

LOKALIZACIJA KAIP KOMUNIKACIJOS AKTAS

DAINORA MAUMEVIČIENĖ

Vilniaus universitetas

Kauno humanitarinis fakultetas

dainora.dromantaite@gmail.com

Globalizacija, informacinės komunikacinės technologijos, jų skverbimasis į visas žmogaus veiklos sritis skatina tirti lokalizaciją ne tik kaip lokalizacijos pramonės ar informatikos, bet ir kaip vertimo studijų objektą. Darbų apie lokalizaciją, lokalizacijos ir vertimo santykį nėra daug, todėl šiame straipsnyje komunikacinį požiūrį, taikomą vertimui tirti, bandoma pritaikyti lokalizacijai. Publikacijoje aprašoma lokalizacija kaip sudėtingas komunikacijos aktas, tarpkultūrinė komunikacija, išskiriami komunikacijos akto lygmenys. Straipsnyje taip pat apibendrinama lokalizacijos apibrėžčių įvairovė, lokalizacijos ir vertimo santykis, atskleidžiamas tarpdalykinis lokalizacijos pobūdis, pateikiamos išvados.

ĮVADAS

Lokalizacijos terminas šiuo metu labai populiarus ekonomikos, komercijos, informatikos ir vertimo studijų srityse. Tačiau lokalizacija yra gana naujas reiškinys, pastebėtas 1970–1980 m., o Lietuvoje – tik apie 1996 m., taigi dar nėra išsamiai aprašytas ir ištirtas. Lokalizacija susijusi su įmonių siekiu didinti pardavimą ir investicinę grąžą bei užkariauti kuo didesnę globaliosios rinkos dalį. Didelės įmonės, naudodamosi informacinių komunikacinių technologijų (IKT), ypač interneto, teikiamomis galimybėmis, gali bendrauti su savo klientais bet kuriuo metu „čia ir dabar“ ir šitaip siūlyti įvairius produktus bei paslaugas, nepaisydamos to, kad įmonė ir klientas yra skirtingose šalyse. Įmonės pateikia produktus, kurie tarsi būtų pagaminti naudotojo šalyje. Tai įmanoma tik tada, kai produktai yra pritaikyti, t. y. lokalizuoti ar adaptuoti, tikslinei rinkai pagal jos kalbinius, kultūrinius, teisinius ir techninius reikalavimus. Nors lokalizacijos terminas dažniausiai vartojamas, kai kalbama apie programinės įrangos ar interneto svetainių lokalizaciją, pastebėta, kad kiti produktai (pvz., meniniai filmai, knygos, reklama) taip pat turi būti adaptuojami (t. y. pritaikomi) konkrečiai tikslinei rinkai, jos naudotojų poreikiams. Taigi terminą *lokalizacija* galima apibrėžti kaip lingvistinę, kultūrinę, teisinę ir techninę tam tikro produkto adaptaciją – pritaikymą konkrečiai rinkai (Maumevičienė 2011).

Tyrimo aktualumas. Lokalizacija yra palyginti naujas reiškinys, todėl nėra iki galo apibrėžtas ir ištirtas. Mokslinėje literatūroje pateikiamos skirtingos *lokalizacijos* sąvokos apibrėžtys (Cadieux, Esselink 2004; Shäler 2007). Be to, iki šiol nėra tiksliai nusakyta ir apibrėžta lokalizacijos ir vertimo sąsaja, nes ribos tarp šių dviejų reiškinių yra miglotos (Munday 2008). Nors lokalizacija ir kilo iš vertimo, jai tirti vertimo tyrimo modeliai

ir analizės metodai (pvz., vertimo kaip komunikacinio akto tyrimo modelis, vertimo mikrostruktūros ir makrostruktūros analizė) taikomi retai. Taip pat dar neišsiaiškinta, kaip lokalizacija keičia vertimo mokslo ir studijų bei vertėjo profesijos sampratą ir kaip gali paveikti tolesnę vertimo, kaip studijų, mokslo bei profesijos, raidą. Todėl lokalizaciją būtina tirti vertimo studijų kontekste – antraip vertimas, kaip veikla ir studijos, gali smarkiai susiaurėti ir dalis vertimo veiklos gali būti perimta informatikos mokslų.

Straipsnių apie lokalizaciją kaip naują vertimo formą ar lokalizacijos ir vertimo santykį nėra daug (Pym 2010a). Lokalizacijos aspektai yra tiriami ir aprašomi užsienio autorių – tiek mokslininkų, tiriančių vertimą ir lokalizaciją vertimo studijų kontekste (O’Hagan, Ashworth 2002; Biau Gil 2005; Gouadec 2007; Pym 2010a), tiek lokalizacijos pramonės atstovų (Thibodeau 2000), bet Lietuvoje darbų šia tema nėra daug. Apie lokalizaciją bei lietuvinimo procesus ir problemas mūsų šalyje dažniausiai rašo mokslininkai informatikai (Dagienė, Grigas, Jevsikova 2010; *idem* 2011). Lokalizacijos problemos ir internacionalizacijos svarba aptariami dviejose disertacijose (Laucius 2007; Jevsikova 2009), tačiau pati lokalizacija dažniausiai tirama kaip matematikos ir informatikos mokslų reiškinys. Informatikai tai pripažįsta ir pabrėžia (Dagienė, Grigas, Jevsikova 2011). Lietuvoje kalbininkų ir vertimo studijomis besidominčių mokslininkų darbų apie lokalizaciją beveik nėra (Liubinienė, Mykolaitytė 2007), todėl šis straipsnis – tai mėginimas bent kiek užpildyti esančią spragą ir pažvelgti į lokalizaciją ne iš informatiko ar lokalizacijos pramonės atstovo, o iš filologo bei vertimo studijų atstovo pozicijos bei aptarti tam tikrus lokalizacijos aspektus.

