

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ АДАПТАЦИЯ САЙТА ЯПОНСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ЦУКУБА

Н.С. Агеева

Московский городской педагогический университет, г. Москва, Россия

Статья посвящена проблеме локализации университетских веб-сайтов, в контексте которой проводится анализ сайта японского университета Цукуба. В статье рассматривается исходная версия сайта на японском языке и локализованная на английский язык: приводятся примеры лингвокультурологической адаптации сайта с учетом целевой аудитории, анализируются различия в структуре и содержании смысловых блоков двух версий сайта. В исследовании предлагается лингвокультурологический комментарий выбору языковых средств и структурных решений архитектуры сайта.

Ключевые слова: локализация, лингвокультурологическая адаптация, университетский сайт, японский язык.

Деятельность современных крупных университетов вышла за пределы академической и образовательной сфер. Сегодня университеты ставят перед собой такие же цели и решают те же задачи, что и транснациональные корпорации. Еще в 1998 году профессор Калифорнийского университета Бертон Р. Кларк подробно рассмотрел процесс трансформации университетов, превращения их из консервативных учебных заведений в международные интеллектуальные центры [8, с. 4]. Ученый называет такие вузы *университеты-предприниматели* (entrepreneur universities), характеризую таким образом их стремление к модернизации административного аппарата, внедрению инновационных образовательных программ и исследовательских методов, освоению новых сфер деятельности.

Японский Университет Цукуба является моделью такого вуза-предпринимателя. В 1973 году университет разработал новую концепцию развития, когда в рамках национальной реформы высшего образования Токийскому педагогическому университету был предоставлен кампус в районе города Цукуба [11]. В основу концепции было заложено превращение вуза в *многопрофильный университет* путем реформирования административного аппарата, разработки междисциплинарных образовательных программ, а также *интернационализации* вузовского образования.

Сегодня университет официально называется «Национальная университетская корпорация» 国立大学法人 (National University Corporation) и представляет собой целый кластер научно-исследовательских центров, занимающий высокие позиции в национальных и международных рейтингах высшего образования. Так, по версии

Quacquarelli Symonds (QS), одного из самых авторитетных мировых рейтингов высшего образования, в 2016 году Университет Цукуба занял 34-е место среди вузов Азии [9].

Формирование интернационального университета невозможно без позиционирования его на международном образовательном уровне. Одним из направлений интернационализации вуза является создание иноязычной версии официального сайта. Важно подчеркнуть, что имеется в виду не просто перевод контента с исходного языка на целевой, но его *локализация*. Локализация понимается как построение полноценной модели иноязычного сайта, отличной от исходного, путем его лингвокультурологической адаптации [12, с. 24]. В контексте локализации индивидуальный пользователь рассматривается как носитель определенного языка и культуры, которые формируют его предпочтения, ценности, паттерны поведения. На основе этих факторов иноязычная версия сайта адаптируется с учетом зарубежного пользователя [10, с. 8].

С точки зрения локализации сайт университета Цукуба полиязычен, так как представлен на японском, английском, китайском и корейском языках. В данной статье проводится анализ контента и структуры двух версий университетского сайта: оригинальной японской и локализованной на английский язык. Также приводится комментарий, основанный на общих лингвокультурологических концептах, сформированных в процессе взаимодействия культурного фактора в языке и языкового фактора в человеке [3, с. 97], а также имплицитных смыслах, выводимых из эксплицитных значений представленной на сайте информации [6, с. 137].

Зеленые страницы

Для анализа был выбран наиболее репрезентативный и информативно наполненный смысловой блок Информация об университете, в японоязычной версии сайта обозначенный 大学案内 [13], в англоязычной версии – About University [7].

Данный блок состоит из шести рубрик и, как видно из таблицы, имеет различную структуру в японоязычной и англоязычной версиях. На первой позиции в версии на японском языке находится рубрика Ректорат 学長室, которая посвящена руководству университета. В ней представлены: обращение ректора 学長からのメッセージ, речи ректора по различным случаям 学長所信表明, интервью с ректором 学長対談, список предыдущих ректоров университета 歴代学長. Такая подробная разработка данной рубрики связана с тем, что в японской национальной культуре важное место занимает принцип иерархии, на протяжении веков формировавший и поддерживавший четкую организацию японского общества [1, с. 34].

