

Перевод важной информации: Локализация, интернационализация и глобализация

Димитра Анастасиу, Райнхард Шелер
Центр локализации следующего поколения,
Центр локализации,
Кафедра компьютерных наук и информационных систем,
Лимерик, Ирландия
{Димитра.Анастасиу, Рейнхард.Шалер}@ul.ie

Краткое содержание: В этой статье рассматриваются глобализация, интернационализация и локализация; эти термины часто используются как взаимозаменяемые, что неверно. Интернационализация является шагом перед локализацией, в то время как глобализация охватывает как интернационализацию, так и локализацию и обычно рассматривается скорее как стратегия, чем задача. В этой статье мы сосредоточимся на одном конкретном аспекте локализации, а именно на влиянии основных усилий по локализации на людей, чьи языки не охвачены, поскольку они не представляют рынок и, таким образом, лишены доступа к жизненно важной информации. Очень часто важная информация для обеспечения здоровья, свободы, образования и финансового благополучия людей не доходит до многих частей мира и доступна только на английском языке. Эта статья повышает осведомленность о неравенстве в отношении цифрового неравенства и описывает гуманитарную цель локализации. Мы представляем некоторые некоммерческие организации и описываем Rosetta Foundation как один из примеров того, как решить проблему цифрового разрыва и проблему информационной бедности, игнорируемую нынешними усилиями по локализации.

1. Введение

Глобализация, интернационализация, локализация и перевод (GILT) — это термины, которые в настоящее время используются очень часто. Границы между ними часто размыты, поскольку многие люди считают локализацию аналогом глобализации на том основании, что первая «предположительно» основана на местной аудитории, а вторая — на глобальной аудитории или рынке.

В этой статье мы рассмотрим различия между локализацией, интернационализацией и глобализацией (раздел 2), а затем опишем в разделе 3 основные характеристики сочетания языка и культуры, называемого *локаль*. В разделе 4 особое внимание уделяется необходимости локализации, основное внимание уделяется здравоохранению и дается введение в некоторые некоммерческие организации.

Локализация не должна рассматриваться только глазами компаний, занимающихся локализацией, как процесс увеличения доходов от международных продаж, но также и как рука помощи для людей, которые имеют ограниченный доступ к цифровому контенту или вообще не имеют его вообще. Отсутствие важной информации и доступа будет описано в разделе 5, а Фонд Розетта, который предлагает решения проблемы информационной бедности, будет описан в подразделе 5.1. Мы завершаем эту статью подведением итогов в разделе 6.

2. Локализация, интернационализация, глобализация

В этом разделе мы определяем термины, включенные в GILT, и иллюстрируем их характеристики и основные различия.

Перевод — это передача текста с источника на целевой язык; текст повсюду: в законах, новостях, научных диссертациях, руководствах пользователя, рекламе и т. д.; список бесконечен. Кроме того, этот текст часто сопровождается картинками, анимацией, логотипами, диаграммами и другими визуальными эффектами. Мы часто видим, что эти визуальные эффекты меняются, когда их переносят на

целевой язык (TL). Именно это в принципе и означает локализация: она выходит за рамки перевода и адаптирует исходный контент к культуре того места, где будет использоваться переведенный текст (так называемый локаль – см. раздел 3).

После цифровой революции 1970–1980-х годов текст стал частью цифрового контента. Цифровой контент, помимо текста, содержит также аудио, видео, изображения и программное обеспечение. Программное обеспечение включает веб-сайты, программы или видеоигры и, таким образом, реализует графику, анимацию и многие другие виджеты. Текст, включенный в программное обеспечение, должен быть переведен на TL, а визуальная часть программного обеспечения должна быть локализована в соответствии с предпочтениями локали. Локализация часто рассматривается как «высокотехнологичный перевод», поскольку в дополнение к строгому переводу локализация затрагивает нетекстовые компоненты продуктов или услуг. Эсселинк (2000) ссылается на другие задачи, включенные в локализацию, помимо перевода, такие как управление проектами, разработка программного обеспечения, тестирование и настольные издательские системы.

