

**Локализация и перевод: проблема представления информации в интернет
СМИ (на материале китайских сайтов и их русских аналогов)**

Научный руководитель – Костикова Ольга Игоревна

Ван Синбо

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа
перевода (факультет), Кафедра лингвистики, Москва, Россия

E-mail: evgeniy.pedko@mail.ru

За последний век человечество сделало огромный скачок вперёд во многих областях. Удивительными темпами развивается наука, медицина, техника и т.д. Появление интернета изменило многое. В своём реферате я рассмотрел, как интернет повлиял на понятие СМИ в России и Китае. В российском и китайском законодательстве описано понятие СМИ. Многие интернет сайты содержат на своих страницах информацию, аналогично печатным СМИ. Отсюда вытекает вопрос: «Все интернет-сайты СМИ или нет?»

Проведенный мною анализ показал, что в России интернет-сайт не является средством массовой информации, но в тоже время закон не запрещает и не ограничивает возможность добровольной регистрации сайта, как средства массовой информации, что влечёт за собой ряд требований и ограничений для интернет-сайта. В Китае мы можем наблюдать схожую ситуацию, но интернет-сайты подвержены жесткой цензуре.

Мы рассмотрели два сайта, принадлежащие одной и той же китайской компании. Один из сайтов опубликован для китайской аудитории, который переведен на русский язык с китайского с помощью машинного перевода или с помощью профессионального переводчика. Второй же сайт сделан при поддержке российских партнеров компании для российской аудитории. Оба содержат одну и ту же информацию про продукцию и компанию. Первый представляет собой китайско-русский сайт, а второй - русский.

Перейдем к непосредственному анализу сайтов.

1. Стартовая страница

На стартовой странице русско-китайского сайта содержится: название компании, возможность перехода к другим языкам, фото главного здания компании, краткая информация о компании, динамический каталог продукции, а также актуальные новости и контакты.

На главной странице второго сайта содержится: в шапке сайта имеется название компании, фото с основными способами применения продукции, контактная информация и меню. Далее можно увидеть обычный каталог продукции только для сантехники, информация о компании, некоторые достижения компании, сертификаты качества, возможность перехода к оформлению заказа и адрес.

1.1 Меню

На первом сайте меню состоит из следующих пунктов: главная, о компании, продукция, новости, скачать(актуальные документы), контакты.

На втором сайте меню состоит из следующих пунктов: о компании(стартовая страница), продукция, производство крепежа, клиентам, доставка, контакты.

На русском сайте важным фактором является клиентоориентированность, в связи с чем мы можем наблюдать различия в меню(2 вкладки для клиентов и доставка).

1.2 Фото

На первом сайте присутствует фотография главного здания компании, потому что в период политики реформ и открытости было множество мошенников, в связи чем на сайте показывается, что компания не является таковой. На втором сайте показана схема с основными местами использования продукции, потому что российская аудитория больше внимания уделяет применению продукции, также преобладают красные цвета показывающие принадлежность сайта китайской компании(цвета социализма).

1.3 О компании

На первом сайте приводится краткая информация о компании с возможностью перехода к более полной информации. Китайская аудитория всю подробную информацию уточняет в живую или по телефону. На втором сайте приводится полная информация о компании с её достижениями и сертификатами, сделано так, в связи тем, что у компании есть опыт работы с компаниями других стран и продукция является качественной. У российской аудитории есть некие стереотипы по поводу китайской продукции (некачественная, неофициальная).

1.4 Новости и контактная информация

На первом сайте контактная информация расположена в самом низу, также здесь присутствует актуальные новости компании. Оформление заказа за частую обсуждается по телефону или в живую при встрече с сотрудником компании. На втором сайте тоже контактная информация находится в низу, однако есть возможность перехода сразу к оформлению заказа (заказы менее 20000 рублей не принимаются), чтобы российская аудитория могла удобно заказывать продукцию и уменьшить общение с сотрудниками компании из-за языкового барьера(в основном китайские сотрудники), а филиал экономит деньги в связи с отсутствием консультанта.