Šiame straipsnyje dėmesys sutelkiamas į lokalizaciją kaip komunikacijos aktą, o straipsnio tikslas – aprašyti lokalizaciją kaip sudėtingą komunikacinį procesą. Dėl pasirinkto straipsnio objekto ir tikslo straipsnis yra teorinio pobūdžio. Objektui aprašyti ir tikslui pasiekti taikomi šie metodai: mokslinės literatūros ir akademinų publikacijų sintezė, aprašomasis metodas (straipsnis priskiriamas aprašomųjų vertimo studijų sričiai (Toury 1995)), funkcinis lokalizacijos, kaip komunikacijos akto, tyrimas. Lokalizacija ne tik aprašoma kaip komunikacijos aktas, bet aptariamos ir jos apibrėžties problemos užsienyje ir mūsų šalyje, pateikiamos straipsnio įžvalgas apibendrinančios išvados.

LOKALIZACIJOS SAMPRATA

Pirmiausia *lokalizacijos* terminas buvo pradėtas vartoti ekonomikos ir tarptautinės prekybos kontekste (Pym 2003, 26; Biau Gil 2005, 15; Dunne 2006, 1), o į publikacijas apie vertimą ir vertimo studijas pateko visai neseniai (Munday 2008; Pym 2010a). Pati *lokalizacija* suprantama ir apibrėžiama nevienodai, todėl mokslininkų ir praktikų darbuose randama daugiau nei dvidešimt šio termino apibrėžčių. Tokią įvairovę lėmė ne tik skirtingas tyrėjų ir praktikų požiūris į lokalizaciją, mat apibrėžtis priklauso nuo to, kas ką nors apibrėžia, bet ir pati lokalizacijos prigimtis. Lokalizacija gimė iš kalbos „vedybu“ su

technologijomis (Esselink 2000), tad tarpdalykinis šio reiškinių pobūdis paaiškina, kodėl yra tiek daug skirtingų požiūrių bei įvairių filologų, matematikos ir informatikos mokslų bei lokalizacijos pramonės atstovų vartojamų apibrėžčių.

Lokalizacija yra praktinis reiškinys, ir pirmiausia apie ją pradėjo rašyti lokalizacijos pramonės atstovai, o jiems apibrėžtys nėra svarbios (Pym 2010b; Maumevičienė 2011). Gerosios patirties sklaida, susijusi su lokalizacijos procesais ir projektais, buvo lokalizavimo pramonės įmonių komercinė paslaptis, ir tokios įmonės ilgai nesidalijo žiniomis apie praktinį išmanymą (angl. „*know how*“), susijusį su komercinės programinės įrangos, vaizdo žaidimų ar svetainių lokalizacija.

Todėl akademinėse publikacijose iki šiol vyksta diskusijos dėl *lokalizacijos* termino apibrėžties (Austermühl 2001; Biau Gil 2005; O’Hagan 2006; Pym 2010a). Visas apibrėžtis galima suskirstyti į dvi grupes. Pirmai grupei priskiriamose apibrėžtyse lokalizacija apibūdinama kaip reiškinys ir procesas. Dažniausiai jos siejamos su tam tikru kontekstu ir išryškina lokalizacijos, kaip reiškinio ir proceso, aspektus. Vienose apibrėžtyse lokalizacija nusakoma kaip programinės įrangos pritaikymas tikslinei rinkai pagal jos reikalavimus (Deutsch, Czarnecki 2001, 9; Savourel 2001, 6; Schmitz 2005, 2; Palumbo 2009, 71; Dagienė, Grigas, Jevsikova 2011, 16), o kitose teigiama, kad lokalizacija yra būtinybė ir tarp globaliomis tapti norinčių įmonių „paplitęs apsidimas“ (Thibodeau 2000, 138). Dar kitų mokslininkų ir lokalizacijos pramonės atstovų pateikiamose apibrėžtyse lokalizacija apibūdinama kaip kalbinė problema ir procesas (Brooks 2000, 43). Kai kurie mokslininkai ją apibūdina kaip teksto „judėjimą“ (Pym 2004), tam tikrą tarpininkavimo formą, galimybę įveikti tarpkultūrinius skirtumus, kaip įrankį, užtikrinantį sėkmingą tarpkultūrinę komunikaciją (O’Hagan, Ashworth 2002, 18).

Antrai grupei priskiriamos apibrėžtys, kurse lokalizacija apibūdinama per jos santykį su vertimu: diskutuojama, ar lokalizacija yra vertimo dalis, ar priešingai – vertimas yra lokalizacijos dalis. Šias apibrėžtis taip pat būtų galima suskirstyti į du pogrupius. Pirmam priskiriamos apibrėžtys, kuriose vertimas apibūdinamas kaip mažas lokalizavimo proceso etapas, antram priskiriamose apibrėžtyse teigiama, kad vertimas yra lokalizacijos esmė ir branduolys.

Lokalizacijos pramonės atstovai bei matematikos ir informatikos mokslininkai teigia, kad lokalizacija negali būti tapatinama su vertimu, nes vertimas yra nedidelis lokalizavimo proceso etapas. Pats lokalizavimo procesas yra daugiau nei vertimas ir apima produkto projektavimą, paruošimą (internacionalizavimą), vertimą, testavimą ir tiražavimą. Taigi vertimas yra tik vienas sudėtingo lokalizavimo proceso etapas, o lokalizacija apibrėžiama kaip programinės įrangos adaptavimas, pritaikymas ar modifikavimas (Brooks 2000; Esselink 2000; *idem* 2006; Sprung 2000; Austermühl 2001; Dagienė 2004; Pym 2004; *idem* 2008; Dagienė, Grigas 2006; Zeller 2006). Įdomu ir tai, kad kartais, apibrėždami lokalizaciją ir vertimą, lokalizacijos pramonės atstovai net nepamini vertimo kaip lokalizavimo dalies, nes vertimas tarsi savaime numanomas kaip būtinybė (LISA 1998). Tokiu atveju *lokalizacijos* terminas tampa hiperonimu, apimančiu vertimą.

