранной аудитории. Данный аспект работает и в обратном направлении: в локализованной версии сайта главы государства на языке страны-партнёра приоритетную позицию будут иметь новости, связанные с контактами двух стран на международном уровне. Цель у такой стратегии, вероятно, одна – перевести фокус на отношения двух стран и сделать акцент на их важности для лидера государства, чей сайт доступен на языке иностранной аудитории. Тем самым границы между «своим» и «чужим» стираются, и данная стратегия позволяет главе другого государства стать ближе к населению своей страны-партнёра;

4) перевод титулов высокопоставленных чинов и поиск эквивалентов для них. Трудность при адаптации лексем данного характера основывается на различии в формах правления. К примеру, как известно, Великобритания по форме государственного правления является монархией. Следовательно, на официальных сайтах главы Соединённого королевства (напомним, что сейчас это – король), отсутствует упоминание такого термина как «первая леди», характерного для именования супруги президента. На интернет-страницах президентов республик данный термин может появиться, тем самым создавая трудности для локализаторов при поиске эквивалента для него;

5) установка на создание требуемого политического имиджа главы своего или иностранного государства при переводе. При локализации сайта главы своего или иностранного государства чаще всего переводчики следуют требованию по созданию позитивного образа политика, с материалами сайта которого совершается работа. Некоторая информация может скрываться в потоке текста, если заложена такая прагматическая установка и коммуникативная цель. Такой перевод похож на маркетинговый, но при нём реализуется обратная стратегия. Поскольку для маркетингового перевода интерпретация ста процентов исходного текста не требуется, необходимо

передать только необходимую для целевой аудитории информацию, отвечающую коммуникативной цели, и создать необходимое воздействие путём использования большого количества переводческих трансформаций [Gouadec, 2007; Карманова, 2004].

Таким образом, локализация сайтов глав государств – сложный и трудоёмкий процесс, активная реализация которого не лишена многочисленных проблем: учёта правовых особенностей, формы правления и формы государственного устройства страны, что ведёт за собой наличие безэквивалентных терминов в лексическом фонде иностранного государства; реализации конкретной стратегии воздействия на принимающую аудиторию путём изменения порядка информации и новостей, представленных на официальном сайте лидера страны, и расположение их в выгодном с точки зрения избранной концепции порядке, а также работа с именами собственными и поиск общеустановленных вариантов их перевода в иностранных источниках.

В следующей главе будет охарактеризован выбранный для исследования материал, выявлены стратегии создания и средства создания политического имиджа президентов Франции и Камеруна, также будут проанализированы переводческие стратегии и трансформации, благодаря которым реализуется коммуникативная цель и ожидаемый перлокутивный эффект для иностранной аудитории.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Локализация – это перевод и адаптация любого продукта сферы мультимедиа к культурным особенностям определённой страны или сообщества. Локализация не является синонимом к общему термину перевод. Кроме того, с точки зрения лингвистики и программирования, понятие локализация считается шире перевода: перевод обеспечивает лингвистический компонент локализации, когда для полной реализации данного процесса необходим учёт культурных и даже правовых особенностей принимающей страны.

Хотя в работах современных учёных роль такого процесса как адаптация заметно принижается, она занимает ключевое место при переводе и интерпретации текста для аудитории, принадлежащей к чужой культуре. В понимании теоретиков перевода, адаптация представляет собой вид языкового посредничества, при котором происходит преобразование исходной информации таким образом, чтобы стало возможным изложить её в иной форме. При этом стратегия реализации адаптации в текстах перевода находится в прямой зависимости от обобщённого образа целевой аудитории и направлена на получение определённого эффекта от неё. Если перевод обеспечивает лингвистический компонент локализации, то адаптация реализует коммуникативный эффект и способствует достижению коммуникативной цели перевода.

Локализация медиапродуктов является не только уникальным процессом культурной адаптации интернет-страницы, она включает в себя использование различных переводческих стратегий. Переводческая стратегия – это линия поведения переводчика, в рамках которой он преобразует выданный ему для перевода текст. Наиболее часто в работах переводчиков находят отражение две переводческие стратегии, находящиеся в бинарной оппозиции: доместикация и форенизация, приближение автора к читателю или

отдаление от него путём выдвижения на первый план компонентов иностранной культуры, сохранении иностранных культурных ценностей.

В своей работе переводчики-локализаторы используют различные переводческие стратегии и трансформации. Для анализа практического материала за основу будет приниматься классификация преобразований В.Н. Комиссарова, в рамках которой выделяются лексические, грамматические и лексико-грамматические трансформации.

Такой медиапродукт как сайт является многоаспектным объектом научного исследования. Началу анализа интернет-страниц способствовало появление и развитие электронной коммуникации. Главным её орудием считается язык, а значит представляется возможным рассматривать сайт как объект лингвистических исследований.

Основная сложность при рассмотрении языка интернета в различных аспектах заключается в невозможности полного охвата абсолютно всех веб-страниц, представленных в сети, а также в скорости постоянных изменений коммуникативных возможностей, предлагаемых новыми технологиями.

При исследованиях сайта может изучаться его структура, отнесение к тому или иному типу, анализ информации, представленной на сайте, и проводится исследование конкретной веб-страницы или форума как особой среды коммуникации. Исходя из типа сайта, фокус в его исследовании смещается на разные аспекты: прагматическую установку, характер публикуемой информации, исследование конкретной интернет-страницы, как особой среды коммуникации, маркетинговые стратегии презентации конкретного продукта и услуги, а также сайт как инструмента создания образа общественных, культурных и политических деятелей.

Поскольку сайт главы государства является лишь одной из разновидностей интернет-страниц, ему присущи наиболее общие закономерности и особенности локализации сайтов в целом. В процессе локализации сайтов глав государств по разным причинам переводится

навигационная структура, информативная составляющая интернет-страниц, аудио и видеоматериалы, а также все всплывающие уведомления.

Среди основных сложностей, с которыми сталкиваются переводчики при локализации сайтов глав государств обычно выделяют отсутствие достаточного контекста при переводе коротких названий рубрик, перевод имён собственных и работу с безэквивалентной лексикой, следование заданной прагматической установке и изменение порядка следования информации с целью выставления политического деятеля в выгодной для целевой аудитории или для него самого свете. Кроме того, обычно уделяется внимание активной демонстрации вовлеченности главы иностранного государства в установление дружественных отношений со страной целевой аудитории, для которой создаётся данный сайт.

Зачастую ключевой переводческой установкой становится ориентация на создание требуемого политического имиджа главы государства, которому данный сайт посвящён.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ПЕРЕВОДА САЙТОВ ГЛАВ ГОСУДАРСТВ С ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ ОФИЦИАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-СТРАНИЦ ПРЕЗИДЕНТОВ ФРАНЦИИ И КАМЕРУНА).

2.1. Краткая характеристика практического материала

В данном параграфе дается краткое описание, а также проводится предпереводческий анализ практического материала. Была проанализирована 51 страница битекстового материала с официального сайта президента Франции Эммануэля Макрона и 49 страниц с материалами веб-сайта президента Камеруна Поля Бийи. Охарактеризуем каждый из источников по отдельности.

Исследование началось с анализа текстового материала, посвящённого работе и другим аспектам жизни Э. Макрона. Первая зарегистрированная резервная копия сайта президента Франции в официальном интернет-архиве датируется 28 сентября 2007 года, её английская версия – 7 ноября 2007 года. Стоит отметить, что сайт оснащён версиями на трёх языках: французском, английском и немецком. Перевод на немецкий язык не рассматривается в рамках настоящего исследования.

15% всего языкового материала на интернет-странице президента Франции составляет новостной блок и повестка дня. Горизонтальная навигационная панель состоит из пяти блоков: *Actualités*, *Agenda*, *Présidence*, *Élysée*, *Écrire au Président* (см. рис. 1).



Рисунок 1. Навигационная панель оригинальной версии сайта президента Франции

Первый блок «*Actualités*» (Новости) представляет собой новостной блок и даёт информацию обо всех событиях, в которых действующий президент

Франции принял участие: торжественные речи в рамках официальных мероприятий различного уровня, пресс-конференции и пресс-релизы. По тегу «*Conseil des ministres*» можно перейти к новостям, связанным с деятельностью совета министров: отчётам, нововведениям, законодательным инициативам и т.д.

Блок «*Agenda*» (Повестка дня) представляет расписание работы и график президента в реальном времени: текущие встречи, приёмы, официальные церемонии и обеды. Данный раздел сайта обновляется чаще остальных и максимально приближен к реальности: расписание президента Франции на сегодня будет доступно на следующий день. Это своего рода дневник работы президента, представленный постфактум. Таким образом, целевая аудитория сайта получает информацию о деятельности главы государства в режиме реального времени, и тем самым демонстрируется прозрачность деятельности президента.

Блок «*Présidence*» (Офис президента) информационно-познавательного характера и представляет самый информативный блок всего сайта главы Франции: доступны биографические материалы об Эммануэле Макроне, его супруге и обо всех бывших президентах Республики. Читателям также представлены статьи о функциях и деятельности правительства и государственного аппарата, в том числе и представителей кабинета министров и команды офиса президента. Наконец, красной строкой через данный раздел проходят тексты Конституции Франции, принципы Республики и материалы о государственных символах Франции: флаге, гимне, девизе (*Liberté Egalité Fraternité*), Марианне, Дне взятия Бастилии, галльском петухе, официальной печати и гербе. Итак, можно сделать вывод, что официальный сайт президента Франции не принадлежит конкретному лицу, а является сайтом обобщённого концепта под названием «президент Франции». Логично предположить, что при смене власти фокус будет смещён на уже нового президента.

Раздел «Élysée» (Елисейский дворец) также имеет информационно-познавательную направленность и содержит факты о становлении Елисейского дворца как резиденции главы государства. Посетителям предоставляется возможность совершить виртуальный тур по дворцу в реальном времени и ознакомиться с интерьером важнейшей исторической точки современной Франции (см. рис. 2 и рис. 3).



Рисунок 2. Виртуальный визит в ЕД

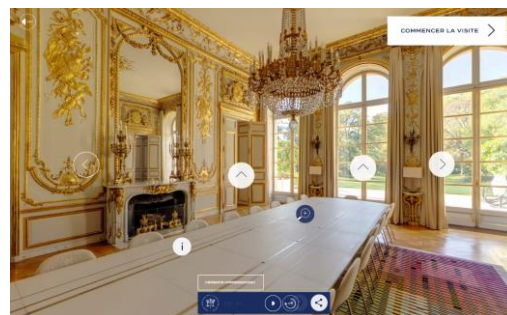


Рисунок 3. Внутренняя территория ЕД

Последний раздел *Écrire au Président* (Задать вопрос президенту) является формой обратной связи: можно задать вопрос действующему президенту Франции, отреагировать на новость, события, происходящие в стране и мире, затронуть важную сферу общественной жизни. Настоящий раздел существует для установления, пусть и видимого, контакта с гражданами Франции.

