

## Kultūrinė ir kalbinė lokalizacija šiuolaikinėje vertimo paradigmoje

Kristina Raudžiuvienė

**crossref** <http://dx.doi.org/10.5755/j01.sal.0.23.5204>

**Anotacija.** Pasikeitus šiuolaikinėms komunikacijos priemonėms buvo pereita nuo bendravimo popieriniu vertimu prie komunikacijos skaitmenine medija. Šį pokytį lokalizacijos ir vertimo teoretikai vadina vertimo paradigmos griūtimi. Tradicinės vertimo paradigmos griūtį nulėmė keletas veiksnių. Pakitus komunikacinei erdvei, vertimo objektui ir modeliui neišvengiamai pakito ir vertėjo vaidmens suvokimas, pranešimo perdavimas, laiko sąvoka, gavėjo atsakomasis ryšys. Vertimo paradigmos pokyčiai lėmė vertėjo vaidmens, vertimo objekto ir proceso pokyčius. Pakito ir išsiplėtė vertimo objektas, vertėjo laiko samprata. Tradicinę vertimo vietą pakeitė virtuali darbo vieta, o objektas tapo skaitmeninis, priešingas tradicinio vertimo objektui, kuris buvo apibrėžtas ir pastovesnis. Vertėjams keliami papildomų kompetencijų reikalavimai. Dabartinė vertimo mokslo paradigma kinta kokybiškai ir kiekybiškai. Kokybiniai kitimai vyksta vertimo mokslo viduje, vystantis ir nuolat keičiantis teorinei vertimo minčiai, ieškant naujų teorinių prieigų praktinėms vertimo problemoms spręsti. Kiekybiniai kitimai daugiau sietini su naujų vertimo mokslo atšakų atsiradimu, ekstralingvistinių veiksnių poveikiu teorinės vertimo minties raidai.

**Reikšminiai žodžiai:** *vertimo paradigma, lokalizacija, kalbinis ir kultūrinis aspektas, globalizacija, naudotojas.*

### Įvadas

Paprasčiausias ir tradiciškiausias kalbotyroje vyraujantis vertimo termino paaiškinimas – vienos kalbos teksto išdėstymas kita. Vertimo mokslo pradžioje E. Nida yra teigęs, kad vertimo esmę sudaro originalo kalbos pranešimo perteikimas vertimo kalba artimiausiais natūraliais ekvivalentais reikšmės ir stiliaus atžvilgiu (Nida, Taber, 1982, p. 13). Šiame apibrėžime akcentuojamas tik tekstas. Tačiau tobulėjant naujausioms technologijoms nepakanka versti vien tekstą. Pasaulinio lygio kompanijoms, norinčioms, kad jų paslaugos ar produktai pasiektų kuo daugiau naudotojų įvairiose šalyse, būtina kurti lokalizuotas interneto svetaines. Todėl svarbu kreipti dėmesį ir į svetainėse naudojamus, su tekstu glaudžiai susijusius kultūrinius elementus. Kalba, kaip vienas svarbiausių kultūros dėmenų – labai svarbi tarpkultūrinėje komunikacijoje. Tačiau lingvistiniai kalbų skirtumai gali trikdyti šį procesą, nes sunku rasti atitikmenis vienoje ar kitoje kalboje.

*Taigi, vertėjas turės sumažinti dviejų kultūrų didesnę ar mažesnę skirtumą. Kultūra čia turi būti suprantama platesne antropologine prasme, visais žmogaus gyvenimo aspektais, kaip žinių, kvalifikacijos ir suvokimo visuma (Ginter, 2002).*

Bendraujant tarpkultūrinėje erdvėje vis dar lieka neaiškūs kultūros pokyčiai nulemti lokalizacijos atsiradimo. Vertimo mokslo atstovai iki šiol neatsakė į visus klausimus, kaip lokalizacijos procesai veikia vertimo mokslo paradigmą. Visa tai rodo, kad kultūrinė ir tekstinė lokalizacijos šiuolaikinio vertimo paradigmoje tema yra *aktuali ir nauja*. *Tyrimo tikslas* – išnagrinėti vertimo teorijos požiūriu reprezentatyviausius ir naujausius teorinius šaltinius, aptariančius kalbinį ir kultūrinį lokalizacijos aspektą ir pateikti apibendrintą jų sampratą dabartinėje vertimo paradigmoje. Atliekant mokslinės literatūros apžvalginį tyrimą taikomas

analitinis, aprašomasis, lyginamasis ir teorinis mokslinės literatūros sintezės *metodai*.

Išnagrinėjus teorinę vertimo literatūrą galima pastebėti aprašomus du vertimo raštu būdus. Pirmasis – kuo įmanoma tiksliau perteikti kiekvieno originalo žodžio reikšmę ir prasmę vertimo kalba. Antrasis – svarbiausia pasiekti galutinį rezultatą, kad skaitomas tekstas būtų taip pat lengvai suprantamas kaip ir originalo tekstas. Šie du būdai nurodo į tekstinį, kalbinį ir kultūrinį vertimo aspektus. Dar prieš 1971 m. ir šiuolaikinių vertimo teorijų atsiradimą, škotų seras Aleksandras Tytleris (1907) paskelbė garsiąją savo esė apie vertimo principus (*Essay on the Principles of Translation*), kurioje jis apibūdina gerą vertimą. Anot A. Tytlerio,

*originalus kūrinys yra visiškai perkeltas į kitą kalbą, kaip turi būti, aiškiai suprantamas ir jaučiamas šalies, kuriai priklauso, gimtąja kalba, nors tai ir yra vertimas.*

Tytleris pasiūlė tam tikras taisykles vertėjams, kurios būtų naudojamos vertimo efektyvumui gerinti. Remiantis Tytleriu (1907), idealus vertimas turėtų perteikti visas idėjas ir mintis, išlaikyti stilių ir būtų lengvai suprantamas kaip ir originalo tekstas. A. Tytlerio idėjos apie nešališką vertimą, kalbinių ir kultūrinių vertimo aspektų svarbą įkvėpė ne vieną vėlesnių epochų vertėją ir teoretiką.