Kitą apie vertimo ir lokalizacijos santykį rašančiųjų grupę daugiausia sudaro vertimo studijų atstovai. Jie teigia, kad vertimas yra lokalizacijos branduolys (O'Hagan, Ashworth 2002; O'Hagan 2006), o pati lokalizacija (t. y. tam tikro turinio pritaikymas tikslinei kultūrai ir kalbai) nėra naujas reiškinys: vertėjai tokią veiklą vykdo jau tūkstančius metų (Gouadec 2007; Pym 2010b). Įdomu ir tai, kad Frankas Austermühlas, pritariantis pirmajai mokslininkų grupei, sutinka, kad vertimas yra lokalizacijos esmė (Austermühl 2006). Minako O'Hagan ir Davidas Ashworthas teigia, kad vertimas yra tiek globalizacijos, tiek lokalizacijos branduolys, nes nuo vertimo priklauso ir lokalizacija, ir globalizacija (2002, 12). Straipsnių autoriai, ypač kalbėdami apie programinės įrangos pritaikymą, sutinka, kad lokalizacija apima ir vertimą, ir inžinerinį programinės įrangos kūrimą, tačiau, pagrįsdami savo nuomonę apie vertimo ir lokalizacijos santykį, mokslininkai teigia, kad lokalizacija praplečia vertimo sampratą. Vertimas, anot jų, iš popieriuje atliekamos veiklos perkeliamas į skaitmeninę terpę (plg. programinė įranga, vaizdo žaidimai, el. spauda, svetainės ir kt.). Tai vadinama lokalizacija, kuri gali būti traktuojama kaip nauja vertimo forma (*ibid.*, 71). Tokia veikla reikalauja ne tik teksto vertimo, bet ir specialaus to teksto inžinerinio pritaikymo (pvz., spalvų, hiperteksto, paveikslukų ar muzikos įrašų tekste). Dėl technologijų, kurios keičia vertimą, lokalizaciją būtų galima vadinti skaitmenine terpe paženklinta nauja vertimo forma (O'Hagan, Ashworth 2002; O'Hagan 2006; Gouadec 2007).

Šiame straipsnyje nesiekama įrodyti, kurios mokslininkų grupės lokalizacijai nusakyti siūlomos apibrėžtys yra teisingesnės. Įvairios nuomonės pristatomos siekiant atskleisti tarpdalykinį lokalizacijos pobūdį, įvairiapusiškumą ir problematiką. Straipsnio autorė pritaria antrosios mokslininkų grupės pateiktai lokalizacijos apibrėžčiai, kuri vertimą apibūdina kaip lokalizacijos branduolį ir esmę, nes bet kokio produkto – programinės įrangos, filmo, knygos, dainos ar reklamos – pritaikymas, arba adaptacija, atliekamas per vertimą. Ar produktas pritaikytas tinkamai, tikslinė auditorija pirmiausia sprendžia iš kalbos, o ne sudėtingų technologinių inžinerinių sprendimų: naudotojų nepasitenkinimą dažnai gali sukelti net vienas nepriimtinas žodis (pvz., *Microsoft Word* programinės įrangos pakete žodžiai „tinkinti“, „čiurkšlys“ ar „vaizduoklis“), bet jie rečiau pastebės techninių sprendimų netobulumą.

Vertimą tikslinga apibūdinti kaip lokalizacijos branduolį dar ir dėl šių veiksnių. Vertimo sąnaudos paprastai yra didžiausios ir lokalizavimo projekto metu jos sudaro 35 proc. visos sumos, skirtos lokalizavimo projektui įgyvendinti (Brooks 2000, 45). Jeigu vertimas traktuojamas kaip lokalizacijos esmė, branduolys, aiškiau nusakoma lokalizacijos kilmė. Paprastai globalizacijai, internacionalizacijai, lokalizacijai ir vertimui nusakyti vartojamas angliškas akronimas *GILT* (G – globalizacija, I – internacionalizacija, L – lokalizacija ir T – angl. „translation“ – vertimas), tačiau tikslingiau būtų vartoti akronimą *TLIG* (arba lietuvišką atitikmenį *VLIG*), kuris parodytų lokalizacijos kilmę, jos sąsajas su vertimu, internacionalizacija ir globalizacija (Dunne 2006, 5). Trečiasis veiksnys būtų technologijos

ir internetas, kurie skverbiasi į visas žmogaus veiklos sritis ir jas keičia, o kartu keičia ir vertimą kaip produktą, procesą bei mokslą.

LIETUVIŠKOJI LOKALIZACIJOS SAMPRATA

Aptarus siūlomas lokalizacijos apibrėžtis užsienio autorių darbuose, įdomu pažvelgti, kaip lokalizacija apibrėžiama Lietuvoje. Lokalizacija Lietuvoje pradėta tirti tik paskutiniame XX a. dešimtmetyje ir jos tyrimai negausūs. 1996 m. IBM bendrovė pabandė pritaikyti operacinės sistemos produktą OS/2, skirtą vidurinėms mokykloms. „Microsoft“ bendrovės produktai „prabilo“ lietuviškai tik 2001 metais. Lokalizaciją, kaip reiškinį ir procesą, daugiausia tyrinėja Matematikos ir informatikos instituto mokslininkai (Dagienė, Grigas, Jevsikova 2010; *idem* 2011), todėl jų požiūris į lokalizaciją grindžiamas matematikos ir informatikos nuostatomis.

