УДК 81'25

DOI 10.47388/2072-3490/lunn2022-57-1-59-77

ПЕРЕВОД VS ЛОКАЛИЗАЦИЯ: ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКАЯ ДИХОТОМИЯ ИЛИ ЕСТЕСТВЕННАЯ ИНТЕГРАЦИЯ?

Е. Д. Малёнова

Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского,
Омск, Россия

В статье рассматривается взаимодействие и взаимовлияние двух ключевых понятий современной отрасли лингвистических услуг: перевода и локализации. Автор исследует сущность явления локализации через призму его восприятия различными группами стейкхолдеров, активно вовлеченных в процессы, происходящие на глобальном рынке лингвистических услуг. Актуальность проблемы определения локализации и его соответственности с современным пониманием перевода обуславливается активным развитием отрасли локализации, возросшим интересом к изучению локализации со стороны представителей академического сообщества и связанной с этим необходимостью уточнения данного понятия. Цель статьи — выделить подходы к пониманию локализации, принятые в отрасли и современном научном сообществе, занимающемся исследованиями в сфере теории и практики перевода, а также обозначить собственную исследовательскую позицию. Для достижения данной цели автор проводит комплексный анализ (1) определений локализации, приведенных в документах глобальных некоммерческих профессиональных организаций, объединяющих специалистов в области локализации; (2) трактовок сущности локализации, предлагаемых представителями российской и зарубежной переводческой отрасли; (3) подходов к изучению понятий перевода и локализации, отраженных в трудах российских и зарубежных переводоведов. Материалами исследования послужили руководства по локализации и уставные документы организаций *LISA* и *GALA*, информация с сайтов крупных зарубежных и отечественных компаний, предлагающих услуги перевода и локализации, а также монографии и научные статьи ведущих российских и зарубежных лингвистов, интересующихся вопросами соотношения понятий перевода и локализации. В заключении выделяются три основные парадигмы, определяющие границы перевода и локализации: лингвистическая, культурная и технологическая, — а также обосновывается необходимость использования комплексного интегративного подхода к изучению сущности взаимосвязи явлений перевода и локализации, обусловленная развитием соответствующих направлений, связанных с оказанием лингвистических услуг, сочетающих переводческую и технологическую составляющие. Кроме того, в заключении сформулированы дальнейшие перспективы исследования перевода и локализации.

Ключевые слова: перевод; локализация; интернационализация; поставщик лингвистических услуг; веб-локализация; аудиовизуальный перевод.

Цитирование: Малёнова Е. Д. Перевод vs локализация: терминологическая дихотомия или естественная интеграция? // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2022. Вып. 1 (57). С. 59–77.

DOI: 10.47388/2072-3490/lunn2022-57-1-59-77.

Translation vs Localization: Terminological Dichotomy or Natural Integration?

Evgeniya D. Malenova

F. M. Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russia

The article explores the interaction and mutual influence of two key concepts of the modern LSP industry: translation and localization. The author goes into the depths of the essence of localization and explores it through the prism of its perception by various groups of stakeholders involved. The urgency of defining localization and identifying its correlation with the modern understanding of translation can be explained by the active development of the localization industry, the increased interest in the study of localization on the part of representatives of the academia, and the related need to clarify this concept. The initial goal is to highlight the approaches to understanding localization adopted by the industry and the modern translation studies (TS), as well as to identify the author's own research standpoint. The author carries out a comprehensive analysis of (1) localization definitions given by global non-profit professional localization organizations; (2) interpretations of the essence of localization proposed by Russian and foreign LSPs; (3) approaches to the concepts of translation and localization reflected in the works of translation scholars. The materials include localization manuals of LISA and GALA, information from the websites of large foreign and domestic LSPs, monographs and articles by leading Russian and foreign TS-scholars. In conclusion, the author identifies three main paradigms that define the boundaries of translation and localization: linguistic, cultural and technological; and justifies the necessity of using a comprehensive integrative approach to the study of the essence of the relationship between the phenomena of translation and localization. In addition, further prospects for the study of translation and localization are formulated.

Key words: translation; localization; internationalization; language services provider (LSP); web-localization; audiovisual translation.

Citation: Malenova, Evgeniya D. (2022) Translation vs Localization: Terminological Dichotomy or Natural Integration? *LUNN Bulletin*, 1 (57), 59–77. DOI: 10.47388/2072-3490/lunn2022-57-1-59-77.

*If I'm selling to you, I speak your language;
if I'm buying dann müssen Sie Deutsch sprechen.*

Вилли Брандт
(Oxford Reference 2021)

1. Введение

Человечество стоит на пороге очередной, четвертой промышленной революции, уникальность которой заключается, помимо всего прочего, в растущей гармонизации и интеграции большого количества различных научных дисциплин, а также в усилении влияния цифровых и информационных технологий на нашу профессиональную и повседневную жизнь. Подобные изменения затрагивают и переводческую отрасль. Все чаще речь идет о диверсификации переводческой профессии, о появлении новых видов работ и услуг, которые имеют непосредственное отношение к перево-

ду, но в классическом понимании переводом, как правило, не являются. По данным ежегодного обзора европейского рынка переводческих услуг за 2020 год, в котором принимали участие представители крупных поставщиков лингвистических услуг (далее *LSP*) и индивидуальные переводчики из 45 стран Европы, наиболее популярными «новыми» услугами, оказываемыми в 2020 году, стали постредактирование машинного перевода, работа с мультимедийными материалами, организация обучающих курсов, мультязычный маркетинг и услуги копирайтинга и транскреации (European Language Industry Survey 2020). В этом перечне можно увидеть явный перевес в сторону работ, связанных непосредственно с цифровизацией переводческой отрасли и ее ориентацией на диверсификацию услуг. К аналогичным выводам пришли и специалисты компании *Nimdzi Insights*, специализирующейся на аналитике глобального рынка лингвистических услуг. По их данным, в тройке наиболее востребованных услуг, предоставляемых представителями топ-100 *LSP* из 25 стран мира, оказались субтитрирование (68,4 %), постредактирование машинного перевода (71,5 %), но абсолютным лидером (97,5 %) стали услуги перевода и локализации (The 2021 Nimdzi 100).