Tuo metu ekvivalento radimas vertime ar kalbiškai tinkamo lygiaverčio vertimo radimas sulaukė didelio palankumo. Vertimas natūraliais ekvivalentais yra seniausia vertimo teorija. Šią sąvoką išsamiau aptaria W. Kolleris (2001), J. I. Reckeris (1974) ir daug kitų lingvistinės krypties teoretikų. Lietuvos vertimo tyrėjai O. Armalytė ir L. Pažūsis taip pat pabrėžia natūralių ekvivalentų svarbą ir teigia, kad ekvivalentai – tai terminai, kuriems neturi įtakos kontekstas ir kuriuos su originalo kalbos atitinkamais vienetais sieja nuolatinis ryšys (1990, p. 29). Taigi vertimas iškelia kertinę vertimo sąvoką – ekvivalentiškumą.

Svarstydamas dinaminio ekvivalentiškumo klausimus E. Nida 1964 m. nurodė, kad reikia atskirti vertimo studijas nuo lingvistikos mokslo, tačiau jis neneigė fakto, kad negalima versti visiškai nieko neišmanant apie lingvistiką ir puikiai mokėti kalbą jos nestudijavus. Remiantis E. Nida,

*kalbą sudaro daugiau dėmenų, nei mes matome kalbos simbolių. Mums reikia analizuoti ne pavienius simbolius, o jų visumą. Tik tada vertime rasime tinkamą kalbos ekvivalentą (1964, p. 80).*

### **Kultūrinė ir kalbinė lokalizacija – šiuolaikinė vertimo paradigmos rūšis**

Tradicinė vertimo paradigma vertimą neretai traktuoja kaip metodą ir modelį. Tradiciškai jis siejamas su kalba, kuri laikoma ne tik išskirtiniu kultūros bruožu, bet ir vienu reikšmingiausių prasmės atspindėjimo būdų kultūroje. Žmonės, kalbantys ta pačia kalba, panašiai jaučia ir mato pasaulį (Lingis, 1997, p. 15). Tam tikros reikšmės ir prasmės atskleidžia kultūriniame kontekste. Šios reikšmės ar prasmės kinta priklausomai nuo to kaip kinta ir pati kultūra. Todėl norint sužinoti apie kultūrą būtina suprasti, kaip joje funkcioja kalba. Dialogizmo teorijos pradininkas M. Bakhtinas (1986, p. 19) teigė, kad reikšmė tokia, kokia ji yra kalboje, tokia tampa tada, kai susiduria ar supriešinama su kita, dar nežinoma reikšme:

*tarp jų atsiranda dialogas, kuris neabejotinai išryškina vieną – reikšmių bei kultūrų giminiškumą ir jų netobulą vienpusiškumą (1986, p. 19).*

Ne tik aktas, bet ir eksperimentavimas aiškiai matomas vertimo veikloje. Kultūriniu eksperimentu šiuo atveju vadinamas vertimas, kuris kartu su globalizacijos epocha atvėrė ir kultūrinių eksperimentų laikmečio pradžią. Vertime neišvengiamai reikia stengtis rasti gana daug kalbinių bruožų atitikimų (Staponkutė, 2004, p. 1).

Vertėjas balansuodamas tarp svetimybės ir savos kultūros ribos, svetimybės, bet greitai tapsiančio visiems priimtiniu produkto populiarintoju tampa tarpininku. Pasak filosofo P. Ricoeuro, vertėjas yra tarpininkas tarp svetimšalio ir skaitytojo, tačiau „vertėjas negali pretenduoti į tekstą, kuris būtų laikomas antruoju originalu“ (2010, p. 20). Remdamasis G. Steinerio vertimo, kaip interpretacijos, idėja P. Ricoeuras teigia, kad kalboje nesuprastą žodį visada galima pasakyti kiek kitaip, visa tai priklauso nuo kultūriškai nulemtos kalbos tradicijos, pastovių ar kintančių žodžių junginių. Pasakyti tą patį kitaip – tai ir yra vertimo esmė. Tai reiškia, kad tekstai, sakiniai ir žodžiai leidžia atsirasti kelioms interpretacijoms, o amžinas, vertėjams kylantis klausimas, ką versti – žodžius ar reikšmę – atveda prie vertimo mokslo (2010, p. 36), kurio paradigma per paskutinįjį dešimtmetį neišvengiamai pakito.

Kompiuteriui tapus neatsiejama žmogaus gyvenimo dalimi nesunku pastebėti, kad naujausios technologijos paveikė vertimo mokslą. Pasikeitus šiuolaikinėms komunikacijos priemonėms, tyrėjai M. O'Hagan ir D. Ashworth'as teigia, kad

*perėjimas nuo bendravimo per vertimą, vykusių popieriuje, prie komunikacijos per vertimą skaitmenine medija atskleidžia tam tikrą vertimo perėjimą, t. y. transformavimąsi, kurį*