Ассоциация отраслевых стандартов локализации (LISA), которая имеет корпоративных клиентов и предоставляет бизнес-руководства и стандарты многоязычного управления информацией, определяет локализацию следующим образом:

*«Локализация предполагает адаптацию любого аспекта продукта или услуги, которая необходима для продажи или использования продукта на другом рынке».*²

Мы видим, что это определение фокусируется на использовании и продаже продуктов на отдельных рынках. Теперь дадим определение локализации Шелером (2007), который помимо продуктов уделяет внимание цифровому контенту в целом:

«[Локализация — это] языковая и культурная адаптация цифрового контента к требованиям и региону зарубежного рынка, а также предоставление услуг и технологий для управления многоязычием в глобальном цифровом информационном потоке». Шелер (2007: 157)

В вышеупомянутом определении мы отмечаем, среди прочего, аспекты многоязычия и цифрового глобального информационного потока. Эти аспекты связывают местные сообщества и зарубежные рынки с глобальными, и эта связь достигается посредством многоязычных веб-сайтов, программного обеспечения и информации в целом.

Что касается интернационализации, то она происходит на стадии разработки продукта. Согласно Шелеру (2003: 79), «интернационализация — это изоляция лингвистических и культурных данных, благодаря чему локализация выполняется просто и дешево». LISA определяет интернационализацию как «процесс обеспечения локализации продукта на техническом уровне».³

Другими словами, интернационализация предшествует локализации. LISA утверждает, что, как правило, локализация продукта занимает в два раза больше времени и стоит в два раза дороже, если он не интернационализирован должным образом.⁴ Что касается вовлеченных людей, разработчики программного обеспечения — это люди, которые в основном участвуют в процессе интернационализации.

Объединив два вышеупомянутых процесса, локализацию и интернационализацию, мы приходим к глобализации. Глобализация превращает местные или региональные явления в глобальные. По мнению Вигерлинга (2004: 2), «глобализация как глобальная интеграция рынков и учет местной идентичности могут существовать бок о бок». Глобализация часто является синонимом экономической глобализации, хотя ее можно определить по-разному. ЛИЗА

¹<http://www.lisa.org/> , 20.10.2009

²<http://www.lisa.org/Localization.61.0.html> , 20.10.2009

³<http://www.lisa.org/Internationalization.58.0.html> , 20.10.2009

⁴<http://www.lisa.org/Internationalization.58.0.html> , 20.10.2009

описывает глобализацию как «глобальный цикл разработки продукта, где интернационализация включает этапы планирования и подготовки продукта, а локализация — фактическую адаптацию продукта для конкретного рынка»⁵. Таким образом, глобализация не является аналогом ни локализации, ни интернационализации, а является общим зонтиком, который охватывает их обоих; это «отраслевой стандарт» модели глобализации. Однако модель глобализации Microsoft отличается тем, что термины интернационализация и глобализация заменяются⁶.

Здесь мы хотели бы обратиться к термину под названием «глокализация», слово-портмоне, обозначающее глобализацию и локализацию. «Глокализация» — это неологизм, означающий сочетание интенсивного локального и обширного глобального взаимодействия (Wellmann, 2003: 13). Он утверждает, что «глокальность» демонстрирует способность человека преодолевать масштабы (от местного к глобальному) и помогать преодолевать «коробочное» мышление. Кроме того, он описывает, что глокализация создает новые социальные потребности, поскольку существует потребность в большем количестве желаемых ресурсов, а также финансового капитала, человеческого капитала, организационного капитала и культурного капитала. К такому сетевому капиталу относится фонд людей, предоставляющих информацию, знания, материальную и финансовую помощь, эмоциональную поддержку и так далее. Сетевые люди, пытаясь сохранить отношения с друзьями или семьей, узнают и учатся, как это сделать, т.е. с помощью каких сайтов и т. д.

Изобразим теперь основные различия между терминами «локализация», «интернационализация» и «глобализация» в виде таблицы (см. табл. 1). Мы различаем их, в частности, по их определению, вовлеченности людей и стадии выполнения.

	<i>Интернационализация</i>	<i>Локализация</i>	<i>Глобализация</i>
<i>Определение</i>	Функционален в любом языке и содержание (лингвистический и культурные данные) отделен от функциональность	Адаптация Продукция и Услуги, и цифровой контент к культурно-лингвистический рынок	Стратегия вывод продукта или услуги на глобальный рынок, включающий продажи и маркетинг
<i>Люди</i>	Разработчики программного обеспечения, продюсеры и авторы цифровых содержание	Переводчики, корректоры, инженеры-программисты, Менеджеры проекта, тестировщики, издатели	Маркетинг и продажи персонал
<i>Этап</i>	Развитие и дизайн цифрового продукта (контента) или обслуживание (обязательное условие за локализацию)	Перевод и адаптация текста, пользовательский интерфейс и культурные конвенции	Доведение до продать интернационализированный и локализованный продукт или услуга