Несмотря на разнообразие видов лингвистических услуг, оказываемых современными *LSP*, международная некоммерческая ассоциация *GALA (Globalization and Localization Association)*, миссией которой является поддержка как отдельных профессионалов, так и целых организаций, работающих на глобальных рынках в области лингвистических технологий и сервисов, выделяет пять ключевых видов лингвистических услуг: письменный перевод, устный перевод (включая сурдоперевод), локализация, глобализация и интернационализация (*GALA 2020*). Для обозначения этих услуг, позволяющих заказчикам продавать и осуществлять поддержку своих цифровых продуктов, международной организацией *LISA (Localization Industry Standards Association)*, до 2011 года объединявшей клиентов и поставщиков услуг в области глобализации и локализации, был предложен акроним *GILT (Globalization, Internationalization, Localization and Translation)*, объединяющий в себе все лингвистические услуги, спрос на которые появился в середине 1990-х годов XX века благодаря глобализации бизнес-процессов, товаров и услуг (*LISA 2003: 6*). В данном контексте под глобализацией понимаются процессы ведения бизнеса в условиях глобальных рынков, под интернационализацией — предварительная техническая обработка цифровых продуктов, призванная облегчить (и существенно удешевить) процессы перевода и локализации. Перевод — «вторая из древнейших профессий», существующая тысячи лет, а вот определение локализации, по признанию К. Данна, «зависит от контекста и точки зре-

ния тех, кто это определение формулирует» (Dunne 2006: 1–4) (здесь и далее перевод мой. — *Е. М.*).

В результате среди различных участников рынка лингвистических услуг, включая заказчиков, поставщиков услуг, разработчиков, специалистов отделов продаж и менеджеров проектов, отсутствует единое понимание сущности локализации, так как оно зависит в первую очередь от профессионального контекста, в котором употребляется данный термин. Несмотря на то что существует довольно обширный пласт работ, посвященных изучению сущности локализации (Esselink 2000; Dunne 2006; Schäler 2010; Bernal-Merino 2013; Jiménez-Crespo 2013; O’Hagan M., Chandler 2016 и др.), а также рекомендации и стандарты ведущих профессиональных организаций (*LISA*, *GALA*), термин «локализация» все еще нуждается в уточнении и конкретизации. Так что же понимается под локализацией как лингвистической услугой? Как понимают локализацию исследователи-переводоведы и представители компаний-*LSP*? Создают ли термины «перевод» и «локализация» эффект терминологической дихотомии или это коррелирующие и взаимопроникающие понятия, которые существуют в состоянии естественной интеграции? Настоящее исследование ставит перед собой цель найти ответы на вышеуказанные вопросы.

2. Материал и методология исследования

Исследование проводилось в несколько этапов. На первом этапе были проанализированы смыслы, вкладываемые в понятия «перевод» и «локализация» крупными международными некоммерческими организациями: *LISA*, прекратившей свое существование по финансовым причинам в 2011, но подготовившей большое количество документов и стандартов в области локализации, которые используются до сих пор, и *GALA*, объединяющей профессионалов в области локализации и занимающейся подготовкой документации и проведением мероприятий в поддержку ведущих мировых практик в области локализации, глобализации и предоставления лингвистических услуг. На втором этапе проводился анализ подходов к определению понятий «перевод» и «локализация», отраженных как в материалах крупных поставщиков программного обеспечения и лингвистических услуг (*Microsoft*, *Lionbridge*, *AllCorrect* и т. п.), так и на сайтах *LSP*, оказывающих услуги в области локализации в качестве дополнительной опции. На третьем этапе исследования были рассмотрены подходы к выявлению сути корреляции явлений перевода и локализации, отраженные в трудах ведущих зарубежных и отечественных переводоведов, рассматривающих как перевод в самом общем смысле (G. Toury, A. Pym, K. Windle, A. B. Ачкасов, В. В. Сдобников), так и проблемы различных видов перевода

(M. A. Bernal-Merino, H. Chandler, F. Chaume, K. J. Dunne, M. A. Jiménez-Crespo, M. O'Hagan, R. Schäler и других). На основе результатов анализа, проведенного по каждой из вышеуказанных групп стейкхолдеров, причастных к вопросам перевода и локализации, были синтезированы три основных подхода к рассмотрению взаимосвязи явлений перевода и локализации и предложена идея применения комплексного интегративного подхода к изучению перевода и локализации, причем применительно к отдельным видам перевода, неотделимым от процесса технологической обработки переводимого контента: перевода интернет-страниц, веб-приложений и программного обеспечения, перевода компьютерных игр, аудиовизуального перевода и т. п.

3. Перевод VS локализация: к постановке исследовательской проблемы

Несмотря на то что локализация является сейчас одной из наиболее популярных услуг, предлагаемых ключевыми игроками на глобальном рынке перевода, само понятие локализации появилось сравнительно недавно. Первые опыты локализации были связаны с необходимостью распространения программного обеспечения для персональных компьютеров, которые стали доступны пользователям в 80-х годах XX века. Так, например, американская компания *Sun Microsystems* вышла на европейские рынки уже в 1983 году, а в 1986 году стала поставлять свои программные продукты на азиатские рынки и в Австралию. *Microsoft* начал свою экспансию за пределы США еще раньше: в 1978 году компания открыла свой первый офис в Японии, а с 1979 года она представлена и в Европе (Esselink 2003: 4). С другой стороны, как утверждает М. Бернал-Мерино, сам термин *localisation* был введен шведским переводоведом и исследователем переводов детской литературы Гёте Клингбергом в 1986 году. Под локализацией он понимал особую технологию перевода, заключающуюся в адаптации культурных контекстов: переименовании героев, изменении места действия, — что позволяло художественному произведению соответствовать реалиям культуры языка перевода (Bernal-Merino 2013: 126). Такое лингвокультурное понимание локализации довольно популярно и по сей день.

Классическое определение локализации дал Берт Эсселинк, в соответствии с которым локализация — процесс лингвистической и культурной адаптации продукта к целевой *locale* (стране / региону и языку), в которой этот продукт будет использоваться и продаваться (Esselink 2000: 3). Основная проблема в данном случае зиждется в понимании того, являются ли лингвистическая и культурная адаптация последовательными и стратегически разделенными процессами или оба вида адаптации представляют

собой два взаимосвязанных элемента одного процесса — перевода. Именно разное понимание сущности перевода приводит к появлению различных подходов представителей *LSP* к определению того, что же такое локализация.

