

Н. Л. Шамне¹, О. Е. Шеповский²

(^{1, 2}Волгоградский государственный университет, г. Волгоград, Россия)

Лингвистически и экстралингвистически обусловленные преобразования при локализации мультимедийной продукции

Исследуются лингвистические и экстралингвистические аспекты процесса локализации мультимедийной продукции, включая аудиовизуальные материалы и веб-контент. Процесс локализации рассматривается как комплексный, требующий учета не только языковых, но и культурных, технических и визуальных особенностей целевой аудитории. Предложена классификация переводческих преобразований, разделяющая их на лингвистически и экстралингвистически обусловленные. На примере локализации сериала «Шерлок» и веб-сайтов «Booking.com» и «GetYourGuide» показаны ключевые типы трансформаций, такие как грамматическая и лексическая адаптация, временная и фонетическая синхронизация, а также лингвокультурная адаптация. Результаты исследования демонстрируют, что лингвистические преобразования, особенно адаптация лексического аппарата, играют ведущую роль в локализации, тогда как степень влияния экстралингвистически обусловленных преобразований зависит от типа локализуемого продукта.

Ключевые слова: перевод, локализация, переводческие трансформации, мультимедийная продукция, мультимодальный текст, аудиовизуальный текст, веб-контент.

28 апреля 2025 г.