2. О компании

На русско-китайском сайте дана подробная информация о компании. Нас знакомят с годом основания компании и основной областью производства. Главной продукцией компании является сантехнические хомуты разных размеров, однако также производятся крепежи различных видов. Имеются крытые производственные линии (штамповка, точечная сварка, нарезание резьбы, гальваника и сборочная упаковка), собственная экспериментальная камера и отделочный цех под управлением ERP-системы(Enterprise Resource Planning - система управления ресурсами компании). Компания прошла сертификацию контроля качества ISO9001. Компания предоставляет высококачественную продукцию, надежную логистику и большой спектр дополнительных услуг.

На русском сайте информация о компании на стартовой страничке. Компания основана в 1995 году и располагается в городе Цыси. На территории России имеются два склада в Москве. Подробно расписана история компании, а также её путь к становлению мировым лидером. В 2005 году был получен международный сертификат качества ISO 9001. Качество продукции постоянно контролируется собственной лабораторией и собственным отделом качества. Продукция продается по всему миру, 90% сантехнических хомутов экспортируются в Европу и страны восточной Азии. Процесс производства на данный момент почти полностью автоматизирован (95%). Компания использует в производстве высококачественные современные материалы и технологии позволяющие гарантировать нашим покупателям долгий срок службы и удобство эксплуатации.

3. Продукции

На русско-китайском сайте показан перечень фирменной продукции (не только сантехническая), которая располагается на двух страницах. На второй странице присутствуют не только хомуты, но еще и другие аксессуары.

На втором же сайте показаны основные категории сантехнических хомутов. Также по ним можно перейти к техническим характеристикам и чертежам каждой продукции.

4. Разное

На русско-китайском сайте есть две вкладки отличающихся от второго сайта (новости и скачать). Во вкладке “новости” публикуются актуальные новости компании, а также возможные изменения связанные с сайтом. А во вкладке “скачать” можно получить полезную информацию о продукции с возможностью скачать её на компьютер.

На русском сайте есть три вкладки, которые не встречаются на первом сайте (производство крепежа, клиентам, доставка). Во вкладке “производство крепежа” можно ознакомиться с фотографиями с завода. Во вкладке “клиентам”

можно перейти к четырем различным страницам: прайс-лист, наши дилеры, полезная информация по хомутам, ГОСТы, DIN, СНиПы. Рассмотрим каждую из этих страниц. На странице “прайс-лист” приведена информация о цене для каждого типа продукции. На странице “наши дилеры” - информация о контактах дилеров. На странице “полезная информация по хомутам” можно изучить таблицы с подбором диаметров хомутов и расчетом расстояния между хомутами. На последней странице “ГОСТы, DIN, СНиПы” приведены государственные стандарты для каждого типа продукции. Во вкладке “доставка” указаны основные способы доставки и список транспортных компаний сотрудничающих с BestFix. Также имеется возможность оформить заказ.

5. Контакт

На русско-китайском дана основная контактная информация: адрес, телефон, факс, e-mail главных менеджеров. Также присутствует QR-код, сканируя который можно перейти на канал в китайской социальной сети WeChat.

На русском сайте показаны на карте склады компании и способы проезда к ним. Также присутствует информация об адресе, графике работы, телефоне офиса и телефоне главных менеджеров. Имеется возможность обратной связи.

Источники и литература

- 1) Статья про Гражданское право и Интернет СМИ в РФ. Автор Петрушин Егор Валентинович. Ссылка на статью - <https://rg.ru/2008/08/25/internet.html>
- 2) Антон Серго. «Интернет и право». <http://lawbook.online/regulirovanie-internet-pravo/sayt-smi-12693.html>
- 3) [U+7F51] [U+7EDC] [U+51FA] [U+7248] [U+670D] [U+52A1] [U+7BA1] [U+7406] [U+89C4] [U+5B99] управления сервисами веб-публикации). Источник - [U+653F] [U+7B56] [U+6CD5] [U+89C4] [U+53F8] (Отдел политики и регулирования КНР). Ссылка на ресурс - <http://www.miit.gov.cn/n1146290/n4388791/c4638978/content.html>