За последние полвека отношение к переводу как к объекту исследования и практической деятельности претерпело существенные изменения. Ранние этапы развития переводоведения характеризовались текстоцентрической ретроспективной парадигмой, которая фокусировалась на проблемах эквивалентности между единицами исходного языка и языка перевода. Активное использование такой научной парадигмы может объясняться тем фактом, что основные теоретические положения переводоведения (в особенности отечественного) «вырабатывались в те годы, когда у нас преобладал перевод художественных текстов» (Петрова 2019: 72). Такой подход давно уступил свои позиции концепциям дескриптивного и функционального переводоведения. Начиная с 1970-х годов, теоретики перевода сконцентрировали свое внимание не столько на исходном тексте, сколько на статусе и функции текста перевода в принимающей культуре. Карта переводоведения Дж. Холмса, выделяющая дескриптивное переводоведение (*DTS — descriptive translation studies*) в отдельное направление чисто теоретического переводоведения, предоставила исследователям перевода бóльшую свободу действий, так как позволяет ориентироваться в своих изысканиях не только на продукт переводческой деятельности (*Product-oriented DTS*), но и на процесс перевода (*Process-oriented DTS*), а также на его функцию (*Function-oriented DTS*), подразумевающую собой изучение не столько текста, сколько контекста: описание функций, которые выполняет перевод в социокультурном контексте реципиента (Holmes 1988: 72–73). Причем, как справедливо заметил впоследствии Г. Тури, функция, процесс и продукт (результат) переводческой деятельности представляют собой отдельные части комплексного целого, и разделение этих частей возможно только из методологических соображений. Таким образом, если мы хотим вникнуть в истинную суть явления перевода, нам необходимо рассматривать все три указанных аспекта в их состоянии взаимозависимости и взаимовлияния (Toury 1995: 11).

Функциональные аспекты перевода активно рассматривались и в рамках скопос-теории К. Райса и Х. Фермеера, согласно которой любое переводческое действие определяется его целью в соответствии с формулой $Trl. = f(sk)$, где f — функция цели (скопоса), соответственно, цель оправдывает средства и является определяющим фактором при принятии переводческого решения (Reiß & Vermeer 2013: 90). Учитывая тот факт, что скопос исходного текста и текста перевода могут не совпадать в силу

лингвокультурных различий целевых аудиторий, получающих тексты на языке оригинала и получающих транслятумы — тексты на языке перевода, перевод нельзя рассматривать как прямую проекцию (*mapping*) текста оригинала в текст перевода, скорее, набор величин X , представленных в тексте оригинала, должен репрезентироваться набором величин Y в тексте перевода (там же 113). В итоге реципиенты транслятума получают продукт (текст), который они могут использовать в соответствующей ситуации и именно так, как им это необходимо (Pym 2010: 45). Таким образом, не исходный язык, а культура в самом широком ее понимании становится тем фактором который определяет профессиональное поведение переводчика и обуславливает избранные варианты переводческих решений. В результате в середине 1990-х годов переводоведение совершило «культурный поворот», так как «переводы никогда не создаются в вакууме и никогда не воспринимаются в вакууме» (Bassnett & Lefevre 1998: 3). Такой подход к переводу вполне оправдывается тем фактом, что текст оригинала, относящийся к любому функциональному стилю, «может быть маркирован культурно- и национально-специфичными элементами, препятствующими достижению в переводе той же реакции со стороны получателей перевода, что вызывает у своих читателей текст оригинала» (Шамилов, Кириллова 2021: 92). Соответственно, вопрос противопоставления лингвистического и культурологического аспектов переводческой деятельности был снят еще 30 лет назад: перевод представляет собой не только лингвистический, но и культурный трансфер текстов на языке оригинала в лингвокультурное пространство языка перевода, так как важность фактора культуры в переводческой деятельности очевидна (Барышев, Сдобников 2020: 19).

В настоящее время мы можем наблюдать новый, коммуникативный поворот в понимании феномена перевода, который позволяет рассматривать перевод не в рамках отдельных языков, тематик или культур, но как процесс межкультурной коммуникации, который не является обычной суммой всех вышеуказанных факторов (Snell-Hornby 2006: 166). Мы не можем отделить культуру от языка, язык от тематики текста, так как именно сплав этих элементов и обуславливает специфику каждого акта коммуникации с использованием перевода. Такой подход к переводу, который В. В. Сдобников называет коммуникативно-функциональным, «основан на положении о включенности переводческого акта в широкий контекст межъязыковой и межкультурной коммуникации, в процесс общения — непосредственный или опосредованный — между автором оригинала и получателем перевода» (Сдобников 2015: 9). Таким образом, переводчик не является «“беспомощным” транскодирующим устройством, поставляя сырой материал “реальным” специалистам или мастерам своего дела»

(Snell-Hornby 2006: 172). Он представляет собой участника процесса межкультурной коммуникации, равноправного субъекта коммуникативной деятельности. Но здесь же М. Снелл-Хорнби замечает, что такое представление о переводчике разделяется отнюдь не всеми стейкхолдерами, заинтересованными в процессе перевода.

Действительно, суть проблемы противопоставления перевода и локализации заключается именно в том, что представителями отрасли локализации перевод до сих пор рассматривается через призму текстоцентрической ретроспективной парадигмы, как «трансформация текста на одном языке в текст на другом языке» (Бархударов 1975: 5). В большинстве случаев представители крупных и мелких компаний, оказывающих услуги в области перевода и локализации, видят перевод как «преобразование слов с одного языка на другой» (Smartling 2021), «передачу текста с одного языка на другой с сохранением эквивалентности значений» (Harris 2021), «пословное преобразование языка» (Протекст 2016). Соответственно, локализация представляется более сложным процессом, требующим больших усилий и большего мастерства, чем перевод, так как связывается с процессом именно культурной адаптации текста, отделяя ее от адаптации лингвистической (собственно перевода). Ниже будут более подробно рассмотрены различные подходы к пониманию локализации, принятые как в профессиональном переводческом сообществе, так и в академической среде, и будут выделены отдельные подходы к пониманию сущности взаимоотношений явлений перевода и локализации.