Vertimo studijomis besidominčiųjų darbų lokalizacijos tema beveik nėra, tad nuomonių pasidalijimo ar diskusijų dėl lokalizacijos termino apibrėžties taip pat nėra. Publikacijų apie lokalizacijos įmonių Lietuvoje gerosios patirties sklaidą taip pat nėra. Taigi dažniausiai lokalizacijos samprata grindžiama informatikų ir matematikų argumentais. Jų siūloma apibrėžtis (lokalizacija kaip programinės įrangos kalbinis, kultūrinis ir techninis pritaikymas tikslinei rinkai) sutampa su užsienio mokslininkų nuomone: lokalizacija yra programinės įrangos adaptavimas, modifikavimas (Brooks 2000; Esselink 2000; *idem* 2006; Sprung 2000; Austermlühl 2001; Dagienė 2004; Pym 2004; *idem* 2008; Dagienė, Grigas 2006; Zeller 2006; Dagienė, Grigas, Jevsikova 2010; *idem* 2011).

Straipsnio autorė, tirdama Lietuvos mokslininkų apibrėžtis lokalizacijai nusakyti, pastebėjo, kad jie (matematikai ir informatikai) atskiria lokalizaciją nuo lokalizavimo. Anot Valentinos Dagienės, Gintauto Grigo ir Tatjanos Jevsikovos, lokalizavimas yra programinės įrangos pritaikymo procesas, o lokalizacija – tai pritaikymo kultūrinei ir kalbinei terpei rezultatas arba atmaina lokalizuotai programinei įrangai įvardyti (2010, 18). Procesas nuo rezultato skiriasi, nes procesas nusako kaitą tarp tam tikrų raidos etapų, nusakančių vyksmą, o rezultatas yra kieno nors padarinys ar pasekmė (LKŽ 2005). Tačiau kai kalbama apie skirtingas *lokalizacijos* ir *lokalizavimo* apibrėžtis, straipsnio autorės nuomone, lokalizaciją būtų tikslinga apibrėžti ne tik kaip konkretaus lokalizavimo proceso rezultatą, bet ir kaip reiškinį bei faktą. Taigi šiame straipsnyje terminas *lokalizacija* vartojamas, kai rašoma apie reiškinį ir rezultatą, o kai aptariamas procesas, vartojamas terminas *lokalizavimas*. Beje, Lietuvoje vietoj tarptautinio termino *lokalizacija* vartojamas ir terminas *lietuvinimas*, *lietuvininti*, rodantis produkto pritaikymą lietuvių kultūrai pagal lietuvių kalbos ir Lietuvos teisės reikalavimus (Dagienė, Grigas, Jevsikova 2011; Maumevičienė 2011).

Mūsų šalies matematikai ir informatikai, aprašydami lokalizavimo procesus, dažniausiai lokalizaciją apibūdina siaurąja prasme, t. y. tiksliai kaip programinės įrangos pritaikymą, neatsižvelgdami į tai, kad ir kiti produktai, pvz., filmai, knygos, reklama, žaidimai ir kt.,

taip pat turi būti adaptuojami Lietuvos rinkai. Kiti lokalizacijos aspektai, pvz., lokalizacija kaip komunikacijos aktas ar tarpkultūrinė komunikacija, lokalizacija kaip aktorių tinklo teorija ar lokalizacija kaip sprendimų priėmimo procesas, nenagrinėjami. Tokią lietuvių informatikų ir matematikų lokalizacijos sampratą pateisina tiek pasirinktas požiūris, tiek lokalizacijos reiškinių tarpdalykinis pobūdis. Be to, minėti lokalizacijos aspektai (lokalizacija kaip (tarpkultūrinė) komunikacija ar sprendimų priėmimo procesas ir pan.) perimami iš vertimo studijų ir būdingesni vertimui nei matematikai ar informatikai.

Pažymėtina ir tai, kad lokalizacijos sąvoka taip pat nėra nuosekliai vartojama. Nors matematikos ir informatikos mokslininkai atskiria lokalizaciją nuo vertimo ir teigia, kad lokalizacija ir vertimas nėra tas pats (Dagienė, Grigas 2006; Dagienė, Grigas, Jevsikova 2010), kalbėdami apie lietuvinimą, jie lokalizaciją prilygina vertimui. Pavyzdžiui, publikacijos apie atvirojo kodo lietuvinimą autoriai teigia, kad, pagal lokalizuotų programų skaičių, Lietuva bendrame Europos kontekste yra sąrašo gale (antra nuo galo), todėl reikia versti, t. y. lokalizuoti, daugiau atvirojo kodo programų. Jie apgailestauja, kad „į lietuvių kalbą išversta nedaug programinės įrangos“ (Dagienė 2004, 36). Veikiausiai lokalizacijos ir vertimo terminai taip vartojami todėl, kad 2004 m. ir 2006 m. publikuoti darbai rodė pirmuosius lokalizacijos tyrimo rezultatus, kurie galėjo būti dar neišsamūs. Be to, vertimo darbų apimtys ir sąnaudos yra vieni didžiausių lokalizuojant programinę įrangą, dėl to lokalizacija ir vertimas minėtų autorių publikacijose galėjo būti sutapatinti.

LOKALIZACIJA KAIP KOMUNIKACIJOS AKTAS

Aptarus esamas lokalizacijos apibrėžtis Lietuvoje ir kitose pasaulio šalyse, įdomu pažvelgti į lokalizaciją kaip (tarpkultūrinę) komunikaciją, mat, be visų pateiktų lokalizacijos apibrėžimų, lokalizacija apibūdinama ir kaip komunikacijos aktas. Toks apibūdinimas perimamas iš vertimo studijų, kai vertimui tirti pritaikomas komunikacinis požiūris ir modelis (Kade 1968; Nida, Taber 1969/1982; Popovič 1980; Lambert, Van Gorp 1985/2006; Šveicer 1988; O'Hagan, Ashworth 2002; Pym 2003; *idem* 2005; *idem* 2009; O'Hagan 2006; Černiuvienė 2008). Lokalizacija yra prilyginama komunikacijai, o lokalizaciją kaip komunikacijos aktą aprašo Minako O'Hagan ir Davidas Ashworthas (2002), Anthony Pymas (2004), José Ramónas Biau Gilis (2005), Patas O'Sullivanas (2005) ir kiti.