Интерфейс англоязычной версии сайта президента Франции сложно считать копией оригинала. Так, во франкоязычной версии очень ярко выражена политическая составляющая новостей, и даже на главной фотографии стартовой страницы французский лидер изображён со своими коллегами из некоторых стран, что свидетельствует о позиции французского лидера и его вовлечённости в мировую политику. При этом на стартовой странице английской версии сайта также есть фотография Эммануэля Макрона, только в этот раз он воодушевлённо смотрит на солдат, окружающих его. Какой-либо политический контекст в подобном интерфейсе отсутствует, и при наглядном сопоставлении оригинальной и английской версий сайта при

первом посещении можно сделать вывод, что это две разных интернет-страницы (см. рис. 4 и 5).



Рисунок 4. Стартовая страница сайта ЭМ во французской версии (дата обращения: 24.01.2023)

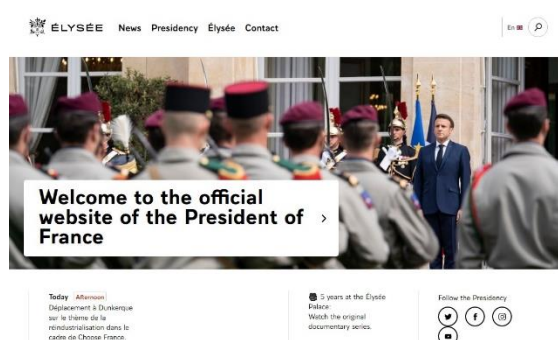


Рисунок 5. Стартовая страница сайта ЭМ в английской версии (дата обращения: 24.01.2023)

Интересно выстроен новостной блок в английской версии, он основан на разделении новостей на последние и главные. Новость о том, что Эммануэль Макрон выразил соболезнования в связи с кончиной королевы Англии Елизаветы II (на дату очередного обращения к сайту 5 мая 2023) занимает первое место в списке последних новостей. За ней же следует недавнее сообщение от 5 мая 2023 года о совместной декларации Франции и Индии (рис. 6).



Рисунок 6. Приоритетность новости о соболезнованиях по факту кончины Елизаветы II в английской версии сайта ЭМ

Вышесказанное позволяет сделать вывод, что сайт регулярно обновляется, а значит новость полугодовой давности оставлена в данном

разделе с конкретной интенцией. Мы предполагаем, что подобное решение разработчиков связано с желанием показать англоговорящей аудитории искреннее уважение Франции в лице её правителя к Великобритании, странам Содружества, которыми юридически правила Елизавета II, и всем англоговорящим. Это вносит вклад в создание требуемого политического имиджа в рамках данной интернет-страницы, который будет рассмотрен далее.

Последнее, на что стоит обратить внимание в рамках предпереводческого анализа материала, – несовпадение количества блоков на горизонтальной панели навигации. Для этого сравним содержание Рисунка 1 (стр. 37) и Рисунок 7:



Рисунок 7. Навигационная панель английской версии сайта Эммануэля Макрона

Так, панель навигации английской версии интернет-страницы президента Франции состоит из четырёх блоков: *News*, *Presidency*, *Élysée*, *Contact*, текст которых представляет собой локализованную при помощи различных стратегий иноязычную версию оригинала. Из англоязычной версии сайта было удален блок «*Agenda*». Подобное решение разработчиков можно объяснить желанием избежать работы по локализации ежедневно обновляющейся повестки дня в реальном времени, поскольку частота обновлений информационной составляющей иноязычной версии интернет-страницы, как правило, в разы меньше частоты редактирования оригинала.

Краткая характеристика официального сайта президента Камеруна. Первая архивная копия оригинальной версии сайта датируется 24 июня 2013 года, а её англоязычная копия – тремя днями позже. У сайта есть французская и английская версии, что объясняется закреплением на законодательном уровне двух официальных языков – французского и английского.

Навигационная панель стартовой страницы более расширенная, нежели на интернет-странице президента Франции, и включает в себя блоки *Accueil*, *Actualités*, *Le Président*, *La Première Dame*, *La Présidence*, *Le Cameroun*, *Les Pôles*, *Investir*, *Média*.

Первый из указанных блоков – стартовая страница всего сайта с гиперссылками в виде фото- и видеоматериалов, расположенных на различных страницах данного интернет-ресурса. Также представлена поисковая строка «*Que recherchez-vous?*» - «*Что вы ищете?*», осуществляющая поиск по ключевым словам текста (см. рис.8).

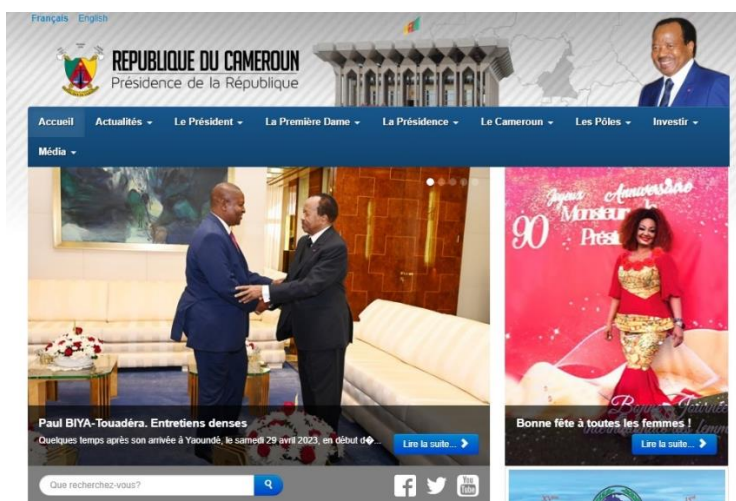


Рисунок 8. Стартовая страница официального сайта президента Камеруна

В данном разделе также присутствуют гиперссылки на новостной материал и некоторые блоки, также представленные в горизонтальной панели навигации, например, разделы «*Le Président*» и «*Le Cameroun*».

В блоке «*Le Président*» представлена биография действующего президента Поля Бийи, самого пожилого президента в мире на сегодняшний день, а также факты о предыдущем президенте Камеруна Ахмаду Ахиджо (Камерун обрёл независимость от колониального влияния Франции 1 января 1960 года); приведены отрывки из Конституции и иных нормативно-правовых актов, регулирующих роль президента, политические взгляды Поля Бийи, его карьерный путь, программа и текст клятвы при вступлении в должность.

Английская версия данного раздела не подразумевает объединения некоторых пунктов, в отличие от сайта ЭМ (Эммануэль Макрон, далее – ЭМ).

Далее следует блок, полностью посвящённый первой леди Камеруна – Шанталь Бийя. В разделе представлены статьи с большим количеством текстового материала, повествующего о биографии супруги президента, её вовлеченности в деятельность различных фондов и организаций как в пределах Камеруна, так и за границей. Подобная стратегия репрезентации первой леди показывает ее огромное влияние, оказываемое на политическую жизнь страны.

Разделы *La Présidence* и *Les Pôles* несут информацию административного характера о функциях и деятельности правительства и тенденциях развития в экономической, промышленной отрасли, отрасли сельского хозяйства и современных технологий.

Особое внимание стоит уделить блоку «*Le Cameroun*», имеющего познавательный и публицистический характер. Это своего рода туристическая визитка данной страны: географическое положение Камеруна, климатические зоны и национальные парки, национальная валюта, официальные языки, национальные праздники, границы минимальной и максимальной температур, рекомендации по выбору сезона для посещения страны.

Отметим, что подобного блока нет на сайте президента Франции. Объяснение этому кроется, по нашему мнению, в высоком уровне развития туризма во Франции по сравнению с Камеруном. Камерун относят к числу развивающихся стран, которым необходима презентация привлекательных для туристов мест. Так власти Камеруна активно пытаются вывести путешествия по стране на новый уровень.

Раздел *Investir* также присутствует исключительно на сайте президента Камеруна. Камеруну, как развивающейся стране, необходимы инвестиции и средства фондов для повышения уровня жизни. Подобным блоком создатели страницы стремятся привлечь инвесторов и финансовые средства в страну. Во

вкладках навигационной панели есть информация о сферах инвестирования: газовая и угольная промышленность, шахты, а также список партнёров.

Итак, в отличие от официальной интернет-страницы президента Франции англоязычная версия сайта президента Камеруна содержит те же текстовые и графические материалы, их оригинальный порядок и структура сохранены. Интерфейс стартовой страницы представляет собой копию оригинала, выполненную при помощи локализации и адаптации информационной составляющей сайта на английский язык, не имеется критических различий в используемых фото- и видеоматериалах и в хронологическом порядке представленных новостных материалов. Сложность и аттрактивность выполненных сайтов также неодинакова: интерфейс сайта президента Франции более удобен: всплывающие окна, разнообразие шрифтов, количество гиперссылок и т.д. Дизайн сайта президента Камеруна не настолько аттрактивен, зато содержит больше информации познавательного характера.

Каждый сайт имеет материалы, форма и характер отражения которых оказывают существенное влияние на формирование политического имиджа глав данных государств. В следующем параграфе рассмотрим, как в рамках данных сайтов создаётся имидж глав государств.

2.2. Стратегии создания общественного имиджа президентов Франции и Камеруна на материалах их официальных сайтов

В рамках данного параграфа проследим, как при помощи материалов официальных сайтов президентов формируется их политический имидж.

Средства формирования политического имиджа Эммануэля Макрона в рамках его официального сайта. Значительную роль в этой стратегии играет раздел *«Écrire au Président»*, дающий возможность пользователям задать вопрос президенту. В приведённом отрывке

прослеживается установка, доказывающая, что ЭМ и его резиденция открыты для взаимодействия с гражданами страны:

(1) Votre message sera pris en charge par les équipes du Service de la Communication Directe, puis transmis, le cas échéant, à un conseiller afin de permettre au chef de l'Etat ou à l'un de ses plus proches collaborateurs de vous répondre. // Ваше сообщение будет обработано командой службы коммуникации офиса президента, а затем, при необходимости, будет передано советникам, чтобы позволить главе государства или одному из его ближайших помощников ответить вам (перевод наш).

Биография ЭМ представлена кратко и включает исключительно факты о месте его рождения, образовании и карьерном пути:

(2) Il est devenu, en 2012, secrétaire général adjoint de la Présidence de la République. Il a quitté ses fonctions en juillet 2014 avant de devenir ministre de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique d'août 2014 à août 2016. // В 2012 году [Эммануэль Макрон] стал заместителем генерального секретаря Администрации Президента Республики. Он покинул свой пост в июле 2014 года, а затем стал министром экономики, промышленности и цифровых технологий и занимал данную должность с 2014 по 2016 год.

