УДК 007:378 + 004

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОЗДАНИЯ САЙТА УНИВЕРСИТЕТА В РУССКОЯЗЫЧНОЙ И АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ВЕРСИЯХ НА ПРИМЕРЕ СИБГАУ

Городищева А.Н., Фомина Ю.В.

ФГБОУ ВПО Сибирский государственный аэрокосмический университет им. академика М.Ф. Решетнева, Красноярск, Россия (660014, Красноярск, пр. Красноярский рабочий, 31), e-mail: info@sibsau.ru

В данной статье рассмотрены проблемы создания структуры и контента сайта университета на нескольких языках. Проанализированы мотивации к созданию многоязычных сайтов, связанные как с официальной политикой государства, так и с особенностями языкового пространства Интернета. Проведено сравнение методик оценки веб-ресурсов по культуре и образованию. Выделены критерии для оценки сайта университета: массив рубрик, особенности перевода названий рубрик, синонимия названий, ранжирование рубрик, сопоставительный анализ контента. На основе принятых критериев проведена оценка русскоязычной и англоязычной версии официального сайта СибГАУ. Выявлены закономерности соотнесения и наполнения контентом рубрик русскоязычной и англоязычной версии сайта. На основе проведенного исследования предложены рекомендации для соотнесения и ранжирования рубрик и наполнения их контентом русскоязычного и англоязычного сайта университета.

Ключевые слова: сайт университета, многоязычный сайт, методики оценки веб-сайтов, ранжирование рубрик.

COMPARATIVE DESCRIPTION OF THE UNIVERSITY WEBSITE CREATION IN RUSSIAN AND ENGLISH VERSIONS WITH A SIBSAU EXAMPLE

Gorodischeva A.N., Fomina J.V.

FSBOI VPO Siberian State Aerospace University named after academician M.F. Reshetnev, Krasnoyarsk, Russia (660014, Krasnoyarsk, (660014, Krasnoyarsk, pr. Krasnoyarsk worker, 31), e-mail: info@sibsau.ru

This article examines the problem of creating the structure and content of the University website in several languages. It is analyzed the motivation to create multilingual websites connected with both the official policy of the state and the language peculiarities of the Internet space. There is a comparison of methodologies for assessing web resources for culture and education. The criteria of evaluation for university website: array columns, features of translating the columns names, titles synonymy, ranging groups, benchmarking content. On the basis of established criteria it is evaluated Russian and English versions of the official SibSAU website. There are the regularities of reference content and filling columns Russian and English versions of the website. Based on the research recommendations it is proposed to correlate and rank columns and filling them with content of Russian-language and English-language websites of the university as well.

Keywords: university website, multilingual website, websites assessment methodology, columns ranking.

Вхождение России в Болонский процесс поставило задачу интеграции вузов в общемировое образовательное пространство. Одним из шагов в данном направлении является представление адекватной информации об учреждении и его образовательных программах в мировом информационном пространстве, в частности в сети Интернет. Как правило, информация предоставляется на официальном сайте, который в трендах современности обязательно должен иметь, как минимум, англоязычную версию. Многие вузы создают многоязычные сайты, предполагая, что это позволит привлечь к сотрудничеству преподавателей и студентов зарубежных вузов. Однако анализ исследований [2, 9-10] обнаруживает, что простого перевода русской версии сайта недостаточно. Опыт деятельности бизнес-структур показывает, что в реальном общении необходимо умение анализировать свое поведение и причины поведения международных бизнес-партнеров. По

данным отчета Economist Intelligence Unit, 61 % международных компаний сталкивается с трудностями из-за культурных и языковых барьеров при освоении новых рынков [10]. Данные отчета можно экстраполировать и на рынок образовательных услуг – трудности в понимании информации на сайте университета связаны с особенностями культурных традиций. Именно поэтому кросс-культурная экспертиза сайта – это инвестирование в будущие результаты бизнес-деятельности.