Таблица 1. Различия между интернационализацией, локализацией и глобализацией

Сотрудничество между теми, кто участвует в процессе локализации, имеет жизненно важное значение. Возьмем, к примеру, разработчиков программного обеспечения. Они выигрывают от издателей программного обеспечения, поскольку они не хотят брать на себя риск огромного первоначального производства и хотят поддерживать низкую стоимость. Отношения между клиентами и поставщиками должны быть открытыми, честными, и они должны постоянно давать друг другу обратную связь. Если люди сотрудничают должным образом, то преимущество получают все, и результат будет желаемым.

⁵<http://www.lisa.org/What-Is-Globalization.48.0.html> , 20.10.09

⁶http://www.google.de/url?sa=t&source=web&ct=res&cd=3&ved=0CBIQFjAC&url=http%3A%2F%2Flocalizationlocalisation.wordpress.com%2F2009%2F04%2F08%2Fthat-comes-first-globalization-or-internationalization%2F&ei=aLztSuzfIM37_AbBycCTDw&usq=AFQjCNFSjiV3rLojYXltBCQvVmmALULri_A и <http://msdn.microsoft.com/en-us/qoglobal/bb688112.aspx> , 20.10.09

Теперь нам хотелось бы провести дальнейшее различие между обычной (иначе называемой основной) и необычной локализацией. Первый руководствуется соображениями краткосрочных продаж и рентабельности инвестиций (ROI) и имеет одномерную функцию глобализации, сосредоточенную на экономических аспектах глобализации, игнорируя при этом социальные, культурные и политические аспекты. Локализаторы работают в основном с проприетарными файлами, поэтому отношения между клиентами и поставщиками являются односторонними, тесными и защищенными. Обычную локализацию трудно поддерживать в долгосрочной перспективе, поскольку собственный контент и технологии приведут к дорогостоящим и политически и культурно неприемлемым монополиям.

Напротив, необычная локализация обусловлена подрывными инновациями и выполняет многомерную функцию глобализации. Разработчики контента и поставщики инструментов продвигают открытые стандарты, такие как Creative Commons для контента и OASIS.7-основанные стандарты для технологий. Разработчики контента и поставщики услуг становятся независимыми от инструментов и поставщиков инструментов, контент, лингвистические ресурсы и технологии становятся широко доступными, а сообщество может легко участвовать в проектах посредством краудсорсинга и платформ на базе сообществ, что приводит к росту экономической активности и более широкому доступу к цифровой информации и знанию. Краудсорсинг — это неологизм, обозначающий принятие задачи, традиционно выполняемой сотрудником или подрядчиком, и передачу ее неопределенной, как правило, большой группе людей или сообществу в форме открытого конкурса (см. Howe, 2008). Отношения между партнерами являются открытыми, и существуют возможности участия сообщества, а не только профессионального оплачиваемого субподрядчика. «Каскадная» цепочка создания стоимости сокращается, а посредники заменяются открытыми платформами и обменом цифровым контентом. Сотрудничество в необычной локализации становится не просто возможным, но и доступным, поскольку монополии, как и в массовой локализации, больше не участвуют.

3. Локаль

«Одна страна, один язык, одна культура» было распространенным девизом много лет назад, но сейчас мы можем встретить его лишь изредка, особенно в исторических вопросах. Сегодня мы предпочитаем девиз Asia Online⁷ компании, которая гласит: «Мир говорит на одном языке – вашем», подразумевая, что каждый язык должен проникать во все аспекты жизни, повсюду в мире, и Интернет является эффективным средством достижения этого.

Как уже упоминалось, локаль — это сочетание языка и культуры, в котором используется и продается локализованный цифровой контент, продукты и услуги. Ни язык, ни культура сами по себе не могут сформировать локаль. На одном языке могут говорить более чем в одной стране, а это означает, что в одной стране существует много разных языков. Более того, в одной и той же стране может существовать несколько разных культур. Возьмем, к примеру, греческий язык. На греческом языке говорят не только в Греции, но и в странах, где находятся греческие иммигранты. Это означает, что у нас нет греческого локаля или греческого языка, а есть австралийско-греческий локаль или немецко-греческий локаль, и это лишь некоторые из них. И греческий язык, и культура находятся под влиянием местных австралийских и немецких языков и культуры.