Перечисление занимаемых должностей в хронологическом порядке демонстрирует неслучайность выдвижения ЭМ на пост президента Франции и акцентирует внимание читателя на его компетенциях. Стоит обратить внимание на гиперссылку к разделу с информацией о бывших президентах:

(3) Découvrez l'histoire de ceux qui ont écrit le destin de la République française // Узнайте о жизненном пути людей, написавших судьбу Французской Республики.

Каждый президент в какой-то степени пишет историю страны, которой руководит. Вышеприведённый пример (3) ставит ЭМ в один ряд с такими выдающимися личностями, как Шарль де Голль, Жак Ширак и другие.

Новости также играют важную роль в конструировании политического имиджа президента. В примере (4) даётся информация о выступлении ЭМ на прошедшем саммите в Центральной Африке:

(4) *Dans le cadre de son prochain déplacement en Afrique centrale, le Président de la République a prononcé, ce lundi, un discours dans lequel il a exposé les objectifs de ce déplacement et, principalement, ses **priorités et sa méthode pour approfondir le partenariat entre la France, l'Europe et le continent africain.** // В рамках своей поездки в Центральную Африку Эммануэль Макрон выступил с речью в которой огласил цели своей поездки, а также упомянул **методы и приоритеты расширения партнёрства между Францией, Европой и африканскими странами.***

Сайт изобилует фото- и видеоматериалами, демонстрирующими тёплые отношения президента Франции с населением страны и лидерами африканских государств. Данные материалы продемонстрированы на рисунках 9, 10 и 11.



Рисунок 9. ЭМ открыт к общению с пожилым населением Франции



Рисунок 10. ЭМ пожимает руку незнакомцу из толпы



Рисунок 11. ЭМ и президент Камеруна Поль Бийя в рамках официальной встречи.

В примере (5) напрямую характеризуется результативность политики Э. Макрона, его вклад в привлечение иностранных инвесторов:

(5) *Avec le plus grand nombre de décisions d'investissements étrangers en France, 2022 est une année record. La France attire plus que jamais et crée des emplois. La politique conduite depuis 6 ans porte ses fruits ! // С наибольшей долей иностранных инвесторов во Франции 2002 год стал рекордным. Франция привлекает больше [инвесторов], чем когда-либо, и создает рабочие места. Политика, проводимая в течение 6 лет, приносит свои плоды!*

Отметим гласность и открытость избранных направлений внутренней политики ЭМ. Лидер Франции регулярно записывает короткие видео (от 10 до 15 мин.) о планах по развитию конкретных сфер: экономической, экологической, социальной и т.д. Он также открыто признаёт наличие проблем, предлагая возможные пути их решений. Так, в одном из недавних видео была затронута проблема экологии и предложено видение ЭМ путей её решения:

(6) *Ce jeudi 26 janvier, le premier Conseil de planification écologique s'est tenu au Palais de l'Élysée. Engagement du Président de la République Emmanuel Macron, ce premier conseil a permis de faire un état des lieux sur les émissions de gaz à effet de serre en France et de rappeler les objectifs à atteindre pour 2030 et 2050. Après cette première réunion, le Président Emmanuel Macron fait le point // В этот четверг, 26 января, в Елисейском дворце состоялся первый совет по экологическому планированию. По поручению Президента Республики Эммануэля Макрона был проведён обзор ситуации с выбросами парниковых газов во Франции и вновь озвучены цели, которых необходимо достичь к 2030 и 2050 годам. После встречи президент Эммануэль Макрон подводит итоги.*

Так, политический имидж ЭМ, созданный в оригинальной версии сайта, можно охарактеризовать как положительный. Его представляют, как лидера, прошедшего большой карьерный путь до президентства. Создатели сайта акцентируют внимание на готовности ЭМ к установлению тесных партнёрских отношений со странами Европы и Центральной Африки. Подчёркивается стремление лидера Франции наладить обстановку внутри

страны путём её развития и привлечения средств для улучшения её инфраструктуры и создания рабочих мест. Демонстрируется, что президент заинтересован в решении глобальных и локальных проблем и намерен делиться своими планами с населением.

Конструирование политического имиджа президента Камеруна в рамках его официальной интернет-страницы. Подобное ранее не было объектом научного исследования. Поль Бийя (Далее – ПБ) является вторым президентом Республики Камерун и имеет большой опыт руководства государством в его различные эпохи. В примере (7) из раздела *Le Président* повествуется о том, что будущему президенту была уготовлена совсем другая судьба, но, получив достойное образование (полная информация о котором также доступна для чтения на данном сайте), он сумел её переломить, избрав политический путь:

(7) Son itinéraire est d'abord celui d'un jeune homme né pendant la colonisation et destiné à devenir un homme d'Eglise. C'est donc un humaniste qui sort des différents parcours scolaires. // Его жизненный путь – прежде всего, путь молодого человека, родившегося в колониальную эпоху, которому судьбой было уготовлено стать служителем церкви. Поэтому он – гуманист, получивший хорошее образование.

Политический имидж ПБ конструируется на основе его личностных характеристик. Так, в примере (8) говорится о хобби камерунского президента, что сближает главу государства с народом – президента показывают «своим», его увлечения схожи с активностями простого населения:

(8) Grand sportif, Paul BIYA aime bien faire du vélo, du jogging ou de la marche lorsque le temps le lui permet. // Будучи выдающимся спортсменом, Поль Бийя любит кататься на велосипеде, бегать трусцой и заниматься спортивной ходьбой, когда у него выдаётся свободная минута (перевод наш).

Поскольку спорт ассоциируется со здоровым образом жизни, глава государства, следующий ему, вызовет одобрение. А, учитывая его преклонный возраст, подобный факт вызывает ещё и уважение.

Политический аспект имиджа ПБ раскрывается благодаря его реформам и принятым законам о многопартийности:

(9) En promulguant, le 19 décembre 1990, la loi sur les associations et les partis politiques. M. Paul BIYA a restauré le multipartisme au Cameroun (depuis le 1er septembre 1966, ce pays vivait à l'ère du monopartisme de fait). A ce jour, plus de 200 partis politiques ont été légalisés... Puis il encourage ses compatriotes à s'intéresser à la vie politique et à exprimer librement leurs idées.

Принятым законом ПБ положил конец эпохе монопартизма и законодательно закрепил политический плюрализм. Пример (10) характеризует его как лидера, принимающего чужое мнение и готового к компромиссам даже на законодательном уровне:

(10) Paul BIYA décide alors d'accélérer les réformes politiques pour engager résolument le pays dans la voie de la modernisation, la démocratisation et la participation du plus grand nombre au processus de prise de décision. // Затем Поль Бийя решает ускорить политические реформы, чтобы решительно вывести страну на путь модернизации, демократизации и вовлечения как можно большего числа людей в процесс принятия решений.

Наконец, помимо желания ПБ избавить Камерун от колониального влияния Европы, о его стремлении к свободе говорит пример (11):

(11) Il croit en l'homme, en sa capacité de dépassement de soi et en son besoin naturel de liberté. // Он верит в человека, его способность преодолеть самого себя и врождённое стремление к свободе.

Так, в биографии ПБ создаётся имидж опытного и свободолюбивого лидера, готового к компромиссам и прислушивающегося к мнению народа. Перечисления всех полученных орденов и наград, в том числе и иностранных, подчёркивают его выдающиеся заслуги в области внутренней и внешней

политики, огромный постоянный вклад и заинтересованность в будущем страны, а также в международном сотрудничестве:

(12) *Lorsqu'il prête serment pour la première fois le 06 novembre 1982, Paul BIYA axe son action sur la démocratisation de la vie politique, la libéralisation sociale et économique, la rigueur dans la gestion, la moralisation des comportements et le renforcement de la coopération internationale. // Когда он впервые принес присягу [перед вступлением на должность президента] 6 ноября 1982 года, Поль Бийя сосредоточил свои усилия на демократизации политической жизни, социальной и экономической либерализации, строгости в управлении, морализации поведения и укреплении международного сотрудничества.*

В новостном блоке официального сайта президента Камеруна также прослеживаются стратегии создания политического имиджа. Так, в примере (13), посвящённом пятидесятилетней годовщине Дня национального единства, упоминается его супруга, Шанталь Бийя, которая присутствовала на параде вместе со своим «прославленным мужем» (*son illustre époux*). Толпа поприветствовала своего лидера «бурными овациями»:

(13) *A bord de son véhicule d'apparat et au moment de passer en revue les troupes, le Chef de l'Etat a, une fois de plus été transporté par **des ovations à tout rompre** de ses compatriotes et des nombreux autres invités.*

Особые отношения камерунского народа и президента упоминаются и в новости спортивного характера, освещающей посещение главы государства Кубка Африканских наций, прошедшего в 2022 году.

(14) *Enthousiaste et survolté, le peuple camerounais a communiqué à l'unisson avec son **grand leader, le portant en triomphe à la face du monde**, devant ses hôtes venus des quatre (04) coins de la planète, singulièrement, son invitée d'honneur, Madame Audrey AZOULAY, la Directrice Générale de l'UNESCO. // Камерунский народ, воодушевлённый и переполняемый эмоциями, **в унисон поклонился перед своим великим лидером, восхваляя его на глазах у всего мира,***

приглашённых со всех сторон света и, в частности, почётной гостью Одри Азулай, Генерального директора организации ЮНЕСКО.

Тёплые отношения между нацией и её лидером доказывает и иллюстративный материал сайта (см. Рисунки 12-13):



Рисунок 12. Поль Бийя и его супруга принимают букеты от детей



Рисунок 13. Поль Бийя и солдат камерунской армии

Итак, политические имиджи двух президентов воссоздаются с использованием различных стратегий. Политический имидж ЭМ строится на демонстрации его открытости ко взаимодействию с французскими гражданами путём обратной связи на своей интернет-странице, обсуждению насущных проблем и записи видеороликов. ЭМ показан как человек, внесший существенный вклад в историю Франции. Уделяется внимание опыту работы ЭМ на руководящих и министерских должностях и его стремлению к установлению международных контактов.

Политический имидж ПБ конструируется по-иному, хотя аспекты международного сотрудничества и открытости для общения с гражданами также выносятся на первый план. Ввиду того, что ПБ был признан самым пожилым правителем, его репрезентация как человека, ведущего здоровый образ жизни и родившегося ещё в период колониальной эпохи страны, вносит вклад в восприятие его образа гражданами. В своей работе ПБ руководствуется стремлением к свободе, демократии, плюрализму в государственном аппарате и упразднению монопартизма. Аспект, отличающий его политический имидж от имиджа ЭМ, – репрезентация

позитивного и тёплого отношения народа к своему избраннику: повсюду граждане тепло приветствуют его и называют своим «Великим лидером».

