



*Филологические науки*

**УДК 81.25**

**В.Д. Муравьев**

**Муравьев Всеволод Дмитриевич**, студент 5 курса группы ЛР-17 информационно-библиотечного факультета Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: [aliens-mans@mail.ru](mailto:aliens-mans@mail.ru)

Научный руководитель: **Тихонова Светлана Александровна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского и иностранных языков и литературы Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: [svetd@bk.ru](mailto:svetd@bk.ru)

### **К ПРОБЛЕМЕ ЭКВИВАЛЕНТНОСТИ, АДАПТАЦИИ И ЛОКАЛИЗАЦИИ В ПЕРЕВОДЕ**

В данной статье рассматриваются понятия эквивалентности, адаптации и локализации при межъязыковом переводе, так как именно они обеспечивают соответствие текста перевода тексту оригинала. Автор обращается к целям и специфике адаптации текста перевода, а также причинам появления нового вида перевода – локализации, связанным с переходом к цифровой медиакommunikации. В статье подчеркивается, что новые реалии переводческой деятельности приводят к отказу от универсальности теории и стратегий перевода.

**Ключевые слова:** адаптация, эквивалентность, локализация, перевод, межъязыковая коммуникация.

**V.D. Muravyev**

**Muravyev Vsevolod Dmitrievich**, 5th year student of LW-17 of information and library faculty of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: aliens-mans@mail.ru

Research supervisor: **Tikhonova Svetlana Alexandrovna**, candidate of philological sciences, associate professor of department of Russian and foreign languages and literature of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: svetd@bk.ru

## **ON THE PROBLEM OF EQUIVALENCE, ADAPTATION AND LOCALIZATION IN TRANSLATION**

This article discusses the concepts of equivalence, adaptation and localization in interlingual translation, since they ensure the correspondence of the translated text to the original text. The author addresses the goals and specifics of the text adaptation, as well as the reasons for the emergence of a new type of translation - localization, associated with the transition to digital media communication. The article emphasizes that the new realities of translation activity lead to the rejection of the universality of the theory and strategies of translation.

**Key words:** adaptation, equivalence, localization, translation, interlingual communication.

В течение практически всей истории перевода понятие эквивалентности в переводе оставалось дискуссионным. Теоретики и практики перевода придерживались то широкого, то узкого понимания этого ключевого для перевода понятия. Однако все они сходятся во мнении, что эквивалентность обеспечивает соответствие текста перевода тексту оригинала. Принимая во внимание не только межъязыковую, но и межкультурную природу переводческой деятельности, возникла

необходимость в адаптации текста перевода к культурным, социальным и другим особенностям адресатов переводных текстов, а также к их фоновым знаниям для полноценного замещения исходного текста в рамках принимающей лингвокультурной общности.

Благодаря одному из центральных понятий переводоведения – понятию эквивалентности, как указывает Энтони Пим [5], перевод становится понятным для представителей разных культур, вступающих в коммуникацию, которая сопряжена с социологическими, миграционными, межкультурными и другими проблемами.

При переводе текстов любого стиля и жанра исключительно важным является убедить, воздействовать на адресата, используя при этом понятный ему язык и социокультурный код, поэтому перевод в основном трактуется как лингвокультурное «средство», делающее возможным межъязыковую коммуникацию. Эти рассуждения приводят к важнейшему вопросу о цели и функциях перевода, которые не раз поднимались в истории перевода. За рубежом функциональный подход к переводу был осуществлен в работах Катарины Райс и Ганса Вермеера [6], предложивших скопос-теорию, согласно которой работа переводчика зависит от таких параметров, устанавливаемых заказчиком, как цель и предполагаемый адресат текста перевода. Позже развитие этой теории было продолжено их преемниками, например, К. Нордом [3]. При решении проблемы соотношения оригинала и перевода представители этой теории указывали, что с учетом определенной цели перевода, его функций и контекста текст перевода может и должен быть адаптирован к адресатам целевой культуры.

Чтобы получить конечный продукт, переводчик должен адаптировать текст перевода с учетом многих факторов, включая определенные культурные различия. В художественном тексте его следует применять умеренно, чтобы не повредить смысловой посыл литературного произведения. Однако нехудожественные тексты адаптируются к получателю в большем масштабе.