3.1. Перевод VS локализация с точки зрения глобального профессионального переводческого сообщества

Согласно определению *LISA*, в процессе локализации необходимо обращать внимание на три вида проблем: лингвистические, связанные непосредственно с процессом перевода интерфейса пользователя продукта и сопроводительной документации; культурологические, связанные с необходимостью адаптировать продукт, его функционал и способы презентации информации к требованиям локальных целевых культур; и технические, связанные с внесением изменений в код (в случае локализации программного обеспечения и других цифровых продуктов) или изменением оформления продукта или его упаковки (*LISA* 2003: 13). В данном случае явно видится разделение процессов лингвистической и культурологической обработки текста. Перевод понимается как в чистом виде лингвистический процесс, передача смысла с одного языка на другой, в то время как локализация — процесс адаптации продукта или услуги к требованиям отдельной *locale* (*GALA* 2020). Некоторые представители переводческого бизнеса, как уже было упомянуто выше, считают, что «локализация пере-

вода требует гораздо большего профессионализма, опыта и мастерства, чем обычный перевод текстов с одного языка на другой» (АКМ-ВЕСТ 1999–2018) и «отличается от привычной услуги перевода тем, что учитывает культурные особенности целевого рынка» (Neotech 2021).

С точки зрения поставщиков лингвистических услуг, локализация подразумевает собой более масштабное изменение текста, чем просто перевод с языка на язык, и включает замену цветов, которые в разных культурах могут иметь различные значения, адаптацию элементов паралингвистического сопровождения текста (визуальных элементов, шрифтов и т. п.), пересчет единиц измерения и валют, а также адаптацию продукта к требованиям местного законодательства (Clear Words Translation 2017). Локализация также имеет дело с передачей культурно-обусловленных идиом и реалий, адаптацией размеров страниц и изменением форматов отображения дат и времени (Harris 2021). В контексте локализации поставщики лингвистических услуг говорят о культуризации локализуемого контента, мотивируя необходимость в ней тем, что «для максимального вовлечения аудитории важно не только соблюсти точность перевода на соответствующий язык, но и адаптировать материал с учетом лексической, геополитической, человеческой составляющих» (Ангиря 2021).

Таким образом, подобный редуционистский подход к пониманию взаимоотношений перевода и локализации можно свести к следующим максимам: перевод — конвертация текста на одном языке в текст на другом языке, а локализация — адаптация продукта к требованиям конкретных рынков сбыта (Sprung 2000: x). В результате локализация и культурная адаптация воспринимаются как синонимы, а объектом адаптации становится либо продукт, который адаптируется к языку и культуре конкретного рынка сбыта (Microsoft 2020a), либо контент, который должен быть представлен пользователю в максимально естественной, «нативной» форме (Dynamic Language 2021). Перевод представляется же процессом, не имеющим отношения к культурным различиям, так как «занимает нейтральную позицию по отношению к различным культурам и фокусируется на лингвистической составляющей» (CommLab India 2019) и используется в целях передачи смысла посредством «замены слов одного языка словами другого языка» (Там же). Таким образом, подход к пониманию локализации как культурной адаптации всех элементов цифрового продукта (контента, визуальных и графических компонентов, дат, мер измерения и пр.), подразумевающий четкую отстройку этого понятия от собственно перевода, является наиболее популярным среди поставщиков лингвистических услуг.

С другой стороны, существует мнение, что локализация — совокупность процессов по адаптации программного обеспечения для его распространения на территории какой-либо страны с учетом специфики его использования и совсем не обязательно подразумевает под собой перевод (Киселева 2015). Перевод может являться и порой является одним из ключевых аспектов локализации, но между этими терминами не ставится знак равенства. Так, некоторые *LSP* четко разделяют эти 2 стадии процесса, предлагая услуги исключительно по анализу, переводу и оценке качества перевода программных продуктов, оставляя всю техническую «программную» реализацию команде заказчика (Блиц перевод 2021). Комплексный характер локализации позволяет разместить эту услугу на стыке лингвистики и технологии и признать, что «качественная локализация программного обеспечения может быть выполнена только с привлечением специалистов различной квалификации (переводчиков, редакторов, инженеров, верстальщиков)» (Alba Translating Company 2021). С точки зрения такого «комплексного» подхода к пониманию локализации весь процесс локализации, к примеру компьютерной игры, можно разделить на 3 этапа: собственно перевод, озвучивание и тестирование (Allcorrect Group 2020). В случае локализации программного обеспечения предлагаются следующие этапы: перевод текста, обработка элементов интерфейса (выравнивание и размещение), локализация вспомогательных файлов, включающая переозвучивание звуковых сообщений и перерисовку изображений (Перевод.РУ 2021).

По информации одного из крупнейших в мире производителей цифрового контента и программного обеспечения, компании *Microsoft*, при локализации процессу адаптации подвергаются следующие элементы: текст, макет пользовательского интерфейса, графика и мультимедиа, сочетания клавиш, шрифты, языковые стандарты (формат дат, времени и т. п.), сборка и упаковка программного продукта (Microsoft 2017). Причем работа с текстом подразумевает именно перевод, в который уже «зашита» необходимость культурной адаптации (Microsoft 2020b). Таким образом, в рамках комплексного понимания процесса локализации явно выделяются две взаимосвязанные составляющие: этап перевода и этап технологической обработки текста перевода.

Существует также третье, узкое понимание локализации — как исключительно процесса перевода. В этом случае под локализацией понимается «полный и подробный перевод технической документации, рекламных материалов на иностранный язык с учетом культурных традиций и особенностей менталитета определенной страны» (Монблан. Бюро переводов 2014–2021). В случае подобного подхода к локализации между локали-

защитой и переводом ставится знак равенства, а процессу локализации подвергаются практически все виды узкоспециальных текстов: «узкопрофильная, научная и специфическая литература; сопроводительная документация к экспортируемым товарам; инструкции к производимой продукции; описания товаров и услуг в интернет-магазине; реклама, деловые письма (рассылки); статьи коммерческих и информационных (новостных) сайтов, предполагающих целевую аудиторию из разных стран; договоры и соглашения между компаниями-партнерами, представители которых говорят на разных языках» (АКМ-ВЕСТ 1999–2018). Для обозначения такого вида услуги вводится отдельное понятие языковой локализации, которая «требуется для переводов текстов, понимание которых существенно влияет на результат восприятия их содержания» (Там же).