В версии сайта на английском языке рубрика, посвященная ректору университета, находится на четвертой позиции и не включает речи и интервью. На первое место разработчики англоязычной версии сайта посчитали целесообразным поместить информацию о миссии и стратегии развития университета, поскольку с опорой на миссию формируется спектр действий на перспективу с учетом преимуществ университета. Представители западной культуры формируют впечатление об университете скорее на основе высоких показателей результатов его деятельности, а не репутации руководства. В японоязычной версии сайта миссия и стратегия помещены в рубрике *Коротко об университете* 大学概要, расположенной на второй позиции. В этой рубрике также находится страни-

ца, посвященная этапам развития университета 筑波大学の歴史 (沿革), которые представлены визуально в виде родословного древа. Университет Цукуба является одним из старейших вузов Японии: он был основан в 1872 году как Токийский педагогический колледж, что на пять лет опережает учреждение первого Токийского Императорского университета. Родословное древо прослеживает глубокие корни университета, олицетворяя гордость японцев своим культурно-историческим наследием. Переведенное на английский язык древо опубликовано и в англоязычной версии сайта на пятой позиции в рубрике *History*.

Вторым пунктом англоязычной версии сайта следует рубрика *Unique Tsukuba*, в которой представлены преимущества и отличия университета от других японских вузов. Например, университет гордится научным городком Tsukuba Science City, в котором сосредоточено около 30 % всех научно-исследовательских институтов Японии; центром содействия Олимпийскому и паралимпийскому движению Office for the Promotion of Olympic and Paralympic Activities, который проводит междисциплинарные курсы, посвященные Олимпийским играм; развитой системой кураторства *Class and Support System*, поддерживающей студентов в вопросах учебы, карьеры, студенческой жизни и т. д.

В японоязычной версии сайта рубрика, посвященная преимуществам университета, не представлена, что можно объяснить присущим японской культуре концептом скромности. В японском языке есть отдельная грамматическая категория вежливости, которая выражается в том числе скромно-почтительным или «уничижительным» стилем речи 謙讓語 [5, с. 325]. Например, в беседе о своем сыне японец употребит слово 愚息, бук-

Таблица

| | Японоязычная версия | Англоязычная версия |
|---|---|--|
| 1 | 学長室 Ректорат | About University of Tsukuba: concept, mission statement Об университете Цукуба: концепция, миссия, декларация |
| 2 | 大学概要: 建学の理念, ミッション, 筑波大学の歴史 (沿革) Коротко об университете: стратегия развития, миссия, этапы развития | Unique Tsukuba Уникальный университет Цукуба |
| 3 | 組織 Организационная структура | Tsukuba Now Что происходит в Цукуба |
| 4 | 組織, 職名の日英表記 Организационная структура с англоязычными соответствиями названий подразделений и должностей | President Ректор |
| 5 | 大学の取り組み Университетские инициативы | History История университета |
| 6 | 大学見学 Экскурсия по университету | Organization & Facilities Структура и материально-техническая база |

важно переводимое как «мой глупый сын»; в разговоре о компании, в которой работает, скажет 弊社, где первый иероглиф означает «плохой». Таким образом, японская лингвокультурологическая парадигма не позволяет представить на сайте информацию о преимуществах университета.

Информация об административном аппарате университета в японоязычной версии сайта представлена в рубрике *Организационная структура на японском языке* 組織 и *Англоязычные соответствия названий подразделений и должностей* 組織, 職名の日英表記, расположенных на третьей и четвертой позициях соответственно. Каждая должность, факультет и административное подразделение университета имеют официальный эквивалент на английском языке, что облегчает процесс коммуникации и обеспечивает взаимопонимание между сотрудниками университета и их зарубежными коллегами. В официальной переписке и переговорах по вопросам сотрудничества принципиальное значение имеет корректное название должности, а также обращение к тому сотруднику, который имеет с собеседником равный статус в административной системе университета [4, с. 13]. В англоязычной версии сайта данная рубрика находится на последней, шестой, позиции.