Sėkminga ir efektyvi komunikacija lokalizavimo metu yra svarbiausia, esminė varomoji jėga (O'Sullivan 2005). Efektyvios komunikacijos svarbą pabrėžia tiek lokalizacijos pramonės atstovai ir informatikai (Thibodeau 2000; Esselink 2000; Brooks 2000; O'Sullivan 2005), tiek mokslininkai, tiriantys lokalizaciją kaip vertimo studijų segmentą (O'Hagan, Ashworth 2002; Pym 2004; *idem* 2010b; Biau Gil 2005). Tarpkultūrinė komunikacija vyksta pasitelkiant įvairias technologijas, ir lokalizavimo projekto sėkmė labai priklauso nuo diegiančiosios komandos vadovų, lokalizuotojų vertėjų, informatikos

specialistų inžinierių, analitikų ir pačių klientų gebėjimo bendrauti, bendradarbiauti ir susikalbėti. Šioje straipsnio dalyje lokalizacija aptariama kaip sudėtingas komunikacijos aktas: išskiriami jos lygmenys ir kartu pateikiama daugiau įžvalgų apie lokalizaciją kaip reiškinių bei procesą.

Lokalizaciją galima tirti kaip tarpkultūrinę komunikaciją, nes lokalizavimo metu susitinka dvi besiderančios šalys – duodančioji ir gaunančioji, kurios atstovauja skirtingoms kultūroms. Produktas, kurį pateikia duodančioji šalis, yra tam tikros kultūros atspindys ir artefaktas. Pavyzdžiui, kai kalbame apie programinę įrangą, dažniausiai turime galvoje Jungtinėse Amerikos Valstijose sukurtus produktus, kurie turi „prabilti“ lietuviškai. Tarkime, lietuvinant *PeopleSoft* programinę įrangą (JAV produktas), kai buvo kuriama Lietuvos informacinė mokslo ir studijų sistema, susitiko dvi derybų šalys – JAV ir Lietuva. Duodančioji šalis (JAV) pasiūlė kitai šaliai (Lietuvai) tai, ko ji neturėjo, bet norėjo turėti, kad būtų lygiavertė kitoms šalims.

Dėl noro duoti kitai šaliai tai, ko ji neturi, lokalizaciją galima pavadinti geranoriška ir padedančia kurti geresnį pasaulį, kuriame niekas nėra išmestas „už borto“ ir visi (t. y. kultūros, valstybės) turi vienodas teises įsigyti tokius pačius produktus (Fry 2003). Šiuo atžvilgiu lokalizaciją būtų galima pavadinti pozityviu reiškiniu, nes jos tikslas – pateikti žmonėms tekstus jų gimtąja kalba (Pym 2004, 45).

Tirdamas lokalizaciją kaip komunikacijos aktą socialiniu požiūriu, Pymas pastebi, kad per derybas, kai siūloma programinė įrangą ar kitoks produktas, susitinkančių kultūrų ar šalių komunikacija grindžiama savanaudiškais ir egoistiniais tikslais, t. y. naudos siekiu: nepaisant geranoriškų tikslų, ir viena, ir kita šalis ko nors tikisi (Pym 2004, 135). Duodančioji šalis nori parduoti produktą ir šitaip padidinti savo investicinę grąžą bei užkariauti didesnę rinkos dalį (kuo daugiau produktų pritaikyta ir adaptuota, tuo daugiau parduodama). Gaunančioji šalis nori turėti produktą, kuris patenkintų jos poreikius ir kalbinius, kultūrinius, techninius bei teisinius reikalavimus. Kai susitinka abi šalys, turi įvykti susikalbėjimo aktas, nes kitaip nei viena, nei kita naudos neturės. Paradoksalu ir tai, kad lokalizacija, kaip tarpkultūrinė komunikacija, kurios metu vyksta derybos, turėtų būti grindžiama abipusiu pasitikėjimu, tačiau vietoj tarpusavio pasitikėjimo išauga nepasitikėjimas. Nors abi šalys ir yra lygiavertės partnerės (t. y. abi ko nors siekia ir tikisi), dėl kultūrinio skirtumo jos viena apie kitą žino mažai. Tai padidina nesusipratimų tikimybę ir gali paskatinti atmesti tam tikrą produktą.

Lokalizaciją galima apibūdinti ir kaip sudėtingą komunikacijos aktą, nes tuo pačiu metu tarpkultūrinis komunikacijos procesas vyksta keliais lygmenimis – makrolygmeniu ir mikrolygmeniu. Makrolygmeniui galima priskirti komunikaciją – derybas dėl siūlomo ar gaunamo produkto – tarp dviejų skirtingų šalių, kurios atstovauja tam tikroms kultūroms. Pavyzdžiui, diegiant Lietuvos mokslo ir studijų informacinę sistemą susitiko dvi šalys – Lietuva ir Jungtinės Amerikos Valstijos. Lietuvos pusė siekė įsigyti ir naudoti programinę įrangą *PeopleSoft*, sukurtą Jungtinėse Amerikos Valstijose ir platinamą „NobleStar Systems“

įmonės. Taigi lokalizavimo metu tarpkultūrinės komunikacijos aktas vyksta mažiausiai tarp dviejų kultūrų (šiuo atveju kultūra – tai „kolektyvinis proto programavimas, skiriantis vienos grupės ar kategorijos žmones nuo kitų“ („*Culture is the collective programming of the mind distinguishing the members of one group or category of people from others*“) (Hofstede 2010, 180)). Tokią komunikacinę situaciją tarp duodančiosios ir gaunančiosios šalių, t. y. diegėjo ir kliento, kurie atstovauja tam tikrai kultūrai ir kelia tam tikrus kalbinius, kultūrinius, teisinius ir techninius reikalavimus, būtų galima pavadinti išorine arba makrolygmens komunikacija.