3.2. Перевод VS локализация с точки зрения лингвистического академического сообщества

В современном академическом сообществе, занимающемся проблемами теоретического осмысления перевода, сформировались два подхода к пониманию локализации. В рамках первого, лингвистического подхода, локализация рассматривается как один из способов перевода и понимается как разработка нескольких версий одной и той же программы на разных языках (Corbolante & Irmeler 2001: 516). Такой подход появился в качестве ответной реакции на столь популярную среди представителей переводческой отрасли идею разделения стадий перевода и культурной адаптации и выделения локализации в особый вид лингвистической деятельности, нечто большее, чем обычный перевод. В. В. Сдобников логично называет такое понимание сути соотношения перевода и локализации наивным, утверждая, что ни один из исследователей не воспримет всерьез идею «выхолостить перевод, лишив его культурной составляющей» (Sdobnikov 2018: 1494).

Действительно, с точки зрения современного функционально-коммуникативного подхода к переводу переводческая деятельность — это процесс, являющийся «фактом принимающей культуры» (Toury 1995: 23), фактор культуры «намертво встроен в структуру переводческой деятельности, неотделим от процесса собственно перевода» (Сдобников 2018). Перевод воспринимается как кросс-культурный процесс, а выбор стратегий и тактик перевода напрямую зависит от культурно-обусловленной коммуникативной ситуации. Поэтому позиция, критикующая выделение локализации в отдельную сущность, порой противопоставляемую переводу, понятна и совершенно обоснована. Культурная адаптация является неотъемлемой частью процесса перевода и разделение этих двух элементов, на котором настаивают некоторые представители переводческой от-

расли, представляется неоправданным и весьма спорным. Интересно, что отраслевой стандарт ISO 17100: 2015 «Услуги по переводу — Требования к услугам по переводу» относит локализацию к дополнительным услугам, предоставляемым *LSP* в рамках оказания переводческих услуг (ISO 17100 2015: 18). Кстати, с точки зрения А. Пима и К. Уиндла, в процессе осуществления перевода в рамках локализации у переводчиков может не возникать необходимости в культурной и прагматической адаптации оригинала, так как на первом этапе локализации — интернационализации — оригинал может быть в принципе лишен каких-либо культурно-обусловленных элементов (Pym & Windle 2011), что лишает локализацию привязки к процессу исключительно лингвокультурной адаптации.

В рамках второго, технологического подхода локализация рассматривается с точки зрения общего технологического процесса, комплекса действий по адаптации программного продукта к нуждам и требованиям отдельной *locale*, а не сводится к переводу текстов компьютерных программ и приложений, выводимых на экран (Bernal-Merino 2013: 127). Важно отметить, что в таком понимании локализация в обязательном порядке включает в себя стадию перевода, которая, в свою очередь, сопровождается большим количеством других процессов (Schäler 2010: 209), причем модели локализации, разработанные крупными коммерческими организациями, включают до 14 этапов, одним из которых является перевод (Hatim, Munday 2004: 321). Таким образом, локализация рассматривается не только с точки зрения лингвистической и культурной адаптации контента, но и как процесс, включающий «предоставление услуг и технологий для управления мультилингвизмом в рамках глобальных цифровых потоков информации» (Shäler 2009: 157).

Таким образом, локализация, рассматриваемая как совокупность процессов, посредством которых цифровой контент или любой другой продукт, созданный в одной *locale* и обладающий специфическими чертами, обусловленными географическим положением, языком и культурой страны-производителя, адаптируется для продажи и использования в другой *locale*. Она включает в себя два основных и взаимосвязанных этапа: (а) перевод контента, оформленного в виде текста, в соответствии с языковыми и прочими имеющими отношение к тексту конвенциями целевой *locale*; (б) адаптацию «нетекстового» контента, а также механизмов запуска, производства и поставки контента или продукта с учетом культурной специфики, технических требований и нормативных требований целевой *locale*. В итоге «локализация представляет собой не отдельные специфические задачи, а совокупность процессов адаптации продукта» (Dunne 2006: 4). Такой комплексный подход к определению сущности локализации коррели-

рует с пониманием данного явления, транслируемым представителями крупных производителей программного обеспечения и цифрового контента, и, на мой взгляд, примиряет сторонников лингвистического и технологического подходов к локализации.

Исследователи отмечают, что в связи с развитием технологий и глобальным распространением сети Интернет термины локализация и *locale* «утрачивают связь с практиками адаптации цифрового контента и используются для обозначения любых практик кросс-национальной и кросс-культурной адаптации и модификации продуктов, бизнес-стратегий и бизнес-процессов» (Ачкасов 2019: 87). О локализации художественных произведений пишет А. С. Волгина (Волгина 2018). Учитывая технологическую обусловленность отдельных видов перевода, как например аудиовизуального перевода, Ф. Чауме отмечает, что термин «локализация» становится гиперонимом к любому термину, обозначающему вид аудиовизуального перевода: дубляж, субтитрирование, закадровое озучивание, субтитрирование для глухих и слабослышащих зрителей, аудиодескрипция, суртитрирование, респикинг и т. п. (Chaume 2019: 103). Это происходит по одной простой причине: сама технология перевода существенно трансформировалась за последние десятилетия, и процесс перевода стал очень тесно завязан с процессами технологической обработки контента. Это не касается использования специализированного программного обеспечения в качестве вспомогательного средства, а, скорее, связано с тем, что переводческие процессы встраиваются в общую технологическую цепочку, пронизывая все виды работ на любом этапе адаптации контента. Это позволяет определить локализацию как «комплексный коммуникативный, когнитивный, лингвистический и технологический процесс, посредством которого интерактивные цифровые тексты модифицируются с целью дальнейшего их использования в иных лингвистических и социокультурных контекстах в соответствии с ожиданиями целевых аудиторий и требованиями инициаторов данного процесса» (Jiménes-Crespo 2013: 20). Данное определение напрямую отражает комплексный подход к пониманию локализации и может стать отправной точкой для нового направления исследований в этой области.