В понятие адаптации входит трансформация оригинала, опущение или сокращение какой-либо части текста, выделение информации, которая не была выделена в оригинале, добавление новой информации, замена устаревшей или малопонятной информации на новую, адаптация текстовой контекстуальной информации. Кроме того, как указывает Г.Л. Бастин [2], адаптируя, переводчик может создавать новый глобальный текст, сохраняя при этом только оригинальные идеи или функции. В переводоведческой литературе часто обсуждают локальную и глобальную адаптацию. Выбирая локальную адаптацию, отдельные части исходного текста адаптируются культурно и лингвистически, в то время как глобальная адаптация возникает не из текста, а из необходимости реализации новых текстовых функций, поэтому переводчик может изменить даже весь текст.

Все более широкое использование стратегий адаптации напрямую связано с переходом к цифровой медиакommunikации. По мнению М. О'Хагана и Д. Ашворта [4], цифровая трансформация перевода формирует новую парадигму перевода, которая определяется несколькими факторами: коммуникативным пространством, объектом перевода и изменением метода, ролью переводчика, временем перевода, обратной связью с получателем и т.д.

Большое разнообразие объектов перевода и новая цифровая коммуникативная среда привели не только к качественным изменениям теоретической парадигмы перевода, но и к практическому расширению сферы его действия. Отдельным видом перевода стала локализация. Приводя определение этому понятию, представленному на сайте Международной ассоциации стандартизации в области локализации (The Localization International Standards Association – LISA), согласно которому «локализацией следует считать культурную и лингвистическую адаптацию продукта для той целевой аудитории (страны, региона, языкового ареала), которая будет использовать данный продукт» [1, с. 24], В.Г. Якунина и Е.В. Шевченко указывают на ее сложность и многоаспектность, замечая, что для успешной

локализации, наряду со знаниями и навыками перевода, «необходимо также разбираться в информационных средствах, специфике продукта и региона его распространения» [1, с. 19].

Локализация имеет междисциплинарный характер, объединяя для решения стоящих перед ней проблем переводоведение, лингвистику, кибернетику, информатику, маркетинг и смежные с ними сферы. В теоретических работах в области переводоведения перевод считается основой локализации, то есть «перевод» является гиперонимом, включающим локализацию как гипоним. Отличия локализации от перевода состоят в том, что кроме передачи текстовой информации на другом языке, специалист по локализации должен иметь в своем арсенале компетенции в сфере культурной оценки визуальных и звуковых элементов продукта, а также знать различные стратегии адаптации культурных, религиозных и этических особенностей общества-реципиента.

В связи с расширением объекта перевода сегодня уже нельзя претендовать на единую теорию перевода, универсальные стратегии перевода, которые подходили бы для всех объектов.

Таким образом, новые реалии, в которых функционирует перевод, трансформируют и основополагающее понятие эквивалентности: от формализованной эквивалентности, ориентированной на внешнюю оболочку, до семантически и прагматически многослойной эквивалентности, охватывающей внешние контексты.

### **Список используемой литературы:**

1. Якунина, В. Г. Лингвоиндустрия: локализация и перевод / В. Г. Якунина, Е. В. Шевченко // Наука без границ. – 2017. – №6 (11). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvoindustriya-lokalizatsiya-i-perevod> (дата обращения: 17.04.2022).

2. *Bastin, G. L. Adaptation / G. L. Bastin // M. Baker (ed.). Routledge Encyclopedia of Translation Studies. – London: Routledge. – 2008. – P. 5-8.*

3. *Nord, Ch.* Translation as a Purposeful Activity / Ch. Nord. – Manchester: St. Jerome. – 1997. – 154 p.

4. *O'Hagan, M.* Translation-Mediated Communication in a Digital World. Facing the Challenges of Globalization and Localization / M. O'Hagan, D. Ashworth. – Clevedon: Multilingual Matters Ltd. – 2002. – 171p.

5. *Pym, A.* Exploring Translation Theories / A. Pym. – London and New York: Routledge. – 2010. – 186 p.

6. *Reiß, K.* Grundlegung einer allgemeinen Übersetzungstheorie / K. Reiß, H. J. Vermeer. – Tübingen: Niemeyer. – 1984. – 253 p.