В последующих пунктах будет проанализировано использование конкретных переводческих стратегий при локализации данных интернет-страниц на английский язык.

2.3. Реализация стратегии доместикации при переводе официальных интернет-страниц президентов Франции и Камеруна

2.3.1. Использование доместикации при переводе сайта президента Франции

Хотя французский и английский языки имеют тесную историческую связь, они принадлежат к разным языковым группам и имеют достаточное количество различий на синтаксическом, лексическом и морфологическом уровнях.

Стратегия доместикации при локализации сайта ЭМ на английский язык. В биографии ЭМ и её переводе на английский заголовок «MANDAT EN COURS» интерпретируется как «IN OFFICE». Это использование устойчивого словосочетания в английском языке отражает реализацию модуляции (приращения смысла): если президент на данный момент наделён полномочиям (mandat – полномочия, фр.) и исполняет их, значит, находится на рабочем месте.

При локализации краткой биографии ЭМ отдельные отрывки также реализованы через данную переводческую стратегию:

Таблица 1. Использование модуляции в примере (1)

(1) Né en décembre 1977 à Amiens, dans la Somme, Emmanuel MACRON a étudié la philosophie avant d'intégrer l'Ecole Nationale d'Administration (ENA), dont il a été diplômé en 2004.	Emmanuel MACRON was born in December 1977 in Amiens, in the Somme department. He studied philosophy, and later attended the Ecole Nationale d'Administration (ENA) where he graduated in 2004.
--	--

В примере (1) перевод выстроен по правилам английского синтаксиса: используется членение предложения, содержащего много важной информации: ни один факт из биографии президента не опущен; а также модуляция: если ученик получил диплом об окончании (*a été diplômé* – фр.) учебного заведения, он автоматически считается её выпускником.

Любые имена собственные на официальной интернет-странице президента Франции подлежат переводу в рамках стратегии форенизации, которая будет рассмотрена в пункте 2.4. Однако локализацию французских обращений *Monsieur/Madame* с использованием их английских эквивалентов *Mr./Mrs.*, предшествующих каждому из форенизированных имён, можно считать одним из наиболее каноничных примеров доместикации.

Была проведена адаптация безэквивалентной французской лексики. Например, существительное *savoir-faire* (*m*), образовано глагольной деривацией: происходит слияние двух глаголов (на русском дословно - «знать-делать») и приближено к значению «навык». Специалисты, занимавшиеся локализацией сайта ЭМ, креативно интерпретировали данное существительное на английский язык (см. таблицу 2):

Таблица 2. Адаптация безэквивалентной лексики

(2) ... pour des puissances ou des structures étrangères qui cherchent à s'approprier nos savoir-faire et nos résultats	... for foreign powers and organizations that seek to appropriate our intellectual property and results
--	--

Словосочетание «интеллектуальная собственность» соотносится со своим контекстуальным эквивалентом исключительно путём длинных логических связей. Это модуляция, поскольку специалисты отказались от использования французского слова и адаптировали его путём употребления логично выведенного контекстуального эквивалента.

К исконно французской лексике также представляется возможным отнести существительное *quinquennat* («пятилетний срок» (срок полномочий представителей власти)). В таблице 3 – перевод данного термина на английский язык:

Таблица 3. Использование экспликации

(3) Le chef de l'État est élu pour cinq ans au suffrage universel direct (instauration du quinquennat à la suite du référendum du 24 septembre 2000).	The Head of State is elected for five years by direct universal suffrage (five-term mandate established following the referendum of 24 September 2000).
--	---

При переводе использована экспликация – смысл лексемы, прямой эквивалент которой отсутствует, передаётся путём её объяснения.

Ещё один пример модуляции на лексическом уровне – трансформация данного фрагмента описания национального гимна:

Таблица 4. Модуляция при переводе истории Марсельезы (пример 4)

(4) ...il fallut choisir une version de référence .	so a standard version had to be agreed upon.
--	---

В данном примере понятие «версия, на которую стоит ссылаться» интерпретируется, объясняется как «стандартная версия». Это способ приблизиться к читателю и передать смысл высказывания путём оперирования более понятными для него концептами.

Наконец, в примере (5) характерное подразделение французской полиции – жандармерия – при перечислении органов общественной безопасности в английском варианте опущено:

Таблица 5. Пример опущения

(5) la politique publique du renseignement (services de police et de gendarmerie , armées, organes de contrôle et de soutien...)	the services involved in intelligence policy (law enforcement , armed forces, monitoring and support bodies, etc.)
---	--

Доместикация устойчивых выражений. В примере (6), описывающем историю написания Марсельезы – адаптация фразеологизма «*se répandre d'une bouche à oreille*» (дословно: распространяться от губ до ушей):

Таблица 6. Поиск эквивалента фразеологического оборота

(6)... il se répandit de bouche à oreille , et son succès fut tel qu'il fut déclaré chant national le 14 juillet 1795.	... it spread by word of mouth and became so popular that it was declared as the national anthem on 14 July 1795.
---	--

Однако наравне с поиском эквивалентов для устойчивых выражений и воссоздания метафор специалисты могут опустить их без дальнейшего использования приёма компенсации, например:

Таблица 7. Опускание метафоры в тексте перевода

(7) Découvrez l'histoire de ceux qui ont écrit le destin de la RF	Discover the story of those who made the French Republic
--	---

Принято решение отказаться от использования метафоры «те, кто написал судьбу Франции», заменив её на стилистически нейтральный вариант. Это доместикация, поскольку отсутствие калькирования и работа с метафорами (пусть даже факт их стирания) является отдалением от оригинального текста.

Самый широкий пласт проявлений доместикации был обнаружен в **грамматическом аспекте**.

Так, к примеру, использование местоимения *it* в качестве перевода к французским личным и притяжательным местоимениям третьего лица представлено в таблице 8:

Таблица 8. Примеры перевода при помощи местоимения *it*

(8) Elle est supprimée par Nicolas Sarkozy	It was discontinued by Nicolas Sarkozy
(9) Son existence est institutionnalisée par l'article 15 de la Constitution de 1958	Its existence was enshrined by Article 15 of the 1958 Constitution
(10) Sa genèse mouvementée	Its turbulent history

Подобная трансформация является обоснованной ввиду особенностей употребления местоимения *it*. Если во французском языке его эквивалент отсутствует, а категория рода относится к бинарным, то в английском языке все неодушевлённые предметы следует употреблять именно с местоимением *it*, что мы наблюдаем в вышеприведённых примерах 8–10, где местоимениями заменяются слова «торжественная церемония», «существование» и «Марсельеза» соответственно.

Анализируя использование местоимений в качестве реализации стратегии доместикации, стоит также упомянуть частые замены местоимения *nous* (мы) и его различных форм. Так, в одном из фрагментов словосочетание *nos intérêts fondamentaux* интерпретируется как *France's fundamental interests*. Путём опущения притяжательного местоимения поддерживается дистанция

между оригинальным текстом и текстом перевода: это уже не «наши фундаментальные интересы», а «фундаментальные интересы Франции».

Второй тип грамматических проявлений доместикации рассматривался нами в одной из научных статей в рамках собственной классификации грамматических замен [Терехова, 2022], в которой рассматривался как грамматическая замена рода. Необходимость подобных преобразований также вытекает из бинарности категории рода во французском языке и отсутствия её в парадигме английского языка. Рассмотрим нижеприведённые фрагменты в таблице 9:

Таблица 9. Адаптация существительных женского рода

(11) Cheffe de cabinet adjointe	Deputy Head of Private Office
(12) Conseillère technique auprès du secrétaire général	Junior Adviser to Secretary-General

Примеры (11) и (12) содержат французские феминитивы должностей, образованные по правилам словарной деривации путем добавления окончаний. Английские же переводы не содержат никакой информации о поле занимающего данный пост, кроме обращения, находящего в препозиции по отношению к фамилии и инициалам деятеля.

Используя классификацию, выведенную в нашей статье, можно выделить грамматические замены части речи. Они тоже могут считаться проявлениями доместикации, поскольку приближают переведённый текст к читателю путём перевода некоторых предложений в рамках правил грамматики английского языка. В примерах (13) и (14) в таблице 10 наблюдается замена прилагательного на причастие настоящего времени и местоимения на существительное с определённым артиклем:

Таблица 10. Иные случаи грамматических замен

(13) Une « Charte de transparence relative au statut du conjoint	A “transparency charter relating to the status of the spouse
(14) Il coordonne et développe les initiatives	The service coordinates and develops French initiatives

Перейдём к грамматическим проявлениям доместикации на уровне предложения: замене залога или наклонения и адаптации французских конструкций.

Как и в английском языке, во французском существуют активный и пассивный залоги, трансформация которых при переводе также относится к числу грамматических, но реализуется уже на уровне фразы. Рассмотрим наиболее яркие примеры, обнаруженные на материале исследования, в таблице 11:

Таблица 11. Грамматическая замена залога

(15) Alors quelle date, quel évènement choisir pour une fête nationale ?	So what date and event was to be chosen to mark the French holiday?
(16) La garden-party qui se tient traditionnellement dans le parc	the garden party which is traditionally held after the parade

Как видим, если в примере (15) глагол в начальной форме заменяется на его инфинитив в пассивном залоге, то в примере (16) трансформации подвергается местоименный глагол, эквивалентов которых в английском языке нет, ввиду чего все подобные примеры подвергаются грамматическим трансформациям.

Замене наклонения чаще всего подвергается именно сослагательное наклонение (*subjonctif*), форма глагола при котором отличается от формы, используемой во всех временах изъявительного наклонения, например (см. таблицу 12):

Таблица 12. Адаптация французского сослагательного наклонения

(17) Pour que cette égalité de droits soit pleine et entière , vivante et concrète, l'État œuvre aussi à l'égalité des chances	To ensure that everyone is guaranteed full and total , living and tangible equal rights, the State works to promote equality of opportunity
---	--

При выражении целеполагания и при наличии грамматической основы, следующей за союзом *pour que* в придаточном предложении, должно использоваться сослагательное наклонение с особой формой, что прослеживается в примере (17). При переводе было решено отказаться от полной адаптации грамматической структуры и перевода сослагательного наклонения его аналогом. Следовательно, переводческое решение в данном

случае – заменить сослагательное наклонение инфинитивом с целью упрощения конструкции – было принято исключительно в рамках используемой в данном отрывке стратегии доместикации: французский *subjonctif* трансформируется в начальную форму глагола.