В разных регионах существуют языковые, культурные и технические различия. Хотя на английском языке говорят и в Великобритании, и в США, различия в написании существуют по обе стороны Атлантического океана. Возьмем, к примеру, британское написание слова «локализация», которое в США означает «локализация».

Адаптация цветов, значков и графики к целевому продукту или услуге необходима, чтобы не обидеть местную аудиторию и не преувеличить ситуацию. Примером культурной неадаптации является «Бен и Джерри». *Черно-подпалый* мороженое, которое представило и быстро удалило этот вкус с ирландского рынка в 2006 году, принося извинения своим ирландским покупателям. *Черно-подпалый* в США означает смесь Guinness и сливок; в Ирландии, однако *Черный* и

⁷<http://www.oasis-open.org/home/index.php> , 20.10.09

⁸<http://www.asiaonline.net/Default.aspx> , 20.10.09

Загар— это название особой жестокой армии вторжения, оккупировавшей страну в начале 20-го века.йвек.

Языковой стандарт определяет региональные соглашения, которые представляют собой форматы данных, даты (полные и сокращенные названия дней недели и месяцев), числовые форматы (символы разделителя тысяч и десятичной точки), время (индикаторы 12-часового времени) и символы валюты.⁹ Чтобы проиллюстрировать, насколько важны стандарты измерения, «Гимли Планер» — это самолет Боинг 767, у которого в 1983 году закончилось топливо в середине полета из-за двух ошибок при расчете запаса топлива первого самолета авиакомпании, использовавшего метрическую систему мер. измерения.

Уэйд (2009) поддерживает локаль одного из них, что является очень вдохновляющей и развивающейся идеей. Согласно этой идее, каждый человек в данном регионе уникален и имеет особые потребности, предпочтения и компетенции. По словам Уэйда (2009: 27), «представление адаптированного контента может улучшить работу пользователя как с точки зрения простоты понимания контента, так и с точки зрения простоты применения информации при выполнении пользовательских задач». Мы определенно согласны с тем, что локаль является хранилищем общих потребностей и предпочтений пользователей, но мы твердо верим в исследования, направленные на поддержку существующих уникальных менталитетов внутри локали.

4. Необходимость локализации

Потребность в локализации сегодня огромна со всех сторон, поскольку она приносит пользу отраслям, клиентам и правительству, да и просто всем. Что еще более важно, во многих случаях локализация спасает жизни в странах, где люди имеют ограниченный или вообще не имеют доступа к жизненно важной информации на своем родном языке.

С одной стороны, у отраслей есть потребность в локализации, поскольку их продукция должна продаваться по всему миру. Прибыль намного больше, когда продукт адаптирован к потребностям и предпочтениям региона. С другой стороны, покупателям будет легче купить продукт, если веб-сайт и руководство пользователя продукта будут на их родном языке, просто в качестве примера. Веб-сайты должны быть не только многоязычными, но и интересными, привлекательными и адаптированными к предпочтениям пользователей целевого региона; другими словами, они должны быть персонализированы.

Помимо лингвистических проблем, за необходимостью локализации стоят также физические и технологические проблемы. Что касается физических проблем, автомобили, продаваемые в Австралии, Великобритании, Ирландии, Индии, Японии и большей части южной Африки, должны располагать рулевое колесо с правой стороны автомобиля, в то время как во всех остальных частях автомобиля руль должен находиться с правой стороны. мир, руль находится с левой стороны. Кроме того, в некоторых странах различаются уровни мощности в вольтах, например, для электрооборудования, продаваемого в США и Канаде, требуется напряжение 120 В, в большей части Японии требуется только 100 В, а в большинстве стран остального мира используется напряжение 220 или 230 В. мощность вольт. Другой пример — различные раскладки клавиатуры компьютера. Что касается технических вопросов, то поддержка некоторых местных языков может потребовать дополнительных инженерных работ. Кодировка символов и интернационализация в целом очень важны, например, для языков Восточной Азии. Языки, на которых пишется справа налево, такие как арабский и иврит, следует принимать во внимание, а не игнорировать.

На более высоком уровне правительства также получают преимущества от локализации. В частности, Коалиция социальных предприятий в Великобритании очень твердо отстаивает свое видение локализованной политической среды, поддерживающей процветающие и сплоченные сообщества.¹⁰ Государственная программа локализации включает, среди прочего, более широкое участие сообщества, гибкость и организационную ориентацию на пользователей.