*autoriai vadina vertimo paradigmos griūtimi (O'Hagan, Ashworth, 2002, p. 1).*

Tradicinės vertimo paradigmos griūtį nulėmė keletas veiksnių. Pakitus komunikacinei erdvei, vertimo objektui ir modeliui, neišvengiamai pakito ir vertėjo vaidmens suvokimas, pranešimo perdavimas, laiko sąvoka, gavėjo atsakomasis ryšys. Vertimo paradigmos pokyčiai lėmė vertėjo vaidmens, vertimo objekto ir proceso pokyčius. Pakito ir išsiplėtė vertimo objektas, vertėjo laiko samprata. Tradicinę vertimo vietą pakeitė virtuali darbo vieta, o objektas tapo skaitmeninis, priešingas tradicinio vertimo objektui, kuris buvo apibrėžtas ir pastovesnis. Vertėjams keliami papildomų kompetencijų reikalavimai. Autoriai M. O'Hagan, D. Ashworth'as skaitmeninį vertimą raštu ir žodžiu priskiria naujai vertimo paradigmai, kuri aiškiai skiriasi nuo tradicinės vertimo paradigmos. A. Pymas, M. O'Hagan ir D. Ashworth'as savo darbuose teigia, kad šiuo metu ypač kinta tradicinė vertimo paradigma, kurią keičia skaitmeninio vertimo paradigma. Ji išplaukia iš tradicinės vertimo paradigmos, o ne visiškai keičia (Leonavičienė, Jasiukėnaitė, 2011, p. 57). Dabartinė vertimo mokslo paradigma kinta kokybiškai ir kiekybiškai. Kiekybiniai kitimai vyksta vertimo mokslo viduje vystantis ir nuolat keičiantis teorinei vertimo minčiai, ieškant naujų teorinių prieigų praktinėms vertimo problemoms spręsti. Kiekybiniai kitimai daugiau sietini su naujų vertimo mokslo atšakų atsiradimu, ekstralingvistinių veiksnių poveikiu teorinės vertimo minties raidai. Apie kiekybinį vertimo mokslo paradigmos kitimą nemažai rašoma paskutiniųjų metų mokslo darbuose, kur aptariamos naujos *vertimo mokslo rūšys, vertimo studijų atšakos*, pavyzdžiui, lokalizacija (Maumevičienė, 2012, p. 16).

Lokalizacija teoriniuose vertimo tyrėjų darbuose apibūdinama kaip globalizacijos proceso dalis, priklausoma nuo internacionalizacijos, bet sietina ir su vertimu. Anot M. O'Hagan ir D. Ashworth'o, vertimas yra tiek globalizacijos, tiek lokalizacijos branduolys, nes nuo vertimo priklauso lokalizacija ir globalizacija (2002, p. 12). Lokalizacija, pasak M. O'Hagan ir D. Ashworth'o, apima ir vertimą ir inžinerinį programinės įrangos kūrimą. Vertimas iš popieriaus persikelia į skaitmeninę terpę ir pamažu tampa nauja vertimo rūšimi (2002, p. 71). Jeigu vertimas laikomas lokalizacijos esme, branduoliu, tada galima aiškiau nusakyti lokalizacijos kilmę. Žinoma, kad lokalizacijos nebūtų be naujausiųjų technologijų, kurių atsiradimas skverbiasi į visas žmogaus gyvenimo sritis ir neabejotinai keičia vertimą kaip produktą, procesą ir mokslą.

Todėl galima teigti, kad vertimo mokslą dėl ekonominių, politinių, teisinių aplinkybių smarkiai paveikė iš praktinių reikmių atsiradusi lokalizacija. Ji susijusi su komercine programine įranga, vaizdo žaidimais ar interneto svetainėmis. Visi minėti produktai pritaikomi vartotojams, todėl neišvengiamai atsiranda būtinybė kalbiškai ir kultūriškai juos adaptuoti.

Lokalizuojant tekstinę medžiagą naujosios vertimo paradigmos kontekste vertėjui pateikiamas iš anksto paruoštas originalo tekstas. Originalo teksto svetainių kūrėjai neretai tekstus supaprastina patys, adaptuoja gavėjams, norėdami pasiekti didesnio suprantamumo. Dirbdamas su internacionalizuotu ir jau pritaikytu tekstu, už galutinę teksto lokali-

zacija vis tiek lieka atsakingas vertėjas. Atidžiau pažvelgus į vertimo praktiką, A. Pymas tai laiko dideliu žingsniu vertimo praktikoje, bet neatmeta minties, kad lokalizacijoje siekiama teksto ekvivalentiškumo (2004, p. 52). Vertimą lengvinanti internacionalizacija, teksto lokalizavimas, apimantis kultūrinius aspektus orientuotus į gavėją. Kultūrinius aspektus apimantis procesas, gali būti laikomas kaip adaptacija. N. Armstrongas adaptaciją apibrėžia kaip nepažodiškiausia arba laisviausia vertimo tipą (2005, pp. 155–156). Šią mintį papildė V. Liubinienė ir I. Mykolaitytės teiginys, kad „adaptacija yra vienintelis būdas perduoti žinią, kol ji nebuvo prarasta verčiant“ (2007, p. 51). Taip pat prie adaptacijos sąvokos priskiriamas teksto dalies pašalinimas arba sutrumpinimas, originalo perrašymas, naujų žodžių pridėjimas, originale nepabrėžtos informacijos išryškinimas, pasenusios ar sunkiai suprantamos informacijos pakeitimas naujais ekvivalentais, teksto kontekstinės informacijos pritaikymas vertimo kontekstui, išsaugant tik originalo idėjas, funkciją ar pranešimo mintį sukuriamas bendresnio pobūdžio tekstas (Grigas, 2010, p. 41).

Lokalizacijos procesui pavadinti kartais pateikiamas ir kitas, lietuviškas pavadinimas – lietuvinimas, t. y. programinės įrangos pritaikymas lietuvių kalbai ir kultūrai. „Enciklopedinis kompiuterijos žodynas“ programinės įrangos pritaikymą skiria į tokias dalis:

1. *Interneto protokolų, serverių ir klientų programinės įrangos pritaikymas, kad jie tinkamai apdorotų lietuviškus rašto ženklus: priimtų ir rodytų visus lietuviškus rašto ženklus, apdorotų lietuviškus išteklių vardus, Lietuvoje priimtais formatais vaizduotų skaičius, datas, laiką ir kt.*
2. *Svetainių vertimas į lietuvių kalbą ir adaptavimas. Svetainės komponentai: tekstas, grafika, pranešimai, stiliai ir kitos dalys (Dagienė, Grigas, Jevsikova, 2009, p. 354).*