Наконец, последнее проявление доместикации на уровне предложения – замена французских конструкций их прямыми эквивалентами в английском с возможным изменением структуры предложения. В частности, реализацией подобной трансформации считается опущение эмфатической конструкции *c'est...que*, имеющей аналог в английском языке:

Таблица 13. Опускание эмфатических конструкций

(18) C'est la Constitution du 4 octobre 1958 qui régit le fonctionnement des institutions de la Ve République.	The Constitution of 4 October 1958 governs the functioning of the institutions of the Fifth Republic.
---	--

Причина подобного переводческого решения не совсем ясна. Возможно, что к переводу эквивалентной эмфатической конструкцией не прибегли ввиду желания полностью изменить структуру предложения. Ещё один пример опущения особенности французского синтаксиса приведён в примере (19) в таблице 14:

Таблица 14. Опускание иных эмфатических элементов

(19) ...des ministres de plein exercice, des ministres délégués et des secrétaires d'Etat, voire de hauts commissaires.	...ministres d'État, full ministers, ministers delegate, ministers of state and high commissioners.
--	--

Французский элемент предложения *voire*, опущенный в английской версии сайта и там же замененный на союз *and*, имеет эквивалент в английском языке и может относиться к эмфатическим. Однако он был опущен, а все предложение - упрощено, предположительно, чтобы облегчить восприятие англоязычной аудиторией.

Рассмотрим обратный пример (20), приведённый в таблице 15, когда специфическая для английского языка конструкция *from...to* внедряется уже в английский перевод с целью придания аттрактивности материалу, представленному в формате перечисления элементов:

Таблица 15. Использование эмфатических конструкций при переводе

(20) La cybercriminalité couvre également un large spectre : vol de données, piratage informatique, propagation de logiciels malicieux, diffusion de messages haineux.	Cybercrime also covers a wide spectrum of activities, from data theft to hacking, propagation of malware and the spreading of hate speech.
--	--

Так, незначительная конструкция фокусирует внимание англоязычного читателя на деталях списка и делает информацию удобной для прочтения, что является признаком «приближения» переводчика к читателю.

Последний аспект стратегии доместикации, реализуемый в материале настоящего исследования, прослеживается на уровне всего текста. Здесь особое внимание стоит уделить выбору временной составляющей для адаптации того или иного раздела.

Ключевой особенностью отражения текстового материала является временной аспект оригинальной и английской версии сайта. Преимущественно для написания оригинального текста были использованы настоящее время и вариация прошедшего, употребляемая на данный момент в художественной литературе и при повествовании (*le passé simple*, фр.). В английском же их переводят только в одном времени: прошедшем простом (*past simple*, англ.), прямым аналогом которого во французском является время *passé composé* (*passé simple* – его устаревшая форма).

Стоит добавить, что преобладание доместикации над фореинизацией наблюдается исключительно в разделе, в котором даётся познавательная информация о государственных символах Франции: флаге, гимне, национальном гербе, аллегориях и т.д. Считаем, что подобное переводческое решение связано исключительно с важностью правильного восприятия текстов о государственной символике Франции представителями англоязычных государств, поэтому перевод текстов о важнейшей государственной атрибутике должен быть переведён с ориентацией на иностранного реципиента.

Так, в приведённом подпункте мы рассмотрели реализацию стратегии доместикации при локализации сайта Эммануэля Макрона с французского на

английский языки на лексическом, морфологическом, синтаксическом, фразовом и текстовом уровнях.

2.3.2. Стратегия доместикации при локализации текстового материала сайта президента Камеруна

Хотя у официальной интернет-страницы ПБ аттрактивность выражена в меньшей степени, в отличие от ЭМ, количество текстового материала всего сайта остаётся достаточным, чтобы выполнить эквивалентное сравнение. Как и в предыдущем пункте, рассмотрим проявления доместикации в соответствии с иерархией уровней языковой системы.

В отличие от доместикации, реализуемой в рамках официальной интернет-страницы ЭМ, на сайте лидера Камеруна обнаружены проявления доместикации на уровне отдельных фонем или морфем, преимущественно в форме транскрибирования (воссоздания звуковой оболочки оригинального слова при помощи алфавита языка перевода [Семененкова, 2018]). Так, в таблице приведены некоторые случаи транскрибирования, представляющие интерес для исследования:

Таблица 16. Использование транскрибирования при переводе

(21) Région de l'Adamaoua	Adamawa Region
(22) Capitale Régionale : Ngaoundéré	Regional capital : Ngaoundere

В примере (21) – использование транскрибирования исключительно ввиду фонетической адаптации имени собственного под фонетическую систему английского языка. Сочетание букв *oi* во французском языке даёт аналогичный букве *w* в английском языке звук. Соответственно, доместикация проявляется именно в выборе переводчика данного преобразования для удобства англоговорящих пользователей: подобная буква смотрится «привычнее».

Второй случай транскрибирования оправдан наличием в оригинальном слове диакритических знаков. В данном случае это «*accent aigu*»,

расположенный над буквой *e*. Подобные диакритические знаки отсутствуют в английской системе правописания, поэтому решение убрать их при переводе сделало лексему более удобной для восприятия, тем самым приблизив перевод текста к читателю.

На лексическом уровне была обнаружена адаптация даты под формат, принятый в английском языке в качестве нормы: если во французском формате дата выглядит так: *le 06 novembre 1982*, то при адаптации её к английскому формату она преобразится и станет выглядеть так: *November 6, 1982*. В рамках данного исследования подобные преобразования выполняются для 25% всех дат, выявленных нами на сайте.

Ещё одним уникальным компонентом доместикации, обнаруженным нами исключительно на сайте ПБ, стала доместикация аббревиатур и поиск их эквивалентов. Доля доместикации при переводе лексики данного типа меньше доли форенизации, однако в таблице 17 приведем некоторые удачные случаи адаптации аббревиатур:

Таблица 17. Поиск эквивалентов аббревиатур

(23) Union National Camerounaise (UNC).	Cameroon National Union (CNU)
(24) Franc de la Communauté financière africaine (FCFA)	CFAF
(25) Le Programme des Nations unies pour le développement (PNUD)	United Nations Development Programme (UNDP)

Лексическо-семантические замены (конкретизация и генерализация), при помощи которых чаще всего реализуется стратегия доместикации на лексическом уровне наравне с модуляцией и экспликацией, нашли отражение в тексте официального сайта ПБ, например:

Таблица 18. Примеры грамматических замен

(26) Le Cameroun compte 240 ethnies	Cameroon has more than 240 tribes
(27) Palais de l'Assemblée Nationale	National Assembly building

В примере (26) лексема *ethnie* (этническая общность, рус.) переводится на английский как *tribe* (племя, англ.). Происходит сужение смысла, которое даёт англоязычному читателю понять, что этническое деление национальных меньшинств Камеруна производится преимущественно по племенам и

общинам, семантика которых заложена в английской лексеме. Генерализация прослеживается в примере (27), причем она имеет не ситуативный характер, а закреплена в английской интерпретации здания парламента республики. Обе лексико-семантические замены подтверждают использование стратегии доместикации.

Рассмотрим наиболее интересные случаи модуляции и экспликации в таблице 19.

Таблица 19. Модуляция и экспликация при переводе сайта Поля Бийи

(28) A l'issue de ses études, il a obtenu les diplômes suivants	From which he obtained the following Academic Qualifications:
(29) Paul BIYA n'échappera pas à ce destin.	Paul Biya would not have been an exception to this rule.

Модуляция в примере (28) основывается на логическом выводе неких «последствий» из лексемы *diplôme*: диплом подразумевает наличие у выпускника определённых компетенций. Следовательно, модуляция в данном случае оправдана.

Пример (29) был обнаружен в биографии ПБ, и не опущение смысла в модуляции, пусть и выведенного логически, сохраняет его политический имидж, конструируемый в оригинальной версии сайта. Если человек (в данном случае – ПБ) «не избежит этой судьбы», то он и не станет исключением из правила. Утверждение переносит данный аспект политического имиджа ПБ из оригинальной версии в её английский перевод, но при этом реализуется стратегия доместикации.

Случай экспликации, являющийся прямым проявлением доместикации, похож на пример (3), описанный в пункте 2.3.1. и также связан с объяснением слова, образованного от французского числительного и употребляемого в аспекте срока исполнения полномочий. Лексема *septennat* (семилетний срок полномочий, рус.) объясняется как *his first seven-year mandat*.

Далее рассмотрим локализацию устойчивых выражений и специфических грамматических структур французского языка, представленную в таблице 20.

Таблица 20. Локализация устойчивых выражений

(29) Le Cameroun compte 240 ethnies, réparties en trois grands groupes	Cameroon has more than 240 tribes
---	--

Употребление глагола *compter* (рус. считать, насчитывать) характерно для текстов из оригинальных французских источников. В данном примере прослеживается, как при его переводе с предложения стирается французская окраска, а на её смену приходит лаконичность английского языка.

При рассмотрении доместикации на уровне предложений отметим, что в текстовом материале сайта президента Камеруна были замечены похожие тенденции, что и на сайте президента Франции. В частности, нашла отражение адаптация французских местоимений, не имеющих аналогов по своему употреблению в английском языке:

Таблица 21. Адаптация французских местоимений *у, ce, on*

(30) Le Chef de l'État y annonce l'avènement du multipartisme	In the book , the Head of State announced the advent of the multiparty system
(31) C'est donc un humaniste qui sort des différents parcours scolaires	He is thus a humanist with different academic backgrounds
(32) On note aussi la pratique de l'Animisme	Animism is also widely practised.

В примере (30) вышеприведённой таблицы видим местоимение *у*, заменяющее косвенное дополнение и в данном контексте выражающее местоположение. Поскольку в английском языке полного аналога подобного местоимения нет, для передачи исходной информации переводчик-локализатор принял решение сохранить ссылку на книгу ПБ, о которой шла речь в данном отрывке.

Пример (31) отражает перевод указательного местоимения, эквивалент которого присутствует в английском языке. Предложение имеет признаки разговорного стиля: наравне с разговорным вводным словом *donc*, описание человека начинается с оборота *c'est* (= *ce est*). Специалист решил не сохранять подобную установку и упростил предложение для восприятия англофонами, заменив указательное местоимение на личное *he*.

Наконец, последний случай представляет интерес для анализа. Если в английской версии интернет-страницы ЭМ наблюдается использование

местоимения *it*, то в примере (32) демонстрируется адаптация безличного местоимения *on*, иногда употребляемого в разговорной речи в качестве эквивалента местоимения *vous*. Один из вариантов замены отсутствующего в английском языке безличного местоимения – безличная конструкция, однако переводчик изменил залог.