⁹http://publib.boulder.ibm.com/infocenter/wbihelp/v6rxmx/index.jsp?topic=/com.ibm.wics_developer.doc/doc/a ccess_dev/access_dev141.htm , 20.10.2009

¹⁰<http://www.dta.org.uk/activities/campaigns/communityenterprise/localisation.htm> , 20.10.09

4.1 Здравоохранение

Теперь мы сосредоточимся на насущной необходимости локализации в областях, как географических, так и доменных, которые в настоящее время игнорируются основными направлениями локализации. Например, таблички, предупреждающие детей в Афганистане о минах, написаны только на английском языке, языке, чуждом детям, играющим в этих местах. В здравоохранении важная информация, от описания лекарств до инструкций по эксплуатации медицинского оборудования, просто недоступна на достаточном количестве языков. Во многих странах иностранные медицинские работники должны устно переводить хирургические руководства, чтобы их могли понять местные медицинские бригады. Более того, информация о предотвращении передачи ВИЧ от матери ребенку недоступна на многих местных языках. Очень часто молодые сельские матери не имеют доступа к рекомендациям по здоровью и питанию на своем языке, поэтому они не могут бороться с недоеданием у своих детей. По словам бывшего директора ЮНИСЕФ¹¹, Джеймс Грант, сегодня два миллиарда человек не имеют доступа к здравоохранению. В результате ежегодно умирают 17 миллионов человек, и 80% этих предотвратимых смертей происходят из-за отсутствия доступа к медицинской информации.

Более того, в 2008 году было объявлено, что в период с 1999 по 2006 год во французской больнице около 5500 пациентов получили передозировку; 715 человек получили «опасные дозы» и пятеро умерли.¹² Отчет Управления ядерной безопасности Франции¹³ частично обвинил в передозировке французских технических специалистов, которые неправильно откалибровали лучевое оборудование при работе с непереуверенными английскими руководствами для операторов.¹⁴

Эти цифры показывают, насколько огромна потребность в локализации, независимо от соображений краткосрочной окупаемости инвестиций. Например, некоторые из самых известных и успешных в мире некоммерческих организаций, которые предоставляют доступ к медицинской помощи тем, кто в ней больше всего нуждается, имеют лишь ограниченные средства для оплаты основных коммерческих услуг по локализации и остро нуждаются в услуге, которая Вместо этого он основан на социальном предпринимательстве, ставя людей выше прибыли:

- Врачи без границ/Врачи без границ (MSF)¹⁵: международная медицинская гуманитарная организация, работающая более чем в 60 странах. Он получил Нобелевскую премию мира 1999 года;
- Фармацевты без границ (PSF)¹⁶: желает помочь нуждающемуся населению организовать свои медицинские сети распределения и обеспечить правильное управление основными лекарствами;
- проект скважины¹⁷: некоммерческая корпорация, задуманная, разработанная и управляемая ВИЧ-положительными женщинами и теми, кто пострадал от этого заболевания;
- Международный Гандикап¹⁸: работает примерно в 60 странах мира, чтобы улучшить жизнь людей с ограниченными возможностями; он был одним из лауреатов Нобелевской премии мира 1997 года;

-Мировая передача информации¹⁹ Inc.: некоммерческая, неправительственная организация. организация с общим консультативным статусом при Организации Объединенных Наций, пропагандирующая гигиену окружающей среды и грамотность.

¹¹<http://www.unicef.org/> , 20.10.09

¹²Заявление министра здравоохранения Франции Розлин Башело, опубликованное агентством AFP от 22 апреля 2008 г.

¹³<http://www.french-nuclear-safety.fr/> , 20.10.09

¹⁴Итоговый отчет Управления ядерной безопасности Франции (ASN) http://rpop.iaea.org/RPOP/RPoP/Content/Documents/Whitepapers/rapport_IGAS-ASN.pdf

¹⁵<http://www.doctorswithoutborders.org/> , 20.10.2009

¹⁶<http://www.psfcanda.org/en/index.html> , 20.10.2009

¹⁷<http://www.thewellproject.org> , 20.10.2009

¹⁸<http://www.handicap-international.org.uk/> , 20.10.2009

¹⁹<http://www.worldinfo.org/> , 20.10.2009

Благодаря деятельности этих организаций люди могут выжить и жить лучше. В качестве примера можно привести: число людей в Мозамбике, получающих антиретровирусное лечение (лекарство, спасающее жизнь людям, живущим с ВИЧ и СПИДом), составило 86 000 к концу 2007 года по сравнению с 8 000 в 2004 году.²⁰

Примечательно, что значительная часть письменного и устного перевода осуществляется на местах и не контролируется центральной администрацией некоторых неправительственных организаций.