Как показывает практика, в международной торговле, в сфере услуг и рекламы, а особенно в образовании, осуществление коммуникации на языке клиента признается наиболее эффективными. Английский язык занимает лидирующее положение по своей значимости для международных коммуникаций. В разделе «Многоязычие в сети Интернет», подготовленного ЮНЕСКО сборника «Культурное и языковое разнообразие в информационном обществе» (2004), утверждается: «Английский продолжает доминировать. Положение английского, основного языка международного обмена, вряд ли изменится» [5]. Действительно, за прошедшие после отчета годы английский остался доминирующим языком, однако, динамика развития Интернета показывает, что при нынешних темпах роста китаеязычный Интернет может через несколько лет догнать англоязычный. Хотя в настоящее время сложно переоценить значение развития китайского языка, только 8 % сотрудников крупных организаций считают его первично важным [10]. Сводные данные источников [6, 8] приведены в табл. 1.

Таблица 1. Распределение интернет-аудитории по языковому составу, млн чел.

Язык/ Годы	2000	2003	2009	2011
Английский	142	240	464	536
Китайский	32	76	321	509
Испанский	18	48	131	164
Японский	47	62	94	99
Португальский	9	19	73	82
Немецкий	28	45	65	75
Арабский	2,5	6	41	65
Русский	3	11	38	59

Поэтому многоязычие в информационных ресурсах университетов приобретает особое значение. Это, в свою очередь, по мнению исследователей, «порождает вопросы о том, какой должна быть англоязычная версия сайта по отношению к русскоязычной: «зеркальным» переводом его контента или чем-то иным; все ли из содержания русскоязычной версии необходимо англоязычному пользователю. Следовательно, ключевой становится проблема обеспечения адекватности контента сайта для иноязычных пользователей не столько с точки зрения правильности и точности перевода текстов на английский язык, сколько в плане обеспечения адекватности понимания ими смыслов, содержащихся в этих текстах, с позиций межкультурной коммуникации» [2].

При оценке официального сайта СибГАУ возникла проблема выбора методики для его оценки в плане интеграции в мировую систему высшего образования при сохранении и развитии традиций российской высшей школы. Так, приведенный в работе [4] анализ методик «Brussels Quality Framework» (Брюссельская структура качества), «Minerva», «Improving Quality for European Citizens» (Повышение качества для граждан Европы), «Russian-Cyberspace.org», «Webometrics Ranking of World Universities» (Вебометрическое ранжирование мировых университетов) описывает основные принципы для оценки веб-сайтов по культуре и образованию. В качестве основных критериев выделяются:

– прозрачность, гарантирующая ясное представление о назначении и целях сайта, а также об организации, ответственной за управление им;

– эффективность для пользователей (адекватные цифровые технологии, авторские материалы, форма и содержание);

– доступность (навигация, содержание и элементы интерактивности);

– уместность и простота использования сайта (обратная связь с создателями сайта, оценки сайта пользователями);

– многоязычность (доступ к информации минимум на двух языках);

– количество уникальных гипертекстовых ссылок, предоставляющих возможность легко находить необходимые информационные ресурсы и услуги;

– легитимность (соблюдение закона об авторском праве);

– жизнеспособность (сохранность веб-сайта и его содержания за счет использования соответствующих стратегий и стандартов);

– поддержка и своевременное обновление веб-сайта.

Как считает автор работы [3], оценку сайта может провести как его создатель, так и пользователь. Но оценка сайта предполагает ответы на такие вопросы, которые может знать только сам создатель сайта, поэтому при создании сайта университета, на наш взгляд, для разработчиков следует расширить указанное количество критериев оценки.

На примере официального сайта СибГАУ был проведен последовательный анализ различий между двумя версиями сайта, который включал:

1. Формирование массива рубрик главных страниц англоязычной и русскоязычной версий сайта;

2. Перевод рубрик англоязычной версии, если она отличается;

3. Устранение синонимии рубрик главных страниц сайта;

5. Формирование ранжированного ряда рубрик главных страниц англоязычной и русскоязычной версий сайта;

4. Сопоставительный анализ рубрик контента англоязычной и русскоязычной версий сайта;

5. Анализ полученных результатов.

В табл. 2 предоставлены заголовки рубрик русской и английской существующих вариаций.