После информации о структуре университета в японоязычной версии сайта расположена рубрика *Университетские инициативы* 大学の取り組み, которая включает страницу о мерах по предотвращению чрезвычайных происшествий и восстановлению

после природных катастроф リスク・災害対策, 復興支援. В англоязычной версии сайта рубрика о проблемах климатологии и погодных катаклизмах в Японии отсутствует, поскольку представленная в ней информация имеет первостепенное значение для лиц, постоянно проживающих на территории Японии.

На шестой позиции в японоязычной версии сайта находится рубрика *Экскурсия по университету* 大学見学, где можно скачать карту кампуса для самостоятельной прогулки по территории учебного заведения или записаться на индивидуальный тур с гидом. В англоязычной версии сайта полноценный эквивалент данной рубрики отсутствует, однако имеется ссылка *Experience Tsukuba* (Открой для себя университет Цукуба), ведущая на пустую страницу. Это позволяет предположить, что рубрика для англоязычных пользователей находится в процессе разработки.

В англоязычной версии сайта на третьей позиции имеется новостная рубрика *Tsukuba Now* (Цукуба сегодня), которая в японоязычной версии представлена только на домашней странице сайта. В данной рубрике особенно заметны различия в формате представления информации. Каждая новость или анонс мероприятия в англоязычной версии сопровождается яркими качественными фотографиями или инфографикой (рис. 1). В японоязычной версии сайта изображения практически отсутствуют (рис. 2). Это объясняется тем, что роль изображений выполняет сам иероглифический



Рис. 1. Фрагмент новостной ленты англоязычной версии сайта

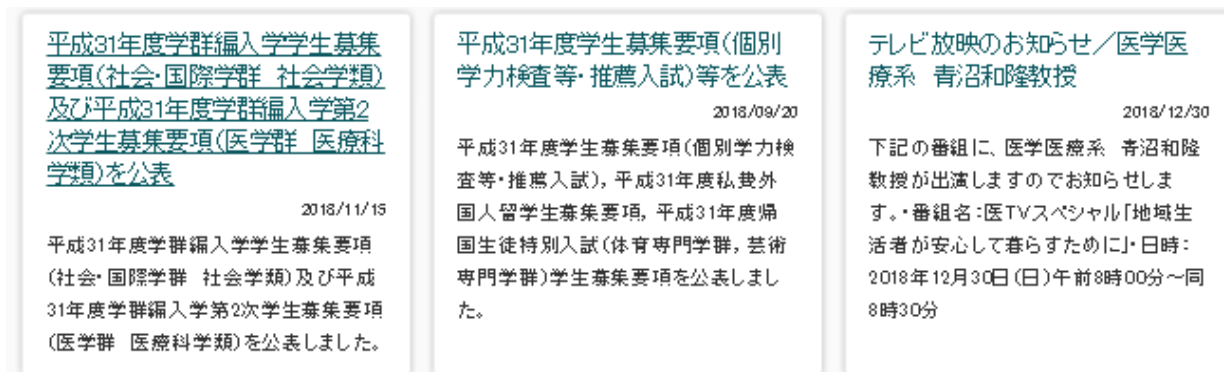


Рис. 2. Фрагмент новостной ленты японоязычной версии сайта

текст: идеографический характер иероглифов позволяет создать в уме читателя визуальный образ, устраняя тем самым необходимость использовать дополнительные визуальные элементы [14, с. 89].

Дискурсивные особенности презентации социального института с помощью фоновых изображений и сопровождающих их текстов представляют в совокупности стратегию национального брендинга, т. е. создания позитивного образа представляемого университета с помощью специальных средств коммуникации [2, с. 58].

Проведенный анализ сайта университета Цукуба позволяет выявить релевантный контент и характерные структурные особенности версий сайта для японоязычной и англоязычной целевой аудитории. Представленные примеры определяют методы лингвокультурологической адаптации сайта, которые в дальнейших исследованиях могут быть использованы с целью составления общих рекомендаций по локализации университетского сайта с учетом целевой аудитории.