Одной из особенностей стратегии доместикации при локализации сайта ПБ становится фрагментарное использование реферативного перевода, применяемое в разделе, дающем полную информацию о Камеруне. Как утверждалось в пункте 2.1, целевая аудитория подобных разделов – туристы, которые потенциально посетят Камерун. Соответственно, информация, представленная в данном блоке, должна быть краткой, существенной и написана с максимальной степенью аттрактивности. Реферативный перевод помогает решить обе задачи: передать суть большого отрывка информации и отойти от оригинального текста, тем самым приблизившись к читателю. Рассмотрим пример (33) в таблице 22, жирным шрифтом – информация, переданная в англоязычной версии сайта:

Таблица 22. Реферативный перевод

<p>(33) C'est le siège de la culture du "Ngondo" grande fête traditionnelle des Sawa (appellation désignant les peuples de l'eau, autochtones de la région). C'est une région propice au tourisme balnéaire. Douala est non seulement le point de chute pour ceux qui visite le Cameroun, mais aussi la zone de concentration des monuments historiques en dehors des visites des chutes d'Ekoum Kam, du lac OSSA et des autres sites naturels de la Région, le visiteur aura aussi à visiter les grandes plantations industrielles du Cameroun.</p>	<p>The 'ngondo' festival is deeply rooted here, and other seaside pastimes abound as the indigenes of this Region celebrate their intimate relation with water. The entry point into the country for most visitors and harbours a lot of historic monuments. Natural attractions such as the waterfalls of Ekoum Kam, lake Ossa and large commercial plantations.</p>
---	---

Данный перевод можно косвенно отнести к транскреации, поскольку текст на английском языке был воссоздан с учётом главной информации оригинального фрагмента. Также стоит отметить, что именно в разделе *Le Cameroun* доля доместикации значительно превышает долю форенизации. Качество данного перевода и ориентация на читателя находятся в прямой

связи со стремлением руководства страны к развитию страны через развитие туризма.

Таким образом, проявления стратегии доместикации в англоязычной версии сайта президента Камеруна прослеживаются на различных уровнях: от фонетического до текстового и включают в себя разнообразные переводческие трансформации: транскрибирование, конкретизацию, генерализацию, модуляцию, экспликацию. Грамматические трансформации также находят отражение и больше направлены на упрощение сложного французского синтаксиса и его адаптацию к более лаконичным английским нормам построения текста и предложения. Как и в материалах официальной интернет-страницы ЭМ, доля доместикации по процентному составу меньше применённой стратегии форенизации, общие тенденции реализации которой на материалах сайтов глав государств будут подробно рассмотрены в следующем пункте настоящей работы.

2.4. Общие подходы к реализации стратегии форенизации при переводе сайтов президентов Франции и Камеруна с французского языка на английский

Стратегия форенизации отражает противоположный доместикации процесс. Рассмотрим проявления форенизации, при которой текст на французском языке никак не адаптируется для лучшего понимания англоязычной аудитории.

Как было отмечено ранее, стратегия форенизации является ведущей при переводе официальных сайтов президентов Франции и Камеруна, и её доля составляет около 70% и 60% соответственно каждого из англоязычных сайтов, рассмотренных в данном исследовании.

Выделим наиболее общие тенденции и проявления форенизации на сайтах обоих президентов. Схожесть тематических разделов и типов текстов,

при переводе которых реализована стратегия форенизации, подтверждает обоснованность подобного решения.

Ключевые переводческие трансформации данной стратегии: транслитерация, языковая трансплантация имён собственных, калькирование, буквальный перевод и отсутствие перевода (No translation).

Форенизация имён собственных чаще всего реализуется путём трансплантации без малейших изменений в их морфемной и фонетической оболочке. Французский и английский языки имеют древнее родство и идентичный алфавит, а различия проявляются исключительно на фонетическом уровне и наличии диакритических знаков. Так, в таблице 23 рассмотрим некоторые примеры трансплантации имён собственных, обнаруженные на обоих сайтах, но реализованные по одной и той же модели:

Таблица 23. Языковая трансплантация имён собственных

(34) M. Éric THIERS	M. Éric THIERS
(35) Mme Nadège CHOUAT	Mrs. Nadège CHOUAT
(36) Dr. Dieudonné MASSI GAMS	Dr. Dieudonné MASSI GAMS

Так, имена собственные с диакритическими знаками, даже несмотря на наличие у них эквивалентов без данного знака (например, имя *Eric*), переносятся в английскую версию без малейших изменений. Предполагаем, что в данном случае отсутствие трансформаций обосновано именно желанием сохранить французский колорит и продемонстрировать принадлежность данных политических деятелей к камерунскому госаппарату, тем самым акцентировав внимание на них как на иностранцах для принимающей аудитории. При этом написание всех фамилий в верхнем регистре не смутило переводчиков, ввиду чего данный аспект был перенесён в английскую версию, что противоречит устоявшимся нормам английского языка: заглавная буква в любой фамилии только первая.

Языковая трансплантация как лексическая трансформация также проявляется при переводе названий организаций и их аббревиатур,

административных институтов, а также воинских званий и чинов государственных служащих. Например:

Таблица 24. Иные случаи языковой трансплантации

(37) Ecole Nationale d'Administration (ENA)	Ecole Nationale d'Administration (ENA)
(38) Le projet LIVE (L'Institut des Vocations pour l'Emploi)	the LIVE (Institute of Vocations for Employment) project.
(39) l'Institut des Hautes Études d'Outre Mer (IHEOM)	l'Institut des Hautes Études d'Outre Mer (IHEOM);
(40) Capitaine de vaisseau	Capitaine de vaisseau

Пример (37) – трансплантация названия образовательного учреждения, в котором учился ПБ. У названия данной школы отсутствует английский эквивалент ввиду того, что она не является учреждением международного уровня. С другой стороны, пример (38) демонстрирует противоположную ситуацию. В этот раз название международной организации переведено, однако выполняется дословный перевод расшифровки акронима с сохранением его в неизменном виде.

Особенно интересен пример (40) – трансплантация воинского звания, имеющего несколько эквивалентов в английском языке. Должность капитана судна имеет как минимум два английских эквивалента: *Shipmaster* и *Captain*, поэтому причины отсутствия её перевода непонятны, и единственным возможным объяснением может стать недостаточный уровень подготовки переводчиков-локализаторов, которые работали над англоязычной версией сайта президента Франции.

Рассмотрим примеры калькирования. Как и буквальный перевод, они являются самыми частыми преобразованиями при переводе каждого из выбранных для исследования сайтов (см. примеры 41–44 в таблице 25).

Таблица 25. Примеры калькирования

(41) Le 24 avril 2022, Emmanuel MACRON est réélu Président de la République.	On April 24, 2022, Emmanuel MACRON is re-elected President of the Republic.
(42) Découvrez Cocorico, un condensé de bonnes nouvelles et initiatives citoyennes qui font rayonner la France !	Discover Cocorico, a summary of good news and citizen initiatives that make France shine!

(43) Sous la direction du Premier ministre, le Gouvernement détermine et conduit la politique de la Nation.	Under the leadership of the Prime Minister, the Government determines and conducts the nation's policies.
(44) Malgré ces victoires, le Président de la République a toujours choisi de former des gouvernements d'ouverture.	Despite these victories, the President of the Republic has always chosen to form inclusive governments.

Вышеупомянутые примеры показывают, что, как и оболочка некоторых слов, морфемы были заменены на их эквиваленты в английском языке, так и структура всех предложений не была подвержена никаким изменениям: сохраняется залог, повелительное наклонение; подвержены калькированию некоторые глаголы и существительные, а также определённые артикли французского языка были заменены на их аналог в английском. Поскольку буквальный перевод и калькирование в совокупности - ключевые переводческие трансформации при переводе сайтов каждого из президентов, можно предположить, что при переводе их текстовой составляющей был фрагментарно использован машинный перевод без постредактирования, на что указывает неизменная структура большинства предложений, одинаковое расположение запятых и полное копирование оригинального французского синтаксиса, чьи ключевые правила и негласные нормы отличаются от английских (например, нормы по количеству грамматических основ в одном предложении и его длины, расположения причастных оборотов и приложений и т.д.).

В рамках настоящего исследования считаем нужным провести синтез информации и выделить наиболее общие подходы к использованию стратегии форенизации в конкретных разделах и объяснить их правомерность с нашей точки зрения.

На каждом из сайтов переводу с использованием стратегии форенизации подлежат все разделы, содержащие нормативные акты, декларации, Конституцию каждой из республик и сведения о полномочиях лиц, замещающих должности в сфере государственного управления, органов

законодательной и исполнительной власти. Учитывая тип текста, его стиль и направленность, использование доместикации и приближение к иностранному читателю недопустимо при репрезентации официальных документов. Конституция – главный закон страны – создана для того, чтобы отражать законодательную основу именно той страны, которой принадлежит. Мы считаем, что буквальный перевод и калькирование текстовой составляющей любых нормативных актов обязательны, поскольку подобные документы отражают юридические основы другого государства, использование доместикации при переводе которых нежелательно: закон другого государства должен оставаться законом другого государства.

Некоторые фрагменты биографии также подлежат переводу в рамках стратегии форенизации. К таким относятся факты в хронологическом порядке, где необходимо передать сущность информации, а не уделять внимание её форме. Подобный подход можно выделить и при характеристике деятельности парламента (см. в таблице 26):

Таблица 26. Случаи буквального перевода

(45) Ces principes étant affirmés, la Constitution camerounaise institue les trois principaux pouvoirs d'Etat: le pouvoir exécutif, le pouvoir législatif et le pouvoir judiciaire.	These principles being affirmed, Cameroon Constitution institutes three principal powers of the State, to wit: Executive, Legislative and Judicial.
(46) Le Parlement Le pouvoir législatif institué par les textes de la Constitution camerounaise est exercée par le Parlement.	The Parliament Legislative power instituted by the Constitution is exercised by the Parliament:
(47) Le Conseil Economique et Social Créé par la Constitution (Article 54), le Conseil Economique et Social est régi par la loi N° 86/009 du 5 juillet 1986.	Economic and Social Council Created by the Constitution (Section 54), the Economic and Social Council is governed by Law N° 86/009 of 5th July 1986.

В материалах такого типа также считаем обоснованным использование форенизации с целью точной передачи функций палаты парламента. Юридические тексты наполнены важными институциональными мелочами, ввиду чего реализация стратегии доместикации может привести к утрате важных смыслов и деталей.

Считаем, что при переводе сайтов глав государств использование стратегии форенизации является наиболее предпочтительным вариантом. Глава государства – лицо нации, а официальный сайт – его цифровое отображение. Использование стратегии форенизации позволяет сохранить уникальность страны, неповторимый образ государства и его лидера, и не приближать его к читателю, полностью domesticiруя.