Таблица 2. Перевод рубрик англоязычной версии сайта СибГАУ

Сайт	Русская версия	Английская версия
www.sibsau.ru	Общая информация	About the University (Об университете)
	Управление вузом	-
	Образование	Academic Programs (Академические программы)
	Наука и инновации	Research (Исследовательская деятельность)
	Социальная сфера	-
	Международное сотрудничество	International Cooperation
	Институты и факультеты	Faculties and Institutes
	Расписание занятий	-
	Абитуриенту	Admission (Вступительные испытания)
	Дополнительное образование	-
	Пресс-служба	-
	Медиа-галерея	Photo Gallery (Фото-галерея)
	-	Campus Facilities (Удобства и жильё)
	-	Student Life (Студенческая жизнь)
	-	Promotional Materials (Материалы для продвижения ВУЗа)
	-	Krasnoyasrk (О Красноярске)
	-	Contact Us (Свяжитесь с нами)

В составе рубрик англоязычных и русскоязычных сайтов имеется как общее, так и специфическое. Было выявлено, что некоторые рубрики, при различии наименования на английском и русском языке, имеют однозначное смысловое толкование, их смысл ясен и не требует дополнительного обращения к той части контента сайта, на которую распространяется данная рубрика. Общее в составе рубрик версий сайта связано с отражением сущности деятельности университета: цели, функции, назначения, информация об обучении. В их составе для университета такие рубрики, как: «Об университете», «Академические программы», «Исследовательская деятельность», «Абитуриенту», «Контактная информация».

Специфическое в составе рубрик англоязычного сайта связано с доминирующей ориентацией на конкретные группы пользователей – будущих студентов и их родителей, а также особенностями представления информации рекламного характера. Даже визуально сайты отличаются – русская версия создана для постоянной работы с сайтом, о чем

свидетельствует ее наполненность деталями, широта обзора и неяркая цветовая гамма. Иностранная же версия с ее яркостью, точностью и качественной простотой более подходит для ознакомительно-продвигающих целей.

В то же время имеется ряд рубрик, требующих дополнительного обращения к контенту сайта, поскольку вне контекста их смысл не понятен иноязычному пользователю. Так, например, рубрики «Социальная сфера» и «Пресс-служба», вполне понятные российскому студенту и его родителю, преподавателю университета и чиновнику, могут быть абсолютно непонятны иностранцу. Причины такого непонимания могут быть связаны, во-первых, с полисемичностью, многозначностью лексических единиц, а во-вторых, с наличием слов, обозначающих национально-специфические реалии [2]. Так рубрика «Социальная сфера» официального сайта СибГАУ включает страницы:

– «Социальные объекты» с подрубриками «Студенческий городок», «Спортивный комплекс», «СДК «Аэрокосмический», «База отдыха «Комета», «Инженерно-испытательный полигон «Установо», «Комбинат питания», «Медпункт», «Прачечная»;

– «Общественные организации» с подрубриками «Союз студентов», «Штаб студенческих отрядов», «Профком студентов», «Профком сотрудников»;

– «Студенческая жизнь» с подрубриками «Культура», «Спорт», «Творчество».

Даже для тех, кто владеет русским языком, такое разнообразие в одной рубрике вызывает вопросы. Но для человека русской культуры – это нормально, поскольку все согласуется с классическим определением социальной сферы как совокупности отраслей, определяющих образ и уровень жизни людей, их благосостояние, потребление, к которым относятся образование, культура, здравоохранение, социальное обеспечение, физическая культура, общественное питание, коммунальное обслуживание, пассажирский транспорт, связь [7]. Для иностранцев логичным было объединить все, относящееся к быту в рубрику Campus Facilities (Удобства и жильё), а досуг в рубрику Student Life (Студенческая жизнь). Именно поэтому некоторые рубрики в версиях сайта полностью различаются, например, очевидно, что русскому студенту не нужно читать о Красноярске, в то время как потенциальный иностранный студент может заинтересоваться данным разделом сайта.

Результаты проведенного исследования подтверждают общие требования к разработке иноязычных версий сайтов образования:

1. Иноязычная версия сайта создается как самостоятельный информационный ресурс. «Зеркальное отражение» как состава рубрик, так и текстов, раскрывающих их содержание в версиях на разных языках, невозможно.