Литература

1. Бенедикт, Р. *Хризантема и меч. Модели японской культуры* / Р. Бенедикт. – М.: Центр гуманитарных инициатив, 2014. – 256 с.
2. Викулова, Л.Г. *Институциональный дискурс цифровой дипломатии: новые коммуникативные практики* / Л.Г. Викулова, И.В. Макарова, Н.В. Новиков // *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2 «Языкознание»*. – 2016. – Т. 15, № 3. – С. 54–65.
3. Ковшова, М.Л. *Словарь лингвокультурологических терминов* / М.Л. Ковшова, Д.Б. Гудков. – М.: Гнозис, 2017. – 192 с.
4. Корчагина, Т.И. *Курс «Социокультурные ценности Японии» для студентов, изучающих японский язык в вузах разной направленности* / Т.И. Корчагина // *Японский язык в вузе: актуальные проблемы преподавания* / под общ. ред. У.П. Стрижак. – 2009. – № 2. – С. 12–16.
5. Лаврентьев, Б.П. *Практическая грамматика японского языка* / Б.П. Лаврентьев. – М.: Живой язык, 2002. – 352 с.
6. Чернявская, В.Е. *Методологические возможности дискурсивного анализа в корпусной лингвистике* / В.Е. Чернявская // *Вестник Томского государственного университета. Серия «Филология»*. – 2017. – № 50. – С. 135–148.
7. *About Tsukuba University*. – <http://www.tsukuba.ac.jp/en/about-university> (дата обращения: 29.12.2018).
8. Clark, B.R. *Creating entrepreneurial universities: organizational pathways of transformation* / B.R. Clark. – Oxford: Pergamon, 1998. – 163 p.
9. *QS Top Universities*. – <https://www.topuniversities.com/university-rankings/asian-university-rankings/2016> (дата обращения: 29.12.2018).
10. Singh, N. *E-commerce on the global platform: strategic insights on the localization-standardization perspective* / N. Singh // *Journal of Electronic Commerce Research*. – 2010. – No. 11 (1). – P. 6–13.
11. *Tsukuba University Family Tree*. – <http://www.tsukuba.ac.jp/en/about-university/history-familytree> (дата обращения: 29.12.2018).
12. 長瀬和愛「企業ホームページのグローバル化と文化傾向をふまえたローカリゼーションのベストプラクティス」 [Нагасэ Томоэ. Кигё: хо:мунэ:дзи но гуро:баризэ:сён то бунка кэйко: о фумаэта ро:каризэ:сён но бэсуто нурактису] / 長瀬和愛 [Томоэ Нагасэ] // 社団法人情報処理学会 研究報告 [Сяданхо: дзин дзё:хо:сёри гаккай. Кэнкю: хо:коку]. – 2008. – № 4. – С. 23–30.
13. 筑波大学案内 [Цукуба дайгаку аннай]. – <http://www.tsukuba.ac.jp/about> (дата обращения: 29.12.2018).
14. 植田一三, 上田 敏子. 「英語で説明する日本の文化」 [Уэда Итидзо, Уэда Тосико. Эйго дэ сэцумэй суру нихон но бунка] / 植田一三, 長瀬和愛 [Итидзо Уэда, Тосико Уэда]. – 語研 [Гокэн], 2009. – 313 с.

Агеева Наталия Сергеевна, аспирант кафедры романской филологии, Московский городской педагогический университет (Москва), ageevans@mgpu.ru

Поступила в редакцию 28 февраля 2019 г.

LINGUISTIC AND CULTURAL ADAPTATION OF OFFICIAL WEBSITE OF THE UNIVERSITY OF TSUKUBA, JAPAN

N.S. Ageyeva, ageevans@mgpu.ru

Moscow City University, Moscow, Russian Federation

The research is dedicated to the localization of official university websites, namely the website of The University of Tsukuba, Japan. The original Japanese and localized English versions of the website are considered. Examples of linguistic and cultural adaptation of the website for particular target audience are given, and the analysis of differences in its content and structure are provided. The language and architecture of the website are explained from the perspective of cultural linguistics.