Antroji programinės įrangos lietuvinimo apibrėžimo dalis be kultūrinės adaptacijos apima teksto lokalizaciją, kuri visų pirma sietina su komunikacinio turinio, teksto funkcijų perteikimu ir svetainės pritaikymu adaptuota kalba naujoje kultūrinėje aplinkoje atsižvelgus į adresatą / gavėją. Enciklopediniame kompiuterijos žodyne pateiktas terminas *saityno lietuvinimas* siejamas su lietuvių kalbos internetinio teksto lokalizavimu. D. Hymes (1971, p. 282) ir M. Canale (1983, p. 12) pabrėžė, kad komunikacinė funkcija ir komunikacinė kompetencija tampa itin svarbios lokalizuojant internetinį tekstą. Jie išskyrė tris vertėjui būtinas kompetencijas, sietinas su vertimo tikslais:

- 1) gramatinę kompetenciją (vertimo tekstas turi būti gramatiškai taisyklingas),
- 2) sociolingvistinę kompetenciją (vertimo tekstas turi atitikti gavėjų bendravimo normas, tikslus, įprastą tvarką ir statusą),
- 3) diskurso kompetenciją (nepriklausomai nuo žanro, tekstas turi būti aiškus ir rišlus, susijęs su vaizdine, garsine ir kita pateikiama informacija) (Baker, 2008, p. 31).

M. Canale'io išskirtos kompetencijos glaudžiai sietinos su tarpkultūrine tekstinės lokalizacijos kompetencija, nes

teksto kalba laikoma kultūros atspindžiu, todėl iš lokalizacijos specialistų reikalaujama ne vien diskurso, socialingvistinės ir gramatinės, bet ir tarpkultūrinės komunikacijos kompetencijos. Kultūrų savitumą ir skirtumus galima atskleisti ir per kalbą. Šia idėja remiasi A. P. Karamanian ir akcentuoja *kultūrinę transpoziciją*, anot jos, vertimas yra kultūrinis iškodavimas, perkodavimas ir užkodavimas (2002). Tinkamai suprasti tam tikras tekstinės medžiagos žodžių reikšmes ir gebėti jas interpretuoti galima tik gerai išmanant svetimą kultūrą, socialinę aplinką. Tarpkultūrinės komunikacijos kompetencijos lavinimo būtinumą, vertėjų mokymo procesą kaip jungiamąjį kalbų ir kultūrų aspektą pabrėžia ir I. Kramina (2005, p. 49).

Tik prisitaikius prie naudotojų komercinių ir kultūrinių lūkesčių, tikslų ir tinkamai pritaikius tekstą bus galima tikėtis, kad Lietuvos naudotojams produktas ir su juo susijusi informacija pateikiama suprantamai. Tikslinga rasti visiems naudotojams bendrą vardiklį, nes visi naudotojai skiriasi profesiniu, socialiniu ir regioniniu požiūriu. Remiantis Lietuvos Respublikos valstybinės kalbos įstatymu nr. I-779, priimtu 1995 m. sausio 31 d., būtina rašyti bendrine lietuvių kalba, paisyti lietuvių kalbos normų ir vartosenos. Šiame įstatyme griežtai nurodoma kaip pateikti produktą naudotojui gimtąja kalba. Produkto kalba turi atitikti kalbos sistemos taisykles, stiliaus normas ir realų leksikos vartojimą. Svarbu tinkamai stilistiškai lokalizuoti tekstą, nes svetainės ekstralingvistinės funkcijos turi pritraukti naudotojų, o naujai pateiktas produktas – sudominti. Jei ginčijasi programų kūrėjai, anot I. Zeller,

*ginčai dėl „teisingo“ kalbos stiliaus yra subjektyvūs. Šiuos ginčus gali nutraukti tik patys naudotojai, kurie naudosis produktu. Tinkamas kalbos stilius yra tas, kuris naudotojui savas, neerzinantis, o jo perteikiama informacija lengvai suvokiama (2006, p. 95).*

Visada lengviau suprasti ir priimti tokią informaciją, kuri perteikiama įprastu stiliumi ir vartoseną atitinkančią kalbinę raišką. Todėl būtina skirti daugiau dėmesio lokalizuojamų svetainių kalbai ir kultūrai, remtis naujosios vertimo paradigmos nuostatomis.

Programinės įrangos lokalizavimą reikia vertinti ne vien ekonominiu požiūriu, bet ir kultūriniu, ilgalaikės kalbos strategijos požiūriu. Lokalizacija aktualesnė mažesnėms tautoms, nes daugiausia programinės įrangos sukuriama didžiausiose ir turtingiausiose valstybėse, kurios turi daugiausiai moderniausių informacinių technologijų, darančių didelę įtaką mažų tautų kalboms ir kultūroms. Todėl svarbu, kad programinė įranga ir kiti skaitmeniniai produktai būtų pritaikomi lietuvių kalbai ir kultūrai.

Pasaulyje yra daug įvairių kalbų (ISO 639-3 standarte apibrėžti 7299 kalbų kodai). Kalbant apie lokalizavimą ir internacionalizavimą būtina įžvelgti esminius kalbų skirtumus. Jie ypač svarbūs programinės įrangos lokalizavimui, nes pagrindinę lokalizavimo darbų dalį sudaro jos tekstų vertimas į kitas kalbas. Tačiau egzistuoja ir ne tokie akivaizdūs kultūriniai skirtumai, kurie taip pat turi įtakos kalbos suvokimui. Anot E. Sapiro (1949), ryšys tarp kalbos ir kultūros yra stiprus ir daugiamatis. Todėl nerpalime būti tikri, kad netgi tą pačią kalbą vartojantys skirtingų kultūrų žmonės supras išsakytą arba užrašytą informaciją viena-reikšmiškai. Atliktas V. Evers (Evers, Day, 2001) tyrimas