5. Локализация против цифрового неравенства и информационной бедности

В настоящее время многие из нас часто очень расстраиваются, если мы не можем общаться, скачать любимое видео или поделиться своими фотографиями – и это в течение нескольких минут, поскольку подключение к Интернету медленное или веб-страница, с которой нам нужна информация, в настоящее время не работает. Это разочарование из-за «плохого» соединения существует только в западных странах и некоторых других частях мира, поскольку в большинстве частей мира вообще нет подключения к Интернету.

Некоторые языки называются языками меньшинств, хотя на них говорят миллионы людей, но они не получили распространения в Интернете, в отличие от некоторых других языков, которые без большого количества носителей добились большого присутствия в Интернете, например норвежского. Процент пользователей Интернета по языкам можно найти на веб-сайте Internet World Stats.²¹ Английский является основным языком в Интернете: его используют 464 миллиона пользователей, за ним следуют 321 японский и 131 испанский. В первом квартале 2009 года насчитывалось 1 596 270 108 пользователей Интернета. Что касается испанского языка, Интернетом пользуются 132 963 613 человек, говорящих по-испански. Из примерно 411 631 985 жителей мира, говорящих по-испански, только 32,3% пользуются Интернетом. Примечательно, что за последние восемь лет (2000-2009 гг.) количество испаноязычных пользователей Интернета выросло на 631,3%. В те же годы рост Интернета для английского языка составляет 237,2%, а для китайского почти в 4,5 раза выше – 1018,7%. Еще один факт, сообщил Китайский информационный центр сети Интернет.²² заключается в том, что пользователей Интернета в Китае (338 миллионов) на 30 миллионов больше, чем общая численность населения США.

Однако Интернет — это лишь часть цифрового мира, и хотя Интернет растет, во многих странах по-прежнему отсутствуют соответствующие технологии. Для доступа в Интернет необходимы ПК, а они недоступны во многих «развивающихся» и бедных странах; затем, на более высоком уровне, доступ к Интернету предоставляется только тем, у кого есть деньги, чтобы заплатить за него. У многих людей даже нет телефонной связи: половина населения никогда не звонила по телефону – только 3% из 80% всего населения имеют телефонную связь.

Это приводит к цифровому разрыву, т.е. разрыву между людьми, имеющими эффективный доступ к цифровым и информационным технологиям, и теми, у кого доступ очень ограничен или вообще отсутствует; Глобальный цифровой разрыв означает различия в доступе к технологиям между странами или всем миром. Отсутствие технологий обычно приводит к недостатку полезной информации и знаний. Пол, доход, расовые группы и местоположение — вот некоторые из классификационных категорий цифрового разрыва.

Существует достаточное количество ассоциаций, фондов и благотворительных организаций, которые помогают людям выживать, переводя жизненно важную информацию, жить лучше после лечения болезней, а также преодолевать цифровой разрыв, давая возможность изолированным сообществам ознакомиться с технологиями и цифровым миром. .

После того, как мы упомянули некоторые важные организации, помогающие здравоохранению, мы хотели бы представить еще одну некоммерческую организацию — Институт специалистов по локализации.²³ (TILP), представительный орган профессионалов в области локализации. Его основной целью является развитие профессиональной практики в области локализации во всем мире. TILP принадлежит ее членам

²⁰www.irishaid.gov.ie , 20.10.2009

²¹<http://www.internetworldstats.com/stats7.htm> , 20.10.2009

²²<http://www.cnnic.org.cn/en/index/index.htm> , 20.10.2009

²³www.tilponline.org , 20.10.2009

и зарегистрирован в Ирландии. Он предлагает сертифицированную профессиональную программу локализации (CLP) и является ориентиром на глобальном уровне для индустрии локализации и тех, кому нужна информация о ней. TILP тесно сотрудничает с компаниями по локализации, государственными ведомствами и агентствами, исследователями и студентами, а также средствами массовой информации и международными консалтинговыми фирмами.