4. Заключение

Проведенный анализ различных подходов к пониманию локализации позволяет сделать вывод о том, что отношение к данному явлению среди поставщиков лингвистических услуг и представителей академической мысли весьма неоднозначное. С одной стороны, локализация понимается как особый вид лингвистической деятельности, нечто большее, чем пере-

вод, связанное с адаптацией текстов, продуктов и услуг к условиям целевой культуры и требующее особых навыков и умений и, соответственно, больших финансовых вложений. С другой стороны, ставится знак равенства между локализацией и переводом на основании того, что переводческая деятельность неотделима от культуры и любой перевод самим своим существованием подразумевает адаптацию текста к принимающей культуре.

В целом можно выделить три основные парадигмы, определяющие границы перевода и локализации: лингвистическую, культурную и технологическую. В рамках лингвистической парадигмы, которой придерживаются представители академического сообщества, локализация рассматривается как понятие, синонимичное переводу, и поэтому избыточное с терминологической точки зрения. В рамках культурной парадигмы, которая принята представителями поставщиков лингвистических услуг, перевод мыслится как трансформация исключительно текстовой составляющей продукта или контента, в то время как локализация — как полная трансформация исходного контента и адаптация значений и смыслов к условиям новой лингвокультуры. В рамках технологической парадигмы локализация представляется совокупностью лингвистических, технологических, юридических и прочих процессов, необходимых для продажи и продвижения продуктов, контента и услуг на зарубежных рынках.

Для выработки универсального подхода к пониманию локализации необходимо в первую очередь понять, с какой целью производители цифровых продуктов, компьютерных игр, аудиовизуального и прочего контента прибегают к процессу локализации. По мнению Дж. Юнкера, исследователя веб-локализации, «цель локализации — не ввести в заблуждение пользователей, которые могут подумать, что ваша компания — это местная компания, но показать пользователям, что вы понимаете их специфические потребности и желания» (Yunker 2003: 18). О'Хаган и Чандлер также придерживаются аналогичной точки зрения, называя целью локализации компьютерной игры создание интерактивной развлекательной среды, разработанной с целью привлечь и увлечь игроков (O'Hagan & Chandler 2016: 318). Примат функциональности текста перевода над верностью оригиналу роднит локализацию с аудиовизуальным переводом (Chaume 2018: 95), цель которого — обеспечить зрителю комфортный просмотр аудиовизуального произведения на родном языке.

В результате напрашивается вывод о том, что цель локализации — не создание добавленной стоимости в процессе оказания услуг перевода, а обеспечение конечного пользователя продукта или получателя контента возможностью получить уникальный опыт, эмоции и впечатления в рамках

собственной лингвокультуры. Имеет смысл рассматривать локализацию с точки зрения комплексного интегративного подхода, объединяющего лингвистическую, культурную и технологическую составляющие, как совокупность процессов обработки цифрового (и не только) контента с целью обеспечить доступ пользователей (читателей, зрителей) к этому контенту и возможность получения аналогичного когнитивного, культурного, игрового и эмоционального опыта независимо от того, представителями какого лингвокультурного сообщества они являются. Это специфический вид деятельности, сочетающий переводческую и технологическую составляющие и выполняемый междисциплинарной командой специалистов, включающей переводчиков, редакторов, корректоров, инженеров-программистов, субтитровщиков, режиссеров дубляжа, специалистов в области международного права и прочих профессионалов в зависимости от специфики локализуемого контента и целевой *locale*.

В свете предлагаемого комплексного подхода снимается основной исследовательский вопрос, поставленный в самом начале статьи. Термины «перевод» и «локализация» не создают эффекта терминологической дихотомии, ибо не являются взаимоисключающими или конфликтующими понятиями. Напротив, они существуют в состоянии естественной интеграции, так как локализация немыслима без перевода, но подразумевает под собой более сложный и комплексный процесс лингвистической и технологической обработки исходного материала для последующего его погружения в принимающую культуру. Дальнейшее исследование локализации применительно к различным видам контента: компьютерным играм, аудиовизуальным произведениям, веб-сайтам, цифровым продуктам и так далее — представляет собой обширное поле для междисциплинарных изысканий, что позволит еще глубже проникнуть в суть взаимоотношений понятий перевода и локализации и окончательно заменить сокращение «vs», использованное в названии статьи, на любой другой знак, означающий взаимную интеграцию и не подразумевающий противостояния и внутреннего противоречия.

Список литературы / References

- Ачкасов А. В. Англоязычная терминология локализации // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2019. № 194. С. 80–88. [Achkasov, Andrei V. (2019) *Angloyazychnaya terminologiya lokalizatsii* (The English-Language Localisation Terminology). *Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*, 194, 80–88. (In Russian)].
- Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). М.: «Междунар. отношения», 1975. [Barkhudarov, Leonid S. (1975) *Yazyk i perevod* (*Voprosy obshchei i chastnoi teorii perevoda*) (Language & Translation (The Issues of