rodo, kad vienoje kultūroje vartojami tos pačios kalbos posakiai arba metaforos gali būti klaidingai suprasti kitoje kultūroje. Klaidingai gali būti interpretuojami ne tik kultūriškai specifiniai posakiai arba metaforos, tačiau ir įprasta informacija. Tam įtakos gali turėti įvairios žmonių grupių kultūrinės nuostatos. Pavyzdžiui, skirtingose kultūrose tos pačios prielaidos gali būti siejamos su skirtingais veiksmais (ta pati problema Anglijoje ir Japonijoje gali būti sprendžiama skirtingai – taip, kaip priimta tose kultūrose). Pavyzdžiui, taškai ir linijos yra daugiau nei banalios iliustracijos. Vertėjai dažnai susiduria su abstrakcijų problema, nes taško ar linijos (brūkšnio) vieta taip pat gali būti nulemta kalbos tradicijos ar kultūriškai. Pasitaiko, kad rizikuodami reikšmės perteikimo aiškumu, vertėjai supaprastina tekstą ir simbolius siekdami išlaikyti kultūrinius elementus (Pym, 2007, p. 751). Todėl neretai keičiasi originalios ir verstinės programinės įrangos kalbiniai ir kultūriniai ypatumai. Pastarieji pokyčiai išsamiai išnagrinėti neseniai apgintoje D. Maumevičienės daktaro disertacijoje, kurioje analizuoti *PeopleSoft* programinės įrangos lokalizacijos Lietuvos rinkai ypatumai, verstinės programinės įrangos ir naudotojų dialogo pokyčiai, palyginti su originalios programinės įrangos ir jos naudotojų dialogo kalbinėmis ir kultūrinėmis ypatybėmis (2012, p. 111). Minėtame moksliniame darbe rašoma, kad originalioje programinės įrangos versijoje bendravimas ir kreipimasis į naudotoją anglų kalba yra draugiškas, atviras ir neoficialus, o lietuvių kalbos dialoguose – neutralus ir formalesnis, nes toks bendravimas su naudotoju priimtinesnis lietuvių kultūrai. Nežinant naudotojo amžiaus, lyties lokalizuotose lietuvių kalbos interneto svetainėse vartojamas daugiskaitos antras asmuo, kuris sukuria neutralumą, dalykiškumą, pavyzdžiui, *pasirinkite kalbą – please, select a language; spauskite čia – please, click here* (D. Maumevičienės pavyzdžiai; Maumevičienė, 2012, p. 111). Originalo kalboje vartojamas *to sing in* lietuvių kalboje verčiamas bendratimi – *prisijungti*, nes jei bus verčiamas *prisijunk*, toks kreipimasis gali įžeisti naudotojus ir būti laikomas pagarbos trūkumu (Maumevičienė, 2012, p. 111). Pateikti pavyzdžiai rodo, kad kalbos parinkimas glaudžiai susijęs su kultūra. Todėl būtina apdairiai parinkti ne tik leksinius vienetus, bet ir gramatines kategorijas (skaičių, asmenį, linksnį ir kt.), kultūroje įprastus posakius bei frazes.

Be kalbos kultūroje svarbūs ir kiti elementai, kurie paprastai nusakomi atskirų valstybių lokalėje: apibrėžiama kalba, jos abėcėlė, papildomi ženklai, šalis, žodžių rikiavimas, kalendorius, datos, skaičių formatai, matavimo vienetai. Pasaulyje susiformavę įvairūs papročiai, religija, ekonominė padėtis, politinės sistemos ir kiti kultūriniai ypatumai atsispindi kultūros modeliuose. Remiantis šiais modeliais galima aprašyti tam tikrų kultūrų skirtumus. Moksliniuose darbuose (Hofstede, G., 2001; Hofstede, G. J., 2005) nagrinėjant visuomenės santykius dažniausiai išskiriamos keturios dimensijos. Jos atspindi visuomenės pilietiškumo raidą, tačiau jas galime taikyti ir požiūriui į visą visuomenę sudaryti. Tai – politinė, socialinė, kultūrinė ir ekonominė dimensija. Kultūrinė dimensija apima bendrą įvairių šalių kultūrą, jos suvokimą. Svarbu pabrėžti, kad dimensija apibrėžia ir pradinius įgūdžius – kalbą, skaitymą, rašymą. Kalbant apie kultūrą, svarbu gerų pavyzdžių, etiketo, elgesio normų ir kt. laikymasis. Kultūrų skirtumus

nagrinėjantis olandų mokslininkas Geert Hofstede atsižvelgė į įvairių kultūrų žmonių mąstymo, pojūčių, veiklos šablonus ir pasiūlė penkių kultūrinių dimensijų modelį (Hofstede, 2001), kurį vėlesniuose darbuose patikslino kartu su savo sūnumi (Hofstede, 2005). Šie autoriai išnagrinėjo 53 valstybių kultūrinius panašumus ir skirtumus, juos susistemino ir apibendrino ypatumus, pagrindinius įtakos veiksnius ir apskaičiavo jų dimensijų lygius, rodančius kultūrinius skirtumus. G. Hofstede paskelbė penkis kultūrinių dimensijų modelius:

- 1) *galios santykį*, kuriuo išreiškiama, kiek svarbi ir aiški yra hierarchija visuomenėje, koks žmonių diferenciacijos laipsnis. Ši dimensija daugiau išreikšta Lotynų Amerikos, Azijos ir Afrikos valstybėse, mažiau – Vakarų Europos valstybėse. Tvirtinama, kad vienas didžiausių galios santykių būdingas Malaizijai ir Singapūriui;
- 2) *individualizmo ir kolektyvizmo santykį*, kaip individualių arba kolektyvinių pasiekimų vertinimą. Individualistinės kultūros vertina asmeninį laiką, laisvę, privatumą, tuo tarpu kolektyvizmas nusako stiprų priklausymą grupėms nuo pat gimimo, aukštai vertinama grupių gerovė, grupės nuomonė. Individualizmas labiau pasireiškia išsivysčiusiose, ekonomiškai ir technologiškai stipriose valstybėse, pavyzdžiui, visose Vakarų Europos valstybėse. Kolektyvizmas vyrauja daugiau besivystančiose, ekonomiškai ir technologiškai silpnesnėse valstybėse, pavyzdžiui, tai būdinga didelei daliai Rytų Europos valstybių. Sakoma, kad Japonijoje vyrauja vidutinio individualizmo lygis, JAV – vienas aukščiausių, o Lotynų Amerikos šiaurės vakarų valstybės, taip pat Pakistanas, Indonezija turi labai žemą individualizmo poreikį;
- 3) *vyriškumo ir moteriškumo santykį* rodo lyčių vaidmenys visuomenėje. Aukštesnį vyriškumo laipsnį turinčiose kultūrose moterys ir vyrai turi aiškiai paskirstytus vaidmenis, tuo tarpu žemesnį vyriškumo laipsnį turinčiose kultūrose moterų ir vyrų vaidmenys yra panašūs. Pavyzdžiui, aukščiausias vyriškumo laipsnis priskiriamas Japonijai, o žemiausias – Švedijai;
- 4) *neapibrėžtumo vengimą* išreiškia visuomenės polinkis vengti neapibrėžtumo, dviprasmybės. Tose kultūrose, kuriose neapibrėžtumo vengimas yra aukštesnio laipsnio, stengiamasi aiškiai apibrėžti elgesio taisykles, įstatymus. Žemesnio neapibrėžtumo kultūrose labiau toleruojama įvairovė, pokyčiai ir eksperimentavimas. Aukštas neapibrėžtumo vengimo laipsnis yra nustatytas Lotynų Amerikos valstybėse, Japonijoje ir vokiškai kalbančiose valstybėse. Žemesnis – Šiaurės šalių, britų, Kinijos kultūrose;
- 5) *ilgalaikę perspektyvą* (palyginti su trumpalaike), kuri parodo visuomenės „laiko horizontą“, praeities, dabarties ir ateities svarbą. Ilgalaiškės perspektyvos kultūrose labiau vertinamas taupumas, ištvermingumas, atkaklumas, pragmatizmas. Aukščiausiai, vertinant pagal šią dimensiją, pakilo Kinija, Japonija, Tainanas, Šiaurės Korėja. Žemiausias ilgalaiškės perspektyvos lygis buvo nustatytas besivystančiose

valstybėse, pavyzdžiui, Pakistane ir dalyje Vakarų valstybių, taip pat JAV.

Nepaisant to, kad G. Hofstede kultūrinių dimensijų modeliai ir jų taikymas informacinių technologijų srityje sulaukė nemažai kritikos, jo klasifikacija iki šiol yra populiariausia. Kultūra yra neatsiejama nuo visuomenės, todėl modernios technologijos negali jos panaikinti, todėl ji keičiasi labai lėtai (Dagienė, Grigas, Jevsikova, 2011). Kultūrinės dimensijos svarbios lokalizuojant interneto svetaines, kompiuterines programas, žaidimus. Norint lokalizuoti pasirinktą produktą, reikia kreipti dėmesį ne tik į pagrindinius lokalės elementus, bet ir į kultūrinius skirtumus. Labai svarbu atkreipti dėmesį į kultūrinius dimensijų modelius, įvertinti jų laipsnį, nustatyti kiek viena šalis nutolusi nuo kitos, remiantis penkiomis išskirtomis dimensijomis. Jei dimensijos gerokai skiriasi, tada reikia išsamiau ir atidžiau patyrinėti kiekvieną lokalizuojamą produktą. Atsižvelgti į tai kas tinkama ar netinkama, parinkti kitokią grafinę medžiagą, prirėkus netgi keisti struktūrą, kuri būtų kuo priimtinesnė tam tikrai kultūrai. Todėl labai svarbus sociologų, antropologų ir lokalizuotojų bendradarbiavimas (Dagienė, Grigas, Jevsikova, 2011, p. 268).

Lokalizacija gali būti tiriama ir kaip *tarpkultūrinė komunikacija*, nes per lokalizaciją susitinka dvi šalys derybininkės – duodančioji ir gaunančioji. Šios kultūros gali būti labai panašios ir labai skirtingos. Kalbėdami apie programinę įrangą dažniausiai turime galvoje JAV kuriamus produktus. Todėl norint naudoti tokią programinę įrangą mūsų šalyje, turime ją sulietuvinti (Maumevičienė, 2011, p. 101). Remiantis A. Pymu, šį procesą – lokalizaciją – galima pavadinti pozityviu veiksmu, nes jos tikslas – pateikti žmonėms produktus jų gimtąja kalba (2004, p. 45). Ištyręs lokalizaciją kaip komunikacijos aktą, A. Pymas pabrėžia, kad derybiniu požiūriu šalių komunikacija apie siūlomą produktą grindžiama abipusės naudos principu. Taip yra todėl, kad produktą sukūrusi šalis nori padidinti savo pelną, nes kuo daugiau ir geriau rinkai pritaikytų produktų bus pateikiama, tuo pelnas bus didesnis. Tačiau šalis, kuriai skirtas produktas, taip pat nori, kad būtų patenkinti jos poreikiai: kalbiniai, teisiniai, techniniai ir kultūriniai reikalavimai (2004, p. 135). Taigi per lokalizacijos procesą vyksta dviejų kultūrų tarpkultūrinis bendravimas. Gaunančioji ir duodančioji kultūra gauna abipusiai naudingą rezultatą, nes gaunančioji kultūra, lokalizavusi produktą, gali juo efektyviai naudotis, o duodančioji kultūra gauna papildomo pelno, grįžta investuotos lėšos ir įeinama į naujas ekonomikos rinkas. Nepaisant abipusės naudos, lokalizacija turi ir kitą, neigiamą pusę – tarpkultūrinis bendradarbiavimas vyksta dėl savanaudiškų tikslų. Tačiau aptarus teigiamus ir neigiamus lokalizacijos aspektus, svarbu pabrėžti, kad pačiam lokalizacijos procesui reikalingos išsamiros tikslinės kultūros žinios, nes nepakankamas tam tikros šalies kultūros išmanymas gali pakenkti lokalizacijos procesui. Klaidingas kultūros įsisaugoninimas ar kultūrinių žinių apie kitą šalį trūkumas net gali sukelti konfliktą (Maumevičienė, 2012, p. 209).