Фонд Розетты²⁴ — еще одна некоммерческая организация, зарегистрированная в Ирландии, целью которой является борьба с другим типом глобальной бедности — отсутствием доступа к базовой информации о здравоохранении, образовании и других основных услугах. Фонд Розетта стремится сделать информацию доступной для людей во всем мире, независимо от их уровня дохода, культурного происхождения и языка.

Фонд Rosetta был запущен на выставке AGIS 2009.²⁵ в Университете Лимерика в течение трех дней 21 сентября.ул.до 23р-д. На AGIS 2009 было много презентаций и дискуссий об информационной бедности и о том, как эту проблему можно решить с помощью необычных усилий по локализации. Президентом Фонда Розетты является Райнхард Шелер, а вице-президентами — Смит Юэлл и Джон Папайоанну. Фонд Rosetta Foundation является дочерним предприятием, поддерживаемым Университетом Лимерика и Центром локализации следующего поколения.²⁶(CNGL) проект. Он получает значительную поддержку от поставщика услуг локализации Welocalize.²⁷

Мы уже упоминали, что доступ к информации может спасти жизни, сохранить свободу людей и поддержать их образование и финансовое благополучие. Локализация (или ее отсутствие) может стать решающим фактором между процветанием и бедностью, свободой и пленом и, в конечном итоге, жизнью и смертью. Фонд Розетта борется с информационной бедностью, предоставляя доступ к информации на любом языке. Компания хочет сделать это возможным путем разработки и внедрения платформы интеллектуального перевода и локализации с открытым исходным кодом и будет использовать «Globalsight».²⁸, систему управления переводами компании Welocalize, в качестве опорной. Эта платформа будет доступна сообществу переводчиков и локализаторов.

Смит Юэлл, исполнительный директор Welocalize и член правления The Rosetta Foundation, назвал The Rosetta Foundation «похвальной, широкомасштабной инициативой, которая помогает распространить преимущества переводческой индустрии на людей, которые больше всего в них нуждаются».

Фонд Розетта работает с теми, кто хочет обеспечить равный доступ к информации на разных языках, независимо от экономических или рыночных соображений, включая компании по локализации и переводу, разработчиков технологий, некоммерческие и неправительственные организации. Один из партнеров — «Переводчики без границ».²⁹ который был создан в 1993 году переводческой компанией «Eurotexte» для предоставления бесплатных переводов гуманитарным организациям. Лори Тик — соосновательница организаций «Eurotexte» и «Переводчики без границ». Андре АГ³⁰, ПРОМТ³¹ и алхимия³² также являются важными партнерами The Rosetta Foundation. Они наняли администратора, работающего неполный рабочий день, и пожертвовали фонду значительные технологии. Еще одним сторонником Фонда Розетта является Asia Online. Asia Online предоставляет The Rosetta Foundation свою инновационную технологию программного обеспечения для автоматического перевода, основанную на технологии статистического машинного перевода (SMT). К 2012 году половина всех пользователей Интернета будет выходцами из Азии, однако информация на их родном языке будет составлять менее 14% Интернета; таким образом, Asia Online стремится устранить информационную бедность на многих развивающихся рынках.

²⁴<http://www.therosettafoundation.org/> , 20.10.2009

²⁵<http://www.agis09.org/> , 20.10.2009

²⁶www.cngl.ie , 20.10.2009

²⁷<http://www.welocalize.com/english/index.aspx> , 20.10.2009

²⁸<http://www.globalsight.com/> , 20.10.2009

²⁹<http://tsf.eurotexte.fr/index-en.shtml> , 20.10.2009

³⁰<http://www.andrae-ag.de/EN/index.htm> , 20.10.2009

³¹<http://www.promt.com/> , 20.10.2009

³²<http://www.alchemysoftware.ie/index.html> , 20.10.2009

6. Резюме

Мы начали эту статью с различия между глобализацией, интернационализацией, локализацией и переводом. Локализацию можно рассматривать как «высокотехнологичный» перевод, поскольку он переносит не только текстовые элементы, но и любой тип цифрового контента на целевой язык или *локаль*. Интернационализация предшествует локализации, поскольку продукт легко локализуется. Глобализация фокусируется на стратегии вывода продукта или услуги на целевые рынки и связана с бизнес-процессами и моделями.

Мы описали значение *локаль* и объяснил его лингвистические, культурные и технические характеристики. Написание, цвета и правила измерения — вот некоторые из этих характеристик. Локализация помогает предприятиям увеличить свои доходы за счет продажи своей продукции в большем количестве стран и большему количеству клиентов за счет языковой и культурной адаптации этой продукции.