- General and Special Translation Theory)). Moscow: Mezhdunar. otnosheniya. (In Russian)].
- Барышев Н. В., Сдобников В. В. Культурный код в аспекте переводческой деятельности // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2020. Спецвыпуск. С. 18–31. [Baryshev, Nikolay V., & Sdobnikov, Vadim V. (2020) Kulturnyi kod v aspekte perevodcheskoi deyatel'nosti (The Cultural Code in Terms of Translation Activity). *LUNN Bulletin*, Special issue, 18–31. (In Russian)].
- Волгина А. С. Локализация художественного текста в ситуации внутриязыкового перевода // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2018. Вып. 41. С. 11–20. [Volgina, Arina S. (2018) Lokalizatsiya khudozhestvennogo teksta v situatsii vnutriyazykovogo perevoda (Localization of Fictional Text in the Situation of Intralingual Translation). *LUNN Bulletin*, 41, 11–20. (In Russian)].
- Киселева А. Локализация без перевода для Adobe [Электронный ресурс] // Транслинк. Центр знаний. 2015. URL: <https://www.t-link.ru/about/extra/articles/1875/>. (дата обращения: 10.11.2021). [Kiseleva, Anna. (2015) Lokalizatsiya bez perevoda dlya Adobe (Localization without Translation for Adobe) (2021, November 10). *Translink. Tsentr znaniy* (Translink. Knowledge Center). Retrieved from <https://www.t-link.ru/about/extra/articles/1875/>. (In Russian)].
- Локализация [Электронный ресурс] // Монблан. Бюро переводов. URL: <https://montblanc.msk.ru/lokalizatsiya/> (дата обращения: 10.11.2021). [Lokalizatsiya (Localization) (2021, November 10). *Monblan. Byuro perevodov* (Monblan. Translating company). Retrieved from <https://montblanc.msk.ru/lokalizatsiya/>. (In Russian)].
- Локализация [Электронный ресурс] // Перевод.РУ. URL: <https://www.perewod.ru/additional-services/localization/> (дата обращения: 10.11.2021). [Lokalizatsiya (Localization) (2021, November 10). *PerevodRU*. Retrieved from <https://www.perewod.ru/additional-services/localization/>. (In Russian)].
- Локализация // Neotech. 2021. URL: <https://neotech.ru/services/lokalizatsiya/> (дата обращения: 10.11.2021). [Lokalizatsiya (Localization) (2021, November 10). *Neotech*. Retrieved from <https://neotech.ru/services/lokalizatsiya/>. (In Russian)].
- Локализация видео, постпродакшн [Электронный ресурс] // Ангира. Бюро переводов. URL: <https://www.angira.ru/ru/service/biznesu/lokalizacia/localizacia-video-postprodaction/> (дата обращения: 10.11.2021). [Lokalizatsiya video, postprodakshn (Video Localization. Post Production) (2021, November 10). *Angira. Byuro perevodov* (Angira. Translating company). Retrieved from <https://www.angira.ru/ru/service/biznesu/lokalizacia/localizacia-video-postprodaction/>. (In Russian)].
- Локализация перевода [Электронный ресурс] // АКМ-ВЕСТ. Бюро переводов. URL: <https://akmw.ru/lokalizacziya.html> (дата обращения: 10.11.2021). [Lokalizatsiya perevoda (Localization of Translation) (2021, November 10). *AKM-VEST. Byuro perevodov* (AKM-VES. Translating company). Retrieved from <https://akmw.ru/lokalizacziya.html>. (In Russian)].
- Локализация, 7 шагов к успеху [Электронный ресурс] // Allcorrect Group. 2020. URL: <https://allcorrectgames.ru/insights/localization-seven-steps-to-success/> (дата обращения: 10.11.2021). [Lokalizatsiya, 7 shagov k uspekhu (Localization. 7 Steps to Suc-

- cess) (2021, November 10). *Allcorrect Group*. Retrieved from <https://allcorrectgames.ru/insights/localization-seven-steps-to-success/>. (In Russian)].
- Локализация (русификация) программного обеспечения [Электронный ресурс] // Alba Translating Company. 2021. URL: <https://www.alba-translating.ru/ru/ru/translation/localization.html> (дата обращения: 10.11.2021). [Lokalizatsiya (rusifikatsiya) programmogo obespecheniya (Localization of Software) (2021, November 10). *Alba Translating Company*. Retrieved from <https://www.alba-translating.ru/ru/ru/translation/localization.html>. (In Russian)].
- Перевод и локализация. В чем разница? [Электронный ресурс] // Протекст. 2016. URL: <https://protect.su/pro/perevod-i-lokalizatsiya-v-chem-raznitsa/> (дата обращения: 10.11.2021). [Perevod i lokalizatsiya. V chem raznitsa? (Translation and Localization. What's the Difference?) (2021, November 10). *Protekst*. Retrieved from <https://protect.su/pro/perevod-i-lokalizatsiya-v-chem-raznitsa/>].
- Перевод и локализация компьютерных игр [Электронный ресурс] // Блиц перевод. URL: <https://blitz-perevod.ru/pismenniy-perevod/perevod-i-lokalizatsiia-kompiuternyh-igr> (дата обращения: 10.11.2021). [Perevod i lokalizatsiya komp'yuternykh igr (Translation & Localization of Computer Games) (2021, November 10). *Blits perevod*. Retrieved from <https://blitz-perevod.ru/pismenniy-perevod/perevod-i-lokalizatsiia-kompiuternyh-igr>. (In Russian)].
- Петрова О. В. Теория перевода, теория текста и рынок // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2019. Вып. 46. С. 69–78. [Petrova, Olga V. (2019) Teoriya perevoda, teoriya teksta i rynek (Translation Theory, Text Linguistics, and Market Requirements). *LUNN Bulletin*, 46, 69–78. (In Russian)].
- Сдобников В. В. Новые тенденции в переводоведении [Электронный ресурс] // Казанский вестник молодых ученых. Педагогические науки. Перевод в XXI веке: вызовы эпохи и перспективы развития. 2018. Т. 2, № 4 (7). URL: <https://kpfu.ru/portal/docs/F1770079829/18.Sdobnikov.pdf> (дата обращения: 10.11.2021). [Sdobnikov, Vadim V. (2018) Novye tendentsii v perevodovedenii (New Trends in Translation Studies). *Kazanskii vestnik molodykh uchenykh. Pedagogicheskie nauki. Perevod v 21 veke: vyzovy ehpokhi i perspektivy razvitiya* (Kazan's Herald of Young Scholars. Pedagogic Studies. Translation in the 21th century: Challenges of the Epoch and Development Perspectives), Vol. 2, 4 (7). Retrieved from <https://kpfu.ru/portal/docs/F1770079829/18.Sdobnikov.pdf>. (In Russian)].
- Сдобников В. В. Перевод и коммуникативная ситуация. М.: Флинта: Наука, 2015. [Sdobnikov, Vadim V. (2015) *Perevod i kommunikativnaya situatsiya* (Translation and Communicative Situation). Moscow: FLINTA: Nauka. (In Russian)].
- Шамилов Р. М., Кириллова А. В. К вопросу о типологизации прагматической адаптации в специальном переводе // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2021. Вып. 2 (54). С. 89–106. [Shamilov, Raviddin M., & Kirillova, Arina V. (2021) K voprosu o tipologizatsii pragmaticheskoi adaptatsii v spetsial'nom perevode (On Typology of Pragmatic Adaptation in Specialized Translation). *LUNN Bulletin*, 2 (54), 89–106. (In Russian)].
- Bassnett, Susan & Lefevere, André. (1998) *Constructing Cultures: Essays on Literary Translation*. Clevedon, Philadelphia, Toronto, Sydney, Johannesburg: Multilingual Matters.
- Bernal-Merino, Miguel A. (2013) *The Localization of Videogames*. PhD Thesis. London: Imperial College.