Šalia makrolygmens komunikacijos, tarp dviejų kultūrų pastebima ir vidinė, arba mikrolygmens, tarpkultūrinė komunikacija, t. y. komunikacija programinės įrangos diegimo komandos (sudarytos iš diegėjo ir kliento atstovų) viduje. Gera komunikacija ir jos svarba lokalizavimo metu pabrėžiama lokalizacijos pramonės atstovų, kurie ypač išskiria diegimo komandos narių gebėjimą efektyviai bendradarbiauti, mat sėkminga lokalizacijos baigtis yra komandinio darbo rezultatas. Diegimo komanda ne visada yra vienalytė kultūrų prasme, todėl jos viduje taip pat vyksta tarpkultūrinė komunikacija. Pavyzdžiui, lietuvinant mokslo ir studijų informacines sistemas, diegimo komanda Lietuvoje buvo sudaryta iš lietuvių, lenkų, olandų, meksikiečių, anglų, škotų, airių, vokiečių, filipiniečių, indų, australų, JAV ir Naujosios Zelandijos atstovų. Komunikacija tarp diegimo komandos vadovų, inžinierių, technikų, analitikų ir vertėjų dėl tokios tautybių ir kultūrų gausos tampa sudėtingesnė, nes skirtinga kultūrinė patirtis gali sukelti tam tikrų nesusipratimų. Nesusikalbėjimas tarp komandos narių gali nulemti lokalizavimo baigtį.

Kalbant apie diegimo komandos vidaus santykius, taip pat būtina pabrėžti vertėjų ir programuotojų inžinierių gebėjimą sutarti tarpusavyje. Atrodo, savaime suprantama, kad siekiami sėkmingos lokalizavimo pabaigos ir vertėjai, ir programuotojai inžinieriai turėtų susėsti prie vieno stalo, tačiau dažnai taip nebūna, ir komunikacija tarp vertėjų bei IKT specialistų tampa problema. Anot Biau Gilo (2005) ir Pymo (2004), nors vertėjai ir inžinieriai programuotojai galėtų dirbti kartu, jie to nedaro, nes vieni dirba su žodžiais, o kiti su kodais, bet ir vertėjai, ir IKT specialistai pamiršta, kad skaitmeninėje terpėje žodžiai ir kodai susilieja (Biau Gil 2005, 22). Be to, vertėjai ir IKT specialistai turėtų efektyviau bendrauti prisimindami, kad sėkmingas komandinis darbas užtikrina sėkmingą lokalizavimo pabaigą.

Lokalizavimo metu, be aprašytųjų, pastebimas dar vienas komunikacijos aktas, kurio modelis yra perimamas iš vertimo teorijos ir pritaikomas lokalizacijai tirti. Vertimą kaip komunikacijos aktą apibūdina Otto Kade (1968), Eugene'as Nida ir Charlesas Taberis (1969), Antonas Popovičius (1980), Aleksandras Davidovičius Šveiceris (1988), Minako O'Hagan ir Davidas Ashworthas (2002). Pasak jų, kūrėjo siunčiamą pranešimą (tekstą) pirmiausia gauna vertėjas, o šis, išvertęs ir pakeitęs pranešimo kodą (tekstą), tampa siuntėju ir pritaikytą tekstą siunčia galutiniam skaitytojui ar programinės įrangos naudotojui. Lokalizacijos atveju toks komunikacijos aktas yra daug sudėtingesnis nei, pvz.,

verčiant romaną, nes teksto siuntėjas, t. y. programinės įrangos kūrėjas ir tiražuotojas, yra ne vienas, o grupė autorių (inžinieriai programuotojai, testuotojai ir kt.), sukurtą tekstą – programinę įrangą – siunčiantys ne vienam vertėjui, o vertėjų komandai – lokalizuotojams, kurie ne tik verčia programinės įrangos tekstą, bet ir pritaiko simbolius ar spalvas ir pritaikytą produktą siunčia galutiniam naudotojui.

Antrojo komunikacijos akto metu, kai pritaikyta programinė įranga siunčiama galutiniam naudotojui, vertėjų grupė nėra vieninteliai siuntėjai. Tam tikrai kultūrai pritaikyti programinės įrangos, filmo ar kompiuterinio žaidimo tekstą padeda ir informatikai inžinieriai, analitikai bei testuotojai, todėl pritaikytas produktas yra ne vieno žmogaus, o visos komandos darbo ir pastangų rezultatas.

Beje, pats tekstas, siunčiamas kaip programinės įrangos tekstas, yra visiškai kitoks, nei, tarkime, leidykloje išleisto romano tekstas. Technologijos pakeičia teksto kūrimo principus (Biau Gil 2005). Kai lokalizuojama programinė įranga, siunčiamas tekstas tampa hipertekstu – tekstu su multimedijos elementais: garsu, vaizdu bei kitais komunikaciniais elementais (Biau Gil 2005). Toks tekstas nėra linijinis, rišlus ir nuoseklus. Dažniausiai programinės įrangos tekstas yra atskiri žodžių be konteksto junginiai, kurie dar vadinami teksto segmentais arba įrašų sekomis (angl. „*language strings*“).

Kai kalbama apie programinės įrangos teksto lietuvinimą, būtina paminėti ir tai, kad vertėjui siunčiamas tekstas yra hipertekstas, kuriame susipina verbaliniai ir neverbaliniai komunikacijos elementai (garsai, paveikslai, simboliai), – juos pašalinus prarandama dalis konteksto. Tada lieka tik dalis teksto, kuris nėra nuoseklus ir rišlus, neturi nei pradžios, nei pabaigos. Dažniausiai vertėjams pateikiamas ne visas programinės įrangos hipertekstas, o tik pavieniai žodžiai be konteksto, todėl versdami vertėjai praranda dalį informacijos. Dėl riboto informacijos kiekio jie gali suklysti ir pasiūlyti neteisingus vertimus. Be to, vertėjų, ne tik kaip programinės įrangos naudotojų, bet ir kaip komunikacijos akto dalyvių (pirmiausia – programinės įrangos teksto gavėjų, o vėliau – siuntėjų) komunikacija tampa neefektyvi ir ribota.