Однако сегодня основные усилия по локализации сосредотачиваются на прибыльных рынках и игнорируют тех, кто больше всего нуждается в доступе к знаниям и информации. Многие люди умирают из-за того, что важная медицинская информация не переводится на их язык. «Врачи без границ» — одна из некоммерческих организаций, помогающих нуждающимся людям; «Переводчики без границ» — некоммерческая организация, переводящая множество документов для «Врачей без границ». Чтобы эти организации могли расширить свои услуги и сделать жизненно важную информацию доступной на большем количестве языков, им необходим доступ к более совершенным технологиям и лингвистическим ресурсам.

Фонд Rosetta, дочернее предприятие Исследовательского центра локализации в Университете Лимерика, Ирландия, и CNGL, крупная исследовательская инициатива, поддерживаемая правительством Ирландии, стремятся создать основу для поддержки неправительственных организаций (НПО) в жизненно важная информация о здравоохранении, доступная людям во всем мире, независимо от их социального статуса, языкового, культурного или религиозного происхождения и географического положения. Рейнхард Шелер (2009: 11), основатель The Rosetta Foundation, объясняет: «Наша инициатива по разработке платформы перевода и локализации с открытым исходным кодом на базе GlobalSight расширит узкую направленность нынешней основной локализации и приблизит цифровой мир к три четверти населения мира, которые в настоящее время не имеют к нему доступа».

Борьба с бедностью – непростая задача, она требует много времени и должна быть экономически эффективной. Однако не может быть лучшей награды за любую выполненную работу, чем помощь людям в выживании. Локализаторы могут помочь людям реализовать свое право на здоровье, образование, воду и медицинское обслуживание, обеспечить безопасность от насилия и положить конец крайним проявлениям дискриминации и неравенства. Информация и знания в этих областях уже широко доступны, но не на тех языках, на которых говорят те, кто больше всего нуждается в доступе к ней. Благотворительные организации и социальное предпринимательство в области локализации и перевода, платформы с открытым исходным кодом и волонтеры, желающие заниматься гуманитарным переводом, смогут положить конец глобальной информационной бедности.

7. Благодарности

Это исследование поддерживается Научным фондом Ирландии (грант 07/CE/I1142) в рамках Центра локализации следующего поколения при Университете Лимерика.

³³«Термин гуманитарный перевод охватывает широкий спектр деятельности. Он может описать помощь и ее причины на языке, понятном международному сообществу — средствам массовой информации или донорским организациям. Или это может быть частью самой помощи, как, например, необходимость медицинского работника общаться с пациентом, которого он или она лечит» (Thicke, 2002).

Рекомендации

Эсселинк, Б. (2000), *Практическое руководство по локализации*, Амстердам: Бенджаминс.

Хоу, Дж. (2008), *Краудсорсинг: почему сила толпы определяет будущее Бизнес. Коронный бизнес.*

Шелер Р. (2009 г.), «UL несет информацию миру», в: *Лимерик Лидер*, Сентябрь 16, 11.

Шелер Р. (2007), «Локализация», в: *Энциклопедия переводоведения*, Бейкер, М. и Салданья, Г. (ред.), второе издание, 157–161.

Шелер Р. (2003), «Für einen erfolgreichen Einsatz von Sprachtechnologien im Lokalisierungs-bereich», в: *Форум ЛДВ*, Том 18, Номер 1/2, 2003 г., 78-102. Шелер Р. (2002), «Культурный аспект локализации программного обеспечения», в: *Локализация Фокус*, Том. 1, Выпуск 2.

Тик Л. (2002), «Гуманитарное лицо перевода», в: *Многоязычный*, Том. 13, выпуск 4, 34-36.

Уэйд, В. (2009), «Поддержка одного региона», в: *Материалы XIV конференции LRC, Локализация в облаке*, 27.

Веллман Б. (2002), «Маленькие коробочки, глокализация и сетевой индивидуализм», в: *Цифровой Города II* под редакцией Макото Танабе, Питера ван ден Бесселаара и Тору Исиды. Берлин: Springer-Verlag, 2002, 11–25.

Вигерлинг, К. (2004 г.), «Локализация против глобализации – требования и реальность мобильных и Контекстно-зависимые приложения Интернета», в: *Международный центр информационной этики (ICIE)*, Том 2, 1-7.