- Brandt, Willy. (2021) Oxford Reference. Retrieved from <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780191843730.001.0001/q-oro-ed5-00012060>.
- Chaume, Frederic. (2018) Is Audiovisual Translation Putting the Concept of Translation up against the Ropes? *The Journal of Specialized Translation*, 30, 84–104.
- Chaume, Frederic. (2019) Audiovisual Translation in the Age of Digital Transformation: Industrial and Social Implications. In Irene Ranzato & Serenella Zanotti (eds.) *Reassessing Dubbing: Historical Approaches and Current Trends*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 103–124. DOI 10.1075/btl.148.05cha.
- Corbolante, Licia & Irmiler, Ulrike. (2001) Software Terminology and Localization. In Sue Ellen Wright & Gerhard Budin (eds.) *Handbook of Terminology Management. Vol. 2. Application-Oriented Terminology Management*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 516–538.
- Dunne, Keiran J. (2006) A Copernican Revolution: Focusing on the Big Picture of Localization. In Keiran J. Dunne (ed.) *Perspectives on Localization*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1–14.
- Esselink, Bert. (2000) *A Practical Guide to Localization*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Esselink, Bert. (2003) The Evolution of Localization. *Localization. The Guide from Multilingual Computing & Technology*. July / August, 4–7. Retrieved from <https://multilingual.com/downloads/screenSupp57.pdf>.
- European Language Industry Survey 2020: Before and After COVID-19. (2020). Retrieved from https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/2020_language_industry_survey_report.pdf
- Harris, Stephanie. (2021) Translation vs Localization: Is There a Difference? *Venga Global*. Retrieved from <https://www.vengaglobal.com/blog/translation-localization-difference/>.
- Hatim, Basil & Munday, Jeremy. (2004) *Translation: An Advanced Resource Book*. London and New York: Routledge.
- Holmes, James S. (1988) The Name and Nature of Translation Studies. In: James S. Holmes (ed.). *Translated!: Papers on Literary Translation and Translation Studies*. Amsterdam: Rodopi, 66–80.
- ISO 17100: 2015. *Translation services — Requirements for translation services*. Nubveto / Eva Feldbrugge.
- Jiménes-Crespo, Miguel A. (2013) *Translation and Web Localization*. London and New York: Routledge.
- Language Services. (2020) *GALA*. Retrieved from <https://www.gala-global.org/knowledge-center/about-the-industry/language-services>.
- Localization Elements. (2017) *Microsoft*. Published 22 August 2017. Retrieved from <https://docs.microsoft.com/en-us/globalization/localization/localization-elements>.
- Localization Glossary: Industry Terms You Should Know. (2021) *Dynamic Language*. Retrieved from <https://www.dynamiclanguage.com/localization-and-translation-glossary>.
- Localization Introduction. (2020a) *Microsoft*. Published 15 September 2020. Retrieved from <https://docs.microsoft.com/en-us/globalization/localization/overview>.
- O’Hagan, Minako & Chandler, Heather. (2016) Game Localization Research and Translation Studies: Loss and Gain under an Interdisciplinary Lens. In Yves Gambier & Luc van

- Doorslaer (eds.) *Border Crossings: Translation Studies and other Disciplines*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 309–330.
- Pym, Anthony. (2010) *Exploring Translation Theories*. London & New York: Routledge.
- Pym, Anthony, & Windle, Kevin. (2011) European Thinking on Secular Translation. In Kirsten Malmkjær & Kevin Windle (eds.) *The Oxford Handbook of Translation Studies*. Oxford: Oxford University Press. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199239306.013.0002.
- Reiß, Katharina, & Vermeer, Hans J. (2013) *Towards a General Theory of Translational Action: Skopos Theory Explained*. London & New York: Routledge.
- Schäler, Reinhard. (2009) Localization. In Mona Baker & Gabriela Saldanha (eds.) *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*. London and New York: Routledge, 157–161.
- Schäler, Reinhard. (2010) Localization and Translation. In Yves Gambier & Luc van Doorslaer (eds.) *Handbook of Translation Studies*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 209–214.
- Sdobnikov, Vadim V. (2018) Translation vs Localization: What's the Difference? *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*, 9, 1487–1498. DOI: 10.17516/1997-1370-0317.
- Smartling. (2021) Translation vs Localization: How is Translation Different from Localization? Retrieved from <https://www.smartling.com/resources/101/how-is-translation-different-from-localization/>.
- Snell-Hornby, Mary. (2006) *The Turns of Translation Studies: New Paradigms or Shifting Viewpoints?* Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Sprung, Robert C. (2000) Introduction. In Robert C. Sprung & Simone Jaroniec (eds.) *Translating Into Success: Cutting-edge Strategies for Going Multilingual in a Global Age*. American Translators Association Scholarly Monograph Series, Vol. XI. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, ix–xxii.
- Text. (2020b) *Microsoft*. Published 15 September 2020. Retrieved from <https://docs.microsoft.com/en-us/globalization/localization/text>.
- The Localization Industry Primer. (2003) LISA. Retrieved from https://www.immagic.com/eLibrary/ARCHIVES/GENERAL/LISA/L030625P.pdf?__cf_chl_jschl_tk__=pmd_A7U3MqR4wARx1eBggONTCET159I2gfyBhb2wmNe9GJY-1635080157-0-gqNtZGzNAjucnBszQkl.
- The 2021 Nimdzi 100: The Ranking of Top 100 Largest Language Service Providers. (2021) Retrieved from <https://www.nimdzi.com/nimdzi-100-top-lsp/#top-services-and-verticals>.
- 3 Differences between Translation and Localization You Must Know. (2019) *CommLab India*. Retrieved from <https://blog.commlabindia.com/elearning-translations/translation-and-localization-differences>.
- Toury, Gideon. (1995) *Descriptive Translation Studies and Beyond*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- What's The Difference Between Localization & Translation? (2017) *Clear Words Translation*. Retrieved from <http://clearwordstranslations.com/language/en/difference-localization-translation>.
- Yunker, John. (2003) *Beyond Borders: Web Globalization Strategies*. Berkeley, California: New Riders Publishing.