Be minėtų komunikacijos procesų, būtina paminėti ir tai, kad programinė įranga taip pat tampa komunikacijos akto dalyve, nes tiesioginė komunikacija vyksta tarp pačios programinės įrangos ir programinės įrangos naudotojų. Dialogas vyksta tarp programinės įrangos, kuri siunčia tam tikrą informaciją (pranešimą), ir jos naudotojo. Sėkmingai jis baigiasi tada, kai naudotojas supranta, ką reikia daryti, kokius duomenis įvesti, kad informacija būtų reikiamai apdorota. Komunikacija tarp programinės įrangos gali būti sinchroninė ar asinchroninė, tačiau komunikacijos akto sėkmė priklauso nuo to, kaip gerai programinė įranga pritaikyta. Žinoma, galima įvardyti ir dialogą balsu su pačia programine įranga ir kompiuteriu, kai žmogus balsu diktuoja tam tikras komandas kompiuteriui, į kurias šis atitinkamai reaguoja (Dagienė, Grigas, Jevsikova 2011, 15).

IŠVADOS

Apžvelgus galimas lokalizacijos apibrėžtis ir lokalizaciją kaip (tarpkultūrinės) komunikacijos aktą, galima daryti tokias išvadas.

Dėl tarpdalykinės reiškinio prigimties ir skirtingo ją apibrėžiančių žmonių požiūrio iki šiol nėra vienareikšmės lokalizacijos apibrėžties, bet pateiktos skirtingos apibrėžtys leidžia įvairiapusiskai suprasti tiek pačią lokalizaciją, tiek lokalizacijos ir vertimo santykį. Lokalizacijos apibrėžtis per jos santykį su vertimu, kai vertimas laikomas lokalizacijos branduoliu, yra tikslingesnė ir geriau nurodo lokalizacijos kilmę bei raidą, nei lokalizacijos kaip produkto adaptavimo apibrėžtis.

Iš vertimo perimtas komunikacinis požiūris ir jo taikytas lokalizacijai kaip komunikacijos aktui tirti atskleidė, kad dėl technologijų pakeisto teksto ir atsiradusio hiperteksto, kuris perduodamas per du komunikacijos aktus, taip pat dėl pasikeitusio gavėjo ir siuntėjo lokalizacija yra sudėtingas komunikacijos aktas. Lokalizacijos atveju kalbama apie gavėjų grupę, kuri vėliau tampa pranešimo siuntėju galutiniams naudotojams, o siunčiamas tekstas (t. y. pritaikyta programinė įranga) yra grupinio darbo rezultatas.

Lokalizaciją galima apibrėžti ir kaip sudėtingą tarpkultūrinę komunikaciją. Galima išskirti lokalizavimo metu vykstančios makrokomunikacijos ir mikrokomunikacijos lygmenis, o sociologiniu požiūriu lokalizaciją galima apibūdinti kaip geranorišką, bet sykiu ir egoistišką komunikaciją.

LITERATŪRA

- Austermühl F. 2001. *Electronic Tools for Translators*. Manchester: St. Jerome Publishing.
- Austermühl F. 2006. Training Translators to Localize. *Translation Technology and Its Teaching (with Much Mention of Localisation)*, eds. Pym A., Perekrestenko A., Starink B. Tarragona: Intercultural studies group, 69–81.
- Biau Gil J. R. 2005. *Flying Blind: Translation Interfaces and Non-Verbal Elements in Hypermedia Texts*. Tarragona: Universitat Rovira i Virgili.
- Biau Gil J. R., Pym A. 2006. Technology and Translation: A Pedagogical Overview. *Translation Technology and Its Teaching (with Much Mention of Localization)*, eds. Pym A., Perekrestenko A., Starink B. Tarragona: Intercultural studies group, 5–19.
- Brooks D. 2000. What Price Globalization? Managing Costs at Microsoft. *Translating into Success: Cutting-edge Strategies for Going Multilingual in a Global Age*, ed. Sprung R. C. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, 43–57.
- Cadieux P., Esselink B. 2004. *GILT: Globalization, Internationalization, Localization, Translation*. <<http://www.translationdirectory.com/article127.htm>> [žiūrėta 2009-06-10].
- Černiuvienė L. 2008. Eiliuotų ir neeiluotų Ch. Perrault pasakų vertimų analizė. *Vertimo Studijos* 1, 81–91.
- Dagienė V., ed. 2004. Atviras kodas švietime: Ataskaita. <http://www.ipc.lt/wp-content/uploads/2009/11/atvirasKodasSvietime_ataskaita.pdf> [žiūrėta 2008-11-23].
- Dagienė V., Grigas G. 2006. Quantitative Evaluation of the Process of Open Source Software Localization.