2. Состав рубрик должен быть однозначно понятным, не требующим специального перевода и не вызывающим двусмысленных или негативных ассоциаций у зарубежного пользователя.

3. Контент, раскрывающий содержание рубрик иноязычного сайта, следует проверять на соответствие реалиям межкультурной коммуникации, законам международного и авторского права.

В заключение следует отметить, что для выполнения одной из основных задач государственной политики РФ в области высшего и послевузовского образования – интеграции системы высшего и послевузовского профессионального образования РФ в мировую систему высшего образования при сохранении и развитии традиций российской высшей школы, разнообразие предложений для студентов может быть обеспечено через представление им возможности выбора программ обучения через сайт университета на английском языке. Чтобы обеспечить релевантный контент сайта, потребуется немало усилий не только программистов и специалистов по связям с общественностью, но и специально подготовленных переводчиков, которые смогли бы адекватно передать культурный и социальный смысл официального, делового, образовательного или развлекательного документа сайта.

Список литературы

1. Всемирный Саммит по информационному обществу / Сост. Е. И. Кузьмин, В. Р. Фирсов; Министерство культуры и массовых коммуникаций Российской Федерации. Российская библиотечная ассоциация; Российская национальная библиотека; Российский комитет Программы ЮНЕСКО «Информация для всех». – СПб., 2004. – 136 с.

2. Гендина Н. И., Колкова Н. И., Алдохина О. И. Русскоязычные и англоязычные сайты учреждений культуры и образования: общее и специфическое: результаты пилотажного исследования // Представление языков народов России и стран СНГ в российском сегменте Интернета. Семинар Российского комитета Программы ЮНЕСКО «Информация для всех» и Межрегионального центра библиотечного сотрудничества в рамках Международной конференции «EVA 2007 Москва». – М., 2008. – 105 с.

3. Исмагилова А. Х. Оценка качества электронных библиотек // Научные и технические библиотеки. – 2010. – № 5. – С. 60-66.

4. Кручинина А. А. Многоязычие в языковой политике вуза на современном этапе: теория и практика // Иностранные языки в экономических вузах России: Всероссийский научно-информационный альманах № 10. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – С. 5-10.

5. Культурное и языковое разнообразие в информационном обществе: информационное издание / Е.И. Кузьмин, В.Р. Фирсов; Министерство культуры и массовых коммуникаций

Российской Федерации; Российский комитет Программы ЮНЕСКО «Информация для всех»; Российская национальная библиотека. – СПб., 2004. – 96 с.
6. Лингвистическая география мира и Интернета [Электронный ресурс]. – URL: http://www.languages-study.com/statistics.html (дата обращения 14.11.2013).
7. Социальная сфера [Электронный документ] // Ведомости – словарь бизнеса. – URL: http://www.vedomosti.ru/glossary/Социальная сфера (дата обращения 14.11.2013).
8. Статистика интернет-пользователей в мире [Электронный ресурс]. – URL: http://international-seo.ru/world-internet-statistics/ (дата обращения 14.11.2013).
9. De la diversité linguistique à l'éducation plurilingue: Guide pour l'élaboration des politiques linguistiques éducatives en Europe Versionintégrale – Strasbourg: Division des Politiques linguistiques Conseil de l'Europe, 2007 [Electronic resource]. – URL: www.coe.int/t/dg4/linguistic/Guide_niveau2_FR.asp (дата обращения 14.11.2013).
10. How cultural and communication barriers affect business: a report from the Economist Intelligence Unit [Electronic resource]. – URL: http://www.economistinsights.com/countries-trade-investment/analysis/competing-across-borders (дата обращения 14.11.2013).

Рецензенты:

Пискорская С.Ю., д.филос.н., доцент, декан гуманитарного факультета Сибирского государственного аэрокосмического университета им. ак. М.Ф. Решетнева, г. Красноярск.

Зберовский А.В., доктор культурологии, профессор ФГБОУ ВПО «Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева», г. Красноярск.