Таким образом, стратегия форенизации является ведущей при переводе официальных интернет-страниц президентов Франции и Камеруна и реализуется при помощи таких переводческих трансформаций как языковая трансплантация, калькирование и буквальный перевод. Чаще всего форенизации обоснованно подвергаются юридические документы: нормативные акты, соглашения, договоры, а также отрывки из Конституции президентов Франции и Камеруна наравне с информацией, раскрывающей полномочия органов государственной власти. В ходе исследования выявлены случаи отсутствия перевода некоторых воинских званий при наличии их эквивалентов в лексическом фонде английского языка. Аббревиатуры также переводятся в рамках стратегии форенизации, приём зачастую акроним остаётся неизменным при переводе расшифровки аббревиатуры. Все вышеперечисленное исчерпывающе характеризует стратегию форенизации, заключающуюся в максимальном сохранении авторской оболочки и смысла текста.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

В данной главе настоящего исследования представлен анализ текстового материала официальных сайтов президентов Франции и Камеруна общим объёмом 100 страниц битекстового материала формата А4. Приведена его краткая характеристика, в ходе которой выявлено, что сайты президентов Франции и Камеруна, выбранные для анализа, были созданы уже в XXI столетии, в 2007 и 2013 годах соответственно.

Каждый сайт представляет собой совокупность большого количества разделов, отображающих тексты различного характера и стиля. В рамках анализа материала удалось определить, что на сайте присутствуют тексты пяти типов: юридические, публицистические, новостные, биографические, а также тексты административных регламентов, регулирующие функции и полномочия государственного аппарата. На сайте президента Франции присутствует новостной блок, расписание Эммануэля Макрона на текущий день в режиме реального времени, биография лидера и его супруги, информация о символах Франции, отрывках из Конституции и биография бывших президентов. Кроме того, только на сайте Елисейского дворца предоставляется возможность совершить онлайн-экскурсию по резиденции президента, а также задать ему вопрос через форму обратной связи.

Официальный сайт президента Камеруна был создан с применением гораздо меньших визуальных эффектов, а его структура гораздо проще структуры сайта его французского коллеги. В текстовом материале были обнаружены указанные ранее пять типов текстов, к которым стоит добавить большое количество статистических данных, касающихся географического положения Камеруна и развёрнутой информации о каждом из регионов. Текстовый материал сайта президента Камеруна представлен в большем объёме и также включает биографию президента Камеруна Поля Бийи, его супруги, бывшего лидера республики Ахмаду Ахиджо, информацию об

активности королевской четы в организациях мирового и локального масштаба, направления политической мысли, программы развития во всех сферах общественной жизни, информацию для потенциальных инвесторов, огромное количество фото и видео материалов наравне с текстами официальных писем.

В рамках оригинальной версии сайтов глав государств происходит формирование определённого политического имиджа Эммануэля Макрона и Поля Бийи. Президента Пятой Республики представляют, как лидера, прошедшего большой карьерный путь, прежде чем занять пост главы государства. Создатели сайта акцентируют внимание на готовности Эммануэля Макрона к установлению тесных партнёрских отношений со странами Европы и Центральной Африки, подчёркивается стремление лидера Франции наладить обстановку внутри страны путём её развития. Наконец, обращения президента к общественности в формате коротких информативных видео, а также презентации в них проблем и возможностей их решений показывают, что президент заинтересован в решении глобальных и локальных проблем.

Политический имидж Поля Бийи конструируется иными способами, хотя аспекты международного сотрудничества и открытости для общения с гражданами также выносятся на первый план. Президент Камеруна отметил свой 90й день рождения, и его репрезентация как человека, ведущего здоровый образ жизни и родившегося ещё в период колониальной эпохи страны, вносят вклад в восприятие его образа гражданами. В своей работе Поль Бийя руководствуется стремлением к свободе, демократии, присутствию различных мнений в государственном аппарате и упразднению монопартизма. Аспект, отличающий его политический имидж от имиджа его французского коллеги основывается на репрезентации позитивного и тёплого отношения народа к своему избраннику: на любом официальном мероприятии граждане тепло приветствуют его и называют своим «Великим лидером». На основании

результатов исследования представляется возможным сделать вывод, что при локализации официальных сайтов глав государств их политический имидж умело сохраняется в англоязычной версии и не искажается.

Реализация стратегии доместикации была обнаружена лишь в 30% текстового материала сайта президента Франции и 40% материала сайта президента Камеруна, однако данная переводческая стратегия характеризуется наибольшим количеством переводческих трансформаций, реализованных на всех уровнях в системе языка: от фонетического до грамматического.

В рамках реализации доместикации на основе текстового материала официального сайта Эммануэля Макрона на лексическом уровне проводится доместикация безэквивалентной французской лексики, слов латинского происхождения, закрепившихся исключительно во французском языке, путём экспликации, адаптация устойчивых выражений путём поиска и смысловых эквивалентов в лексическом фонде английского языка и замены притяжательных местоимений на существительные в притяжательном падеже.

На грамматическом уровне наблюдается перевод фрагментов французских предложений с использованием английского местоимения *it*, аналог которого отсутствует во французском языке ввиду бинарности категории рода. Помимо прочего, отмечается опущение эмфатических конструкций или же поиск их эквивалентов в английском языке. Наконец, происходит адаптация литературного времени французского языка (*passé simple*) с его оправданной заменой на прошедшее простое в английском языке. В большей степени использование доместикации отражено в разделе, дающем исчерпывающую информацию обо всех государственных символах Франции.

Стратегия доместикации при переводе сайта президента Камеруна прослеживается на фонетическом уровне: производится изменения в оболочке слова с целью адаптации французского слова к фонетической системе английского языка. С подобной целью в некоторых именах собственных в

английской версии сайта отсутствуют диакритические знаки. Способы реализации доместикации в рамках данного сайта включают разнообразные переводческие трансформации: конкретизацию, генерализацию, модуляцию, экспликацию.

Грамматические трансформации также находят отражение в текстовой составляющей локализованной версии сайта и больше направлены на упрощение сложного французского синтаксиса и его адаптацию к более лаконичным английским нормам построения текста и предложения. Опускается французское сослагательное наклонение путём замены структуры предложения или использования начальной формы глагола (свойственно для примеров, где отражена функция целеполагания), адаптируется на французский язык использование безличного местоимения *on* при помощи грамматической замены залога или аналоговых безличных конструкций. Наконец, чаще всего случаи доместикации встречаются в текстах из раздела *Le Cameroun*, которые потенциально могут вдохновить туристов на посещение этой страны. Перевод подобных текстов можно считать транскреацией.

Форенизация является ведущей переводческой стратегией, использованной при переводе всех выбранных для исследования официальных сайтов глав-государств. Её доля составила 70% и 60% всего текстового материала сайтов Э. Макрона и П. Бийи соответственно. Общие подходы к реализации стратегии форенизации были успешно синтезированы ввиду идентичности условия её применения на сайтах каждого из лидеров. В рамках стратегии «сближения с автором» было отмечено использование таких переводческих трансформаций как языковая трансплантация, калькирование и буквальный перевод.

Применение данной стратегии мы считаем обоснованным. Форенизации подвергаются юридические документы: нормативные акты, соглашения, договоры, а также отрывки из Конституции президентов Франции и Камеруна наравне с информацией, раскрывающей полномочия органов государственной

власти. Однако также было обнаружено отсутствие перевода некоторых воинских званий и организаций международного и местного значения при наличии у них общепризнанных английских эквивалентов, которое считать уместным не представляется возможным.

Особое внимание в рамках настоящего исследования было уделено анализу буквального перевода и конечной структуры интерпретированного текста, которая совпадала до знаков пунктуации, расположения в предложении определённых его членов, а также причастных оборотов и приложений. Ввиду всего вышесказанного нам удаётся предположить, что при создании английской версии сайта Э. Макрона возможно фрагментарное использование машинного перевода.

Мы считаем, что использование стратегии форенизации позволяет сохранить уникальность страны, неповторимый образ государства и его лидера и не приближать его к читателю, ввиду чего domestикация всего текстового материала медиапродуктов подобного рода — наименее предпочтительный вариант.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящей работе рассмотрена специфика перевода сайтов глав государств с французского языка на английский. В качестве материала исследования выступила текстовая составляющая официальных интернет-страниц президентов Франции и Камеруна общим объёмом 100 страниц битекстового материала в формате А4. Цель исследования заключалась в анализе переводческих стратегий в рамках процесса локализации и культурной адаптации официальных сайтов президентов Франции и Камеруна.

В первой главе работы была рассмотрена корреляция понятий «перевод», «локализация» и «адаптация». Было установлено, что если перевод обеспечивает лингвистический компонент локализации, то адаптация реализует коммуникативный эффект и способствует достижению коммуникативной цели перевода, а также делает текст более удобным для восприятия представителями иностранной аудитории.

Далее было рассмотрено понятие «переводческая стратегия». За основу было взято определение, данное Н.К. Гарбовским и характеризующее стратегию перевода как определенную генеральную линию поведения переводчика, стратегию преобразования им исходного текста. В теоретическом материале работы также отражены две переводческие стратегии, находящиеся в бинарной оппозиции: доместикация и форенизация, приближение автора к читателю или отдаление от него путём выдвижения на первый план компонентов иностранной культуры, сохранения культурных ценностей.

На следующем этапе мы рассмотрели сайт как объект лингвистических исследований и выяснили, что может изучаться его структура, отнесение к той или иной классификации, анализ информации, представленной на сайте, и проводится исследование конкретной веб-страницы как особой среды

коммуникации. Было выявлено, что, исходя из типа сайта, фокус в его исследовании смещается на прагматическую установку, характер публикуемой информации, маркетинговых стратегий презентации конкретного продукта и услуги, а также сайта как инструмента создания образа общественных, культурных и политических деятелей. При этом среди основных сложностей, с которыми сталкиваются переводчики при локализации сайтов глав государств обычно выделяют отсутствие достаточного контекста при переводе коротких названий рубрик, перевод имён собственных и работу с безэквивалентной лексикой, следование заданной прагматической установке и изменение порядка следования информации с целью выставления политического деятеля в выгодном свете.

Во второй главе настоящего исследования была дана краткая характеристика практического материала и обозначена его специфика. Были также определены типы текстов, присутствующие в рамках сайтов президентов Франции и Камеруна. Обнаружены тексты пяти типов: юридические, публицистические, новостные, биографические, а также тексты административных регламентов, регулирующие функции и полномочия государственного аппарата.