Šiuo metu beveik 80 proc. programinės įrangos produktų įvairiose šalyse lokalizuojami iš anglų kalbos, nes daugiausia tokių produktų gaminama JAV. Programinės įrangos gamintojai dažnai patys kuria produktus reklamuojančias ir

platinančias svetaines anglų kalba, todėl pirminė lokalizacija vyksta anglų kalba, o tik vėliau ši versija lokalizuojama į kitas kalbas. Gerai lokalizuota svetainė yra produkto populiarinimo, pardavimo garantas. Tinkamai lokalizavus programinę įrangą naudotojas gimtąją kalbą gali perskaityti visus komponentus: klaidų žinutes ar užrašus ekrane, įrašyti informaciją su visais simboliais naudodamasis savo kalbos rašmenimis pritaikyta klaviatūra (Esselink, 2000, p. 4). Todėl neabejotinai svarbu išmanyti tikslinės kalbos ir kultūros elementus, iš anksto numatyti skirtingų kultūrų dimensijų modelius. Tik tada pavyks įgyvendinti lokalizacijos procesą, teikiantį įvairiapusę naudą naudotojams.

## Išvados

Apžvelgus teorinę vertimo ir tekstinės bei kultūrinės lokalizacijos literatūrą, galima daryti tokias išvadas:

1. Pasikeitus šiuolaikinėms komunikacijos priemonėms buvo pereita nuo bendravimo popieriniu vertimu prie komunikacijos skaitmenine medija. Šį pokytį lokalizacijos ir vertimo teoretikai vadina vertimo paradigmos griūtimi (O'Hagan, Ashworth, 2002, p. 1). Dabartinė vertimo mokslo paradigma kinta kokybiškai ir kiekybiškai. Kokybiniai kitimai vyksta paties vertimo mokslo viduje, vystantis ir nuolat keičiantis teorinei vertimo minčiai, ieškant naujų teorinių priegų praktinėms vertimo problemoms spręsti. Kiekybiniai kitimai daugiau sietini su naujų vertimo mokslo atšakų atsiradimu, su ekstralingvistinių veiksnių poveikiu teorinės vertimo minties raidai.
2. Teigiama, kad vertimas yra tiek globalizacijos, tiek lokalizacijos branduolys, nes nuo vertimo priklauso ir lokalizacija ir globalizacija. Naujausiuose vertimo mokslo darbuose lokalizacija grindžiama kaip vertimo rūšis ir vertimo studijų atšaka, kurios nebūtų be naujausių technologijų, kurių atsiradimas skverbiasi į visas žmogaus gyvenimo sritis ir neabejotinai keičia vertimą kaip produktą, procesą ir mokslą.
3. Lokalizuojant tekstą labai svarbu atkreipti dėmesį į kalbinius ir kultūrinius ypatumus, kultūrinius dimensijų modelius, įvertinti jų laipsnį, nustatyti, kuo viena šalis skiriasi nuo kitos. Jei dimensijos gerokai skiriasi, tada reikia išsamiau ir atidžiau patyrinėti kiekvieną lokalizuojamą produktą ir parinkti kitokią raišką, kuri būtų priimtinesnė priimančiai (gaunančiai produktą) kultūrai.
4. Palyginus naująją vertimo paradigmą, papildytą lokalizacijos kaip vertimo rūšimi, su tradicine vertimo paradigma, galima daryti išvadą, kad vertimas seniai nebėra tik vienos kalbos perkėlimas į kitą. Atsiradus ir plintant naujoms technologijoms informacinėje visuomenėje, kurioje išskirtinai sureikšminamas adresatas (naudotojas), tradicinė vertimo paradigma smarkiai pakito, išaugo kultūros ir kitų sisteminių kontekstų lyginimo reikšmė, vertimo ir lokalizacijos procese svarbiausią vaidmenį ėmė vaidinti naudotojas – galutinio produkto gavėjas.