Keywords: localization, linguistic and cultural adaptation, university website, Japanese language.

References

1. Benedikt R. *Chrizantema i mech. Modeli yaponskoj kul'tury* [The Chrysanthemum and the Sword: Patterns of Japanese Culture]. Moscow, Centr gumanitarnyh iniciativ, 2014. 256 p.
2. Vikulova L.G. [The Institutional Discourse of Digital Diplomacy: New Communicative Practices]. *Vestnik Volgogradskogo gos. universiteta. Seriya 2 "Yazykoznanie"* [Bulletin of Volgogradsky State University. Series: Linguistics], 2016, vol. 15, no 3, pp. 54–65. (in Russ.)
3. Kovshova M.L., Gudkov D.B. *Slovar' lingvokul'turologicheskikh terminov* [Dictionary of Linguistic and Cultural Terms]. Moscow, Gnozis, 2017. 192 p.
4. Korchagina T.I. [Course: Sociocultural Values in Japan, for Non-Degree Japanese Language Students]. *Yaponskij yazyk v vuze: aktual'nye problemy prepodavaniya / pod obshch. red.: U.P. Strizhak* [Japanese Language at University: Modern Teaching Issues, under General Editorship of U.P. Strizhak], 2009, no 2, pp. 12–16. (in Russ.)
5. Lavrent'ev B.P. *Prakticheskaya grammatika yaponskogo yazyka* [Practical Course of Japanese Grammar]. Moscow, Zhivoj yazyk, 2002. 352 p.
6. Chernyavskaya V.E. [Methodological Resources of Discourse Analysis in Corpus Linguistics]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya "Filologiya"* [Bulletin of Tomsk State University. Series: Philology], 2017, no 50, pp. 135–148. (in Russ.)
7. *About Tsukuba University*. Available at: <http://www.tsukuba.ac.jp/en/about-university> (accessed 29.12.2018).
8. Clarc B.R. *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*. Oxford, Pergamon, 1998. 163 p.
9. QS Top Universities. Available at: <https://www.topuniversities.com/university-rankings/asian-university-rankings/2016> (accessed 29.12.2018).
10. Singh N. E-Commerce on the Global Platform: Strategic Insights on the Localization-Standardization Perspective. *Journal of Electronic Commerce Research*, 2010, no 11 (1), pp. 6–13.
11. Tsukuba University Family Tree. Available at: <http://www.tsukuba.ac.jp/en/about-university/history-familytree> (accessed 29.12.2018).
12. Nagase Tomoe. *Kigyo: ho:mupe:ji no guro:barize:syon to bunka keiko: o fumaeta ro:karize:syon no besu-to puraktisu* [Globalization of Corporate Homepages and the Best Practices for Webiste Culturalization]. *Syadan-ho: jin jy:ho: syori gakkai. Kenkyu: ho:koku* [IPSJ SIG Technical Report], 2008, no. 4, pp. 23–30.
13. *Tsukuba daigaku annai* [Information about Tsukuba University]. Available at: <http://www.tsukuba.ac.jp/about> (accessed 29.12.2018).
14. Ueda Ichizo., Ueda Toshiko. *Eigo de setsumei suru nihon no bunka* [A Complete Guide to Japanese Culture and Scenic Spots in English]. Goken, 2009. 313 p.

Nataliya S. Ageyeva, postgraduate student of the Romance Philology Department, Institute of Foreign Languages, Moscow City University (Moscow), ageevans@mgpu.ru

Received 28 February 2019

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Агеева, Н.С. Лингвокультурологическая адаптация сайта японского университета Цукуба / Н.С. Агеева // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». – 2019. – Т. 16, № 3. – С. 59–63. DOI: 10.14529/ling190310

FOR CITATION

Ageyeva N.S. Linguistic and Cultural Adaptation of Official Website of the University of Tsukuba, Japan. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*. 2019, vol. 16, no. 3, pp. 59–63. (in Russ.) DOI: 10.14529/ling190310