В рамках оригинальной версии сайтов глав государств происходит формирование определённого политического имиджа Эммануэля Макрона и Поля Бийи, которые строятся на различных аспектах: от лидера, прошедшего большой жизненный и карьерный путь, президента, стремящегося установления и поддержания партнёрских отношений со странами Европы и Африки и попыток наладить обстановку внутри страны путём её развития и привлечения инвесторов до имиджа человека, который руководствуется стремлением к свободе, демократии, стремлением к присутствию различных мнений в государственном аппарате и упразднением монопартизма, а также репрезентации позитивного и тёплого отношения народа к своему избраннику. В рамках исследования было установлено, что политический имидж

Эммануэля Макрона и Поля Бийи сохраняется и в рамках англоязычной версии сайта. Реализация стратегии доместикации была обнаружена в 30 и 40% текстового материала сайтов президентов Франции и Камеруна соответственно, данная переводческая стратегия характеризуется наибольшим количеством переводческих трансформаций, реализованных на всех уровнях в системе языка: от фонетического до текстового.

В рамках реализации доместикации на основе текстового материала исследования на лексическом уровне проводится доместикация безэквивалентной французской лексики, адаптация устойчивых выражений путём поиска их смысловых эквивалентов и замена притяжательных местоимений на существительные в притяжательном падеже путём сохранения дистанции. Выделяются следующие переводческие трансформации: конкретизация, генерализация, модуляция, экспликация. На грамматическом уровне наблюдается перевод фрагментов французских предложений с использованием английского местоимения *it*, а также случаи перевода французского безличного местоимения *on* при помощи безличных конструкций и пассивного залога.

Грамматические трансформации также находят отражение в текстовой составляющей локализованной версии сайта и больше направлены на упрощение сложного французского синтаксиса и его адаптацию к более лаконичным английским нормам построения текста и предложения. Чаще всего доместикация встречается в разделах, где представлены интересные факты о символах Франции и Камеруне как странах, готовых к приёму туристов. Перевод текстов подобного типа можно отнести к транскреации.

Форенизация является ведущей переводческой стратегией, использованной при переводе всех выбранных для исследования официальных сайтов глав-государств. Её доля составила приблизительно 70% текстового материала сайта президента Франции и 60% информационной составляющей интернет-страницы лидера Камеруна Поля Бийи. В рамках

стратегии «сближения с автором» было отмечено использование таких переводческих трансформаций как языковая трансплантация, калькирование и буквальный перевод.

Преобладание данной переводческой стратегии мы считаем полностью обоснованным. В частности, форенизации подвергаются юридические документы: нормативные акты, соглашения, договоры, а также отрывки из Конституции президентов Франции и Камеруна наравне с информацией, раскрывающей полномочия органов государственной власти. Вместе с вышесказанным стоит уточнить, что нами была выдвинута гипотеза об использовании машинного перевода при интерпретации некоторых фрагментов текстового материала сайтов глав государств Франции и Камеруна.

Таким образом, цель работы достигнута. Подход к локализации официальных интернет-страниц глав государств как к академическому материалу сегодня довольно редок, однако каждая исследовательская работа является большим вкладом как в индустрию медиапродуктов, так и в лингвистическую индустрию в целом. Анализ качества и специфики перевода сайтов глав государств может существенно повлиять на будущие проекты не только в области перевода, но и локализации в целом.

Перспективой данного исследования может являться исследование сайтов глав других государств и выделение некоторых общих тенденций, более глубокое рассмотрение общих стратегий репрезентаций политического имиджа и его интерпретации в иноязычных версиях официальных сайтов глав государств.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеева И.С. Введение в переводоведение. СПб., 2012. 368 с.
2. Ахренова Н.А. Теоретические основы интернет-лингвистики // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. Вып. 10. С. 22–26.
3. Бархударов Л.С. Уровни языковой иерархии в переводе (на материале перевода с английского языка на русский) // Тетради переводчика. 1969. Вып. 6. С. 3–8.
4. Бархударов Л.С. Язык и перевод. М.: Междунар. отношения, 1975. 240 с.
5. Берендеев М.В. Образ и дискурс: к вопросу о дискурсивном характере формирования политических образов // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2011. Вып. 6. С. 91–99.
6. Большой англо-русский и русско-английский словарь Академик [Электронный ресурс]. 2000. URL: https://dic.academic.ru/contents.nsf/eng_rus (дата обращения 27.12.2022).
7. Виноградов В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). М., 2000. 224 с.
8. Воякина Е.Ю. Дискурсивные практики интернет-коммуникации в свете лингвистических исследований: системный обзор. // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. Вып. 11. С. 3469–3479.
9. Гайда Р. Язык программирования и перевод // Вестник Балтийского университета им. И. Канта. 2016. Вып. 1. С. 42–48.
10. Галинская Т.Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестник ОГУ. 2013. Вып. 11(160) С. 91–94.
11. Гарбовский Н.К. Теория перевода. М., 2007. 544 с.
12. Зинкевич О.В. Локализация как процесс лингвистической трансформации структуры и содержания динамического текста // Известия

Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2018. Вып. 3 (111). С. 135–136.

13. Карманова Т.И. Проблемы перевода в международном маркетинге // Молодой учёный. 2014. Вып. 11 (70). С. 207–209.

14. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учебник. Москва: Высш. шк., 1990. 253 с.

15. Комиссаров В.Н. Новые тенденции в переводоведении // Информационно-коммуникативные аспекты перевода. 1997. Вып. 1. С.62–77.

16. Комиссаров В.Н. Общая теория перевода: учеб. пособие. М., 1999. 136 с.

17. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение: учеб. пособие. М.: ЭТС, 2002. 424 с.

18. Лайфхаки по SEO-продвижению // Справочный интернет-портал по SEO-оптимизации и продвижению сайтов под авторством Кирилла Рамиреса [Электронный ресурс]. 2007. URL: https://altblog.ru/vidy_sajtov/ (дата обращения: 20.01.2023).

19. Латышев Л.К. Перевод проблемы теории, практики и методики преподавания. М., 1988. 160 с.

20. Мерлян С.Е. Локализация как разновидность переводческой деятельности // Коммуникативные аспекты языка и культуры: сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых, г. Томск, 21-23 мая 2014 г.: в 3 ч. Томск, 2014. Ч. 1. С. 241–247.

21. Морослин П.В. Язык интернета как объект лингвистических исследований // Russian Journal of Linguistics. 2009. Вып. 3. С. 10–17.

22. Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь. М., 2003. 320 с.

23. Пырсигов А.С. Локализация программного обеспечения в аспекте лингвистики и переводоведения // Коммуникативные аспекты языка и

культуры: сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых. Томск: Изд-во ТПУ, 2014. С. 207–215.

24. Сальникова Н.М. Индустрия компьютерных видеоигр как один из новейших сегментов рынка аудиовизуальной продукции в России // М.: Вестник ГУУ. 2014. Вып. 5. С. 12–17.

25. Семененкова И.Е. Применение транскрибирования и транслитерации при переводе // Идеи. Поиски. Решения: сборник статей и тезисов XI Международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов. 2017. Вып. 5. С. 52–55.

26. Станиславский А.Р. Адаптация и перевод: языковое посредничество // Гуманитарные научные исследования. 2015. Вып. 8 (48). С. 28–36.

27. Стрельницкая Е.В. Эмотивность и перевод (особенности языковой передачи эмоций при художественном переводе с английского языка на русский): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. М, 2010. 265 с.

28. Субботин М. Гипертекст: новая форма письменной коммуникации. М., 1994. 157 с.

29. Терехова А.А. Особенности локализации видеоигры «RAID: Shadow legends» с английского языка на французский // Siberia_Lingua. 2022. Вып. 2. С. 78–91.

30. Чистова Е.В. Теоретический статус межъязыковой локализации как особого вида переводческой деятельности // Культура и текст. 2020. Вып. 3. С. 161–175.

31. Швейцер А.Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты. М.: Наука, 1988. 215 с.

32. Шелестюк Е.В., Гриценко Э.Д. О форенизации и доместикации в переводе и возможностях их лингвистической оценки // Вестник Челябинского государственного университета. 2016. Вып. 4 (386). С. 202–207.

33. Шерешевский Л.А. Особенности локализации программного обеспечения на примере SCADA-системы WinCC // Промышленные АСУ и контроллеры. 2004. Вып. 7. С. 34–38.
34. Шурлина О.В. Трудности локализации как лингвокультурной адаптации текстов программного обеспечения // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2013. Вып. 1. С. 83–87.
35. Якунина В.Г., Шевченко Е.В. Лингвоиндустрия, локализация и перевод // Наука без границ. 2017. Вып. 6 (11). С. 16–20.
36. About GALA // Официальный сайт корпорации Globalization and Localization Association [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://www.gala-global.org/about/about-gala> (дата обращения: 16.01.2022).
37. Costales A.F. Exploring Translation Strategies in Video Game Localization // Universidad de Oviedo (Spain). 2012. P. 390–404.
38. Crystal D. Internet Linguistics: A Student Guide. Routledge; Taylor & Francis Group, 2011. 192 p.
39. Esselink Bert. A Practical Guide to Localization. John Benjamins Publishing, 2000. 488 p.
40. Gouadec D. Translation as a profession. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins Publishing Co., 2007. 416 p.
41. Malenova E.D. Creative Practices in Translation of Transmedia Projects // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. 2018. Vol. 11. P. 775–786.
42. Newmark P. A Textbook of Translation. New York: Prentice Hall, 1988. 311 p.
43. O'Hagan M. Video games as a new domain for translation research: From translating text to translating experience [Электронный ресурс]. 2007. URL: https://www.academia.edu/3696713/Video_games_as_a_new (дата обращения: 26.12.2022).

44. Sdobnikov, V.V. Translation vs localization: what's the difference? // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. 2018. Вып. 11(9). P. 1487–1498.


45. Venuti L. The Translator's Invisibility: A History of Translation. London, 1995. 324 p.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Elysée // Официальный сайт президента Франции [Электронный ресурс]. 2007. URL: <https://www.elysee.fr/> (дата обращения: 01.03.2023).
2. Republique du Cameroun. Présidence de la République // Официальный сайт президента Камеруна [Электронный ресурс]. 2013. URL: <https://www.prc.cm/fr/> (дата обращения: 01.03.2023).

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских и романских языков и прикладной лингвистики

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
 О.В. Магировская
« 22 » июне 2023 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

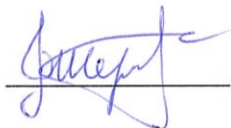
**СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА САЙТОВ ГЛАВ ГОСУДАРСТВ
С ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК
(НА МАТЕРИАЛЕ ОФИЦИАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-СТРАНИЦ
ПРЕЗИДЕНТОВ ФРАНЦИИ И КАМЕРУНА)**

Научный руководитель



канд. филол. наук,
доц. Е.Ч. Дахалаева

Выпускник



А.А. Терехова

Нормоконтролер



А.А. Струзик

Красноярск 2023