## Literatūra

1. Amstrong, N., 2005. *Translation, Linguistics, Culture: A French-English Handbook*. Clevedon: Multilingual Matters Ltd.
2. Armalytė, O., Pažūsis, L., 1990. *Vertimo teorijos pradmenys*. Mokymo priemonė. Vilnius: Lietuvos TSR Liaudies švietimo ministerija, Vilniaus universitetas.
3. Baker, M., 2008. *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*. London: Routledge. Prieiga per internetą: <http://carynannerisly.wikispaces.com/file/view/Routledge+Encyclopedia+of+Translation+Studies.pdf> [žiūrėta 2012 m. lapkričio mėn.].
4. Bakhtin, M., 1986. Response to a Question from the *Novy Mir* Editorial Staff. Translated by V. W. McGee. In: C. Emerson and M. Holquist, eds. *Speech Genres and Other Late Essays*. Austin: University of Texas Press.
5. Canale, M., 1983. From Communicative Competence to Communicative Language Pedagogy. In: J. Richards & R. Schmidt, eds. *Language and Communication*. New York: Longman.
6. Dagienė, V., Grigas, G., Jevsikova, T., 2009. *Enciklopedinis kompiuterijos žodynas*. II papildytas leidimas. Prieiga per internetą: <http://www.likit.lt/term/enc.html> [žiūrėta 2012 m. lapkričio mėn.].
7. Dagienė, V., Grigas, G., Jevsikova, T., 2011. *Programinės įrangos lokalizavimo pagrindai*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
8. Esselink, B., 2000. *A Practical Guide to Localization*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
9. Evers, V., Day, D., 2001. The Role of Culture in Interface Acceptance. In: S. Howard, J. Hammond and G. Lindegaard, eds. *Human Computer Interaction, Interact '97*. London: Chapman and Hall. Prieiga per internetą: <http://staff.science.uva.nl/~evers/pubs/INTERACT.pdf> [žiūrėta 2012 m. lapkričio mėn.].
10. Ginter, A., 2002. *Cultural Issues in Translation*. New York: Harper.
11. Grigas, G., 2010. Programinės įrangos testavimas internacionalizavimo požiūriu. *Kalbų studijos / Studies about Languages*, nr. 17. Kaunas: Technologija, pp. 40–45.
12. Hofstede, G. J., 2005. *Cultures and Organization*. New York: McGraw Hill.
13. Hofstede, G., 2001. *Culture's Consequences – Second Edition: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. London: Sage.
14. Hymes, D. H., 1971. On Communicative Competence. In: J. Pride and J. Holmes, eds. *Sociolinguistics*. Penguin, 1972 (excerpt from the paper published 1971, Philadelphia, University of Pennsylvania Press).
15. Karamanian, A. P., 2002. Translation and Culture. *Translation Journal*, vol. 6, no. 1. Prieiga per internetą: <http://translationjournal.net/journal//19culture2.htm> [žiūrėta 2012 m. lapkričio mėn.].
16. Koller, W. 2001. *Einführung in die Übersetzungswissenschaft*. Tübingen, Basel: Franke.
17. Kramina, I., 2005. Linguo-pragmatic Aspects of Intercultural Communicative Competence. *Kalbų studijos / Studies about Languages*, no. 7. Kaunas: Technologija, pp. 41–49.
18. Leonavičienė, A., Jasiukėnaitė, V., 2011. Lietuvos rinkai lokalizuotų interneto svetainių teksto funkcijos ir kalbos kokybė. *Kalbų studijos / Studies about Languages*, nr. 19. Kaunas: Technologija, pp. 56–63.
19. Lingis, A., 1997. *Nieko bendra neturinčiųjų bendrija*. Vertė M. Žukaitė. Vilnius: Baltos lankos.
20. Liubinienė, V., Mykolaitytė, I., 2007. Linguistic and Cultural Adaptation of English Websites into Lithuanian. *Kalbų studijos / Studies about Languages*, no. 10. Kaunas: Technologija, pp. 47–52.
21. Maumevičienė, D., 2011. Lokalizacija kaip komunikacijos aktas. *Vertimo studijos*, t. 4. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, pp. 95–106.
22. Maumevičienė, D., 2012. *Translation Strategies in Software Localisation*. Daktaro disertacija. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
23. Nida, E., 1964. *Toward a Science of Translating*. Leiden: Brill.
24. Nida, E., Taber, C. R., 1982. *The Theory and Practice of Translation*. Leiden: Brill.
25. O'Hagan, M. & Ashworth, D., 2002. *Translation Mediated Communication in a Digital World: Facing the Challenges of Globalization and Localization*. Clevedon: Multilingual Matters.
26. Pym, A., 2004. *The Moving Text: Localisation, Translation and Distribution*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
27. Pym, A., 2007. Cross-Cultural Networking: Translators in the French-German Network of Petites Revues at the End of the Nineteenth Century. *Meta: journal des traducteurs / Meta: Translators' Journal*, vol. 52, nr. 4, pp. 744–762.
28. Recker, J. I., 1974. *Теория перевода и переводческая практика*. Москва: Международные отношения.
29. Ricoeur, P., 2010. *Apie vertimą*. Vilnius: Aidai.
30. Sapir, E., 1949. *Selected Writings of Edward Sapir*. Berkeley: University of California Press.
31. Staponkutė, D., 2004. *Globalizacija ir kultūros vertimas*. Pranešimas tarptautinei AICA konferencijai, Šiauliai. Prieiga per internetą: <http://www.llvs.lt/?recensions=26> [žiūrėta 2012 m. lapkričio mėn.].
32. Tytler, A., 1907. *Essay on the Principles of Translation*. Leiden: Brill.
33. Zeller, I., 2006. Lokalizacijos iššūkiai vertėjams. *Darbai ir dienos*, nr. 45. Kaunas: VDU leidykla, pp. 79–97.

Kristina Raudžiuvienė

### La localisation culturelle et linguistique dans le paradigme de la traduction moderne

#### Résumé

Le développement des moyens modernes de la communication a provoqué de grands changements dans la traduction de la communication, sa forme écrite sur le papier a confronté aux nouveaux supports numériques de la communication dans les médias. Dans la théorie de la traduction ce changement de la localisation est appelé le paradigme de l'effondrement de la traduction (O'Hagan, Ashworth, 2002, p. 1). Cet effondrement a été provoqué par de nombreux facteurs : l'espace de la communication, la modification de l'objet de la traduction y compris le rôle des perceptions du traducteur, la façon de la transmission des messages, la dimension temporelle de la relation donateur / bénéficiaire. Les changements du paradigme ont entraîné les changements du rôle du traducteur, de ses moyens de la traduction, de son lieu de travail qui est passé dans le monde virtuel et numérique. La traduction actuelle de paradigme scientifique est au cours de son évolution qualitative et quantitative. Les changements qualitatifs de la traduction nécessitent de trouver une nouvelle approche théorique pour la solution des problèmes concrets de la traduction. Les changements quantitatifs les plus remarquables dans la traduction actuelle ainsi que des facteurs extralinguistiques influencent beaucoup l'interprétation théorique du développement de la pensée.

Straipsnis įteiktas 2013 09  
Parengtas spaudai 2013 12

**Apie autore**

**Kristina Raudžiuvienė**, Vytauto Didžiojo universiteto doktorantė.

*Mokslinės veiklos kryptys:* lokalizacija, vertimo tyrimai.

*Adresas:* Vytauto Didžiojo universitetas, Humanitarinių mokslų fakultetas, K. Donelaičio g. 52, 44244 Kaunas.

*El. paštas:* kristina.raudziuviene1@gmail.com