- Informatica* 17 (1), 3–12.
- Dagienė V., Grigas G., Jevsikova T. 2010. *Programinės įrangos lokalizavimas*. Vilnius: Matematikos ir informatikos institutas.
- Dagienė V., Grigas G., Jevsikova T. 2011. *Programinės įrangos lokalizavimo pagrindai*. Vilnius: Vilniaus universitetas.
- Deitsch A., Czarnecki D. 2001. *JAVA Internationalization*. Sebastopol: O'Reilly & Associates.
- Dunne K. J. 2006. A Copernican Revolution: Focusing on the Big Picture of Localisation. *Perspectives on Localization*, ed. Dunne K. J. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, 1–15.
- Esselink B. 2000. *A Practical Guide to Localization*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins.
- Esselink B. 2006. The Evolution of Localization. *Translation Technology and Its Teaching (with Much Mention of Localization)*, eds. Pym A., Perekretenko A., Starink B. Tarragona: Intercultural studies group, 22–29.
- Fry D. 2003. *The Localisation Primer*. <<http://www.ict.griffith.edu.au/~davidt/cit3611/LISAprimer.pdf>> [žiūrėta 2010-12-12].
- Gouadec D. 2007. *Translation as a Profession*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins.
- Hofstede G. 2010. *Culture and Organisations: Software of the Mind*. <<http://geert-hofstede.com/organisational-culture.html>> [žiūrėta 2011-11-23].
- Jevsikova T. 2009. *Internetinės programinės įrangos lokalizavimas: daktaro disertacija*. <http://www.mii.lt/files/mii_dis_2009_jevsikova.pdf> [žiūrėta 2011-01-30].
- Kade O. 1968. *Zufall und Gesetzmäßigkeit in der Übersetzung*. Beihefte zur Zeitschrift Fremdsprachen 1. Leipzig: VEB Verlag Enzyklopädie.
- Laucius R. 2007. *Kompiliatorių internacionalizacija: daktaro disertacija*. <http://www.mii.lt/files/mii_dis_san_07_laucius.pdf> [žiūrėta 2010-10-30].
- Lambert J., Van Gorp H. 1985/2006. On Describing Translations. *Functional Approaches to Culture and Translation: Selected Papers by José Lambert*, eds. Delabastita D., D'hulst L., Meylaerts R., Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, 37–47.
- LISA: Localization Industry Standards Association. 1998. *Report of the Education Initiative Taskforce of the Localization Industries Standards Association*. <www.leit.lisa.org/pubs/public.pdf> [žiūrėta 2008-12-12].
- LKŽ: *Lietuvių kalbos žodynas*. 2005. <www.lkz.lt> [žiūrėta 2011-12-12].
- Liubiniėnė V., Mikolaitytė R. 2007. Linguistic and Cultural Adaptation of English Websites into Lithuanian. *Kalbų studijos / Studies about Languages* 10, 47–52.
- Maumevičienė D. 2011. Linguistic Insights into Localisation. *Translation and the Reconfiguration of Power Relations: Revisiting Role and Context of Translation and Interpreting. Selected Papers of the CETRA Research Seminar in Translation Studies 2010*, eds. Fisher B., Jensen M. N. [Atiduota spaudai.]
- Munday J. 2008. *Introducing Translation Studies: Theories and Applications*. London / New York: Routledge.
- Nida E. A., Taber C. R. 1969/1982. *The Theory and Practice of Translation*. Leiden: Brill.
- O'Hagan M., Ashworth D. 2002. *Translation-Mediated Communication in a Digital World: Facing the Challenges of Globalization and Localization*. Bristol: Multilingual Matters.
- O'Hagan M. 2006. Training for Localization (Replies to a Questionnaire). *Translation Technology and Its Teaching (with Much Mention of Localization)*, eds. Pym A., Perekretenko A., Starink B. Tarragona: Intercultural studies group, 39–44.
- O'Sullivan P. 2001. *A Paradigm for Creating Multilingual Interfaces: A Thesis Submitted to the University of Limerick for the Degree of Doctor of Philosophy*. Limerick: University of Limerick.
- Palumbo G. 2009. *Key Terms in Translation Studies*. London / New York: Continuum International.

- Popovič A. 1980. *Problemy hudozhestvennogo perevoda*. Moskva: Vysshaya shkola.
- Pym A. 2004. *The Moving Text: Localization, Translation and Distribution*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins.
- Pym A. 2008. *Localization from the Perspective of Translation Studies: Overlaps in the Digital Divide?* <www.elda.org/en/proj/scalla/SCALLA2004/Pymv2.pdf> [žiūrėta 2010-12-12].
- Pym A. 2010a. *Exploring Translation Theories*. London / New York: Routledge.
- Pym A. 2010b. *Website Localisation*. <http://usuaris.tinet.cat/apym/on-line/translation/2009_website_localization_feb.pdf> [žiūrėta 2011-10-30].
- Savourel Y. 2001. *XML Internationalization and Localization*. Indiana: Sams.
- Schäler R. 2007. Reverse Localisation. *Localisation Focus: the International Journal of Localisation*. Limerick: Localisation Research Centre 6 (1), 39–48.
- Schmitz K. D. 2005. Internationalisierung und Lokalisierung von Software. *Einführung in die Softwarelokalisierung*, Hrsg. Reineke D., Schmitz K. D. Göttingen: Gunter Narr Verlag, 1–19.
- Sprung R. C., ed. 2000. *Translating into Success: Cutting-edge Strategies for Going Multilingual in a Global Age*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins.
- Šveicer A. D. 1988. *Teoriya perevoda: status, problemy, aspekty*. Moskva: Progress.
- Thibodeau R. P. 2000. Making a Global Product at MapInfo Corporation. *Translating into Success: Cutting-edge Strategies for Going Multilingual in a Global Age*, ed. Sprung R. C. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, 128–146.
- Toury G. 1995. *Descriptive Translation Studies and Beyond*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins.
- Zeller I. 2006. Lokalizacijos iššūkiai vertėjams. *Darbai ir dienos* 45, 79–69.

LOCALISATION AS AN ACT OF COMMUNICATION

DAINORA MAUMEVIČIENĖ

Summary

Globalisation and the development of global markets and information communication technologies (ICT) have laid the foundation for successful cross-cultural communication among countries where geographical borders have disappeared. Many international companies are successfully exploiting the advantage of real time communication, provided by the Internet when aiming to reach their target consumers and offer products / services that look as if they were developed in their country (locally) and 'speak' their language. This is achieved by means of localisation since products / services have to be adapted to the target country, culture and its consumers. Localisation has been born out of practise and has widened the scope of Translation Studies, thus functional approaches offered by Translation Studies could be applied when exploring the phenomenon of localisation and allow defining it as an act of communication between two or more countries, cultures and languages. The article focuses on localisation as an act of communication. In addition to that the paper aims at exploring global and local (i.e. Lithuanian) perception of localisation and its connection with translation. Discussing localisation as an act of (cross-cultural) communication micro and macro levels of communication are revealed.