

## LEGAL ALERT

Свяжитесь с нами:

- **ТОО «Болотов и Партнеры»**  
Казахстан, г. Алматы 050008  
ул. Ауэзова 60, БЦ «Almaty Residence», 4 этаж  
+7 (727) 357 23 80  
info@BolotovIP.com  
www.BolotovIP.com

**Август 2024**

### Адаптированный перевод товарных знаков



Молотова Адалят

Руководитель отдела перевода и редактирования

Многие компании, укрепив свои позиции на внутреннем рынке выходят на международную арену, представляя свои товары и услуги более широкому кругу потребителей. Одним из ключевых аспектов успеха при таком продвижении компании является адаптированный перевод товарного знака и некоторых других материалов на язык той страны, куда приходит компания.

Традиционный перевод, как правило, не подходит для этой цели, так как он не учитывает культурные особенности и ассоциации, которые могут быть связаны с буквальным переводом товарного знака именно в этой стране. В этом случае на помощь приходит адаптированный перевод, здесь для простоты мы будем говорить только о товарных знаках. В отличие от прямого перевода, который стремится максимально точно передать слова и грамматические конструкции оригинала, адаптированный перевод фокусируется на передаче смысла и идеи, и даже философии компании.

## Что такое адаптированный перевод товарных знаков?

Адаптированный перевод товарных знаков — это творческий процесс, который учитывает культурные особенности, ценности и предпочтения целевой аудитории, а также соответствует лингвистическим нормам целевой страны.

При этом переводчик может использовать различные методы, такие как: замена непереводаемых элементов на близкие по смыслу понятия в целевом языке; изменение порядка слов и предложений для обеспечения более естественного звучания; использование идиом и фразеологических оборотов целевого языка; сокращение или добавление информации для обеспечения лучшего понимания текста.

В целом, адаптированный перевод применяется в различных областях, таких как: перевод товарных знаков, перевод художественной литературы, перевод рекламных материалов, перевод веб-сайтов, перевод деловой документации и перевод субтитров и дубляжа.

## Зачем нужен адаптированный перевод товарного знака?

- **Для обеспечения узнаваемости товарного знака:** товарный знак должен легко запоминаться и произноситься на целевом языке.
- **Для создания положительного имиджа:** товарный знак должен вызывать положительные ассоциации у целевой аудитории. Адаптированный перевод должен соответствовать ценностям и позиционированию компании.
- **Для защиты интеллектуальной собственности:** адаптированный перевод товарного знака должен быть уникальным и не ущемлять права других компаний.

## Почему адаптированный перевод так важен?

**Культурные различия:** Культура исходного языка может существенно отличаться от языка, на который переводится товарный знак. Прямой калькированный перевод может быть непонятным или даже оскорбительным для потребителей.

**Конкуренция:** Чтобы выделиться на фоне конкурентов, товарный знак должен быть уникальным и привлекательным.

**Доверие:** Адаптированный перевод помогает установить доверие с потребителями

## Как осуществляется адаптированный перевод товарных знаков?

Процесс адаптированного перевода товарных знаков включает несколько этапов:

© 2024 Bolotov & Partners. Все права защищены.

Информация, содержащаяся в настоящей Статье, общего характера и не может быть использована как юридическая консультация или рекомендация. В случае возникновения вопросов, пожалуйста, обращайтесь.

**Анализ:** Изучение исходного названия товарного знака, его истории, значения и контекста использования. Анализ целевого рынка и его культурных особенностей.

**Подбор вариантов:** Разработка нескольких вариантов перевода товарного знака, с учетом всех вышеперечисленных факторов.

**Оценка:** Проведение фокус-групп и других исследований для оценки восприятия различных вариантов перевода целевой аудиторией. Возможна будет необходима доработка после результатов фокус-групп.

Здесь хотелось бы отметить, что необходимо избегать слов, которые могут иметь негативное значение в другой культуре.

К примеру, компания «Кока-кола» вышла на рынок Китая еще в 20 годы прошлого столетия и первоначальный перевод товарного знака был таким «Kē kē kěn là» что буквально означает «головастик жующий воск». Как вы понимаете, продукт с таким названием не имел популярности среди потребителей. Компания организовала конкурс на адаптированное китайское название коки, которое бы прижилось на рынке, и после упорных трудов, в ходе которых было перебрано несколько сотен словосочетаний, компания поменяла «Кока-Кола» на Кě Кǒu Кě Lè («Kokoukole») - что, разложив на символы, можно перевести как «полный рот счастья» или «счастье во рту»<sup>1 2</sup>.



**Выбор:** Выбор наиболее оптимального варианта перевода, который наилучшим образом соответствует всем поставленным задачам.

**Юридическая экспертиза:** Проверка выбранного варианта перевода на предмет соответствия законодательству целевых стран и наличия зарегистрированных

<sup>1</sup> <http://www.umao.ru/news-article/1243--q-q-.html>, [www.logrusit.com/ru/blog/localization-of-marketing-materials/](http://www.logrusit.com/ru/blog/localization-of-marketing-materials/)

<sup>2</sup> <https://translation.profalians.com.ua/ru/pochemu-v-kitae-nazvanie-koka-kola-pereveli-kak-kusaj-voskovogo-golovastika/>

товарных знаков. Нужно отметить, что адаптированный перевод товарного знака помогает защитить его от незаконного использования конкурентами.

**Регистрация товарного знака:** Регистрация выбранного варианта адаптированного перевода в качестве товарного знака в соответствующей стране.

#### **Основные методы адаптированного перевода товарных знаков:**

**Транслитерация:** замена букв исходного языка буквами целевого языка.

**Транскрипция:** замена звуков исходного языка звуками целевого языка.

**Калька:** перевод слова или выражения путем замены его компонентов на соответствующие компоненты в целевом языке.

**Смысловой перевод:** перевод, основанный на передаче смысла и идеи, а не точной передачи слов.

**Семантический перевод:** перевод слова или словосочетания с учетом его смысла и контекста.

**Создание нового названия:** разработка нового товарного знака, который будет соответствовать всем требованиям адаптированного перевода.

Выбор метода адаптированного перевода зависит от различных факторов, таких как: лингвистические особенности исходного и целевого языков, культурные особенности целевой страны, специфика продукта и его целевой аудитории, также права интеллектуальной собственности на товарный знак.

Хотим поделиться одной из задач, которая была поставлена перед нами нашими клиентами, которые хотели зарегистрировать свой товарный знак в Китае. Мы обратились к нашим партнерам в Китае с целью адаптированного перевода на китайский язык словосочетания «пять капель». В запросе было указано учесть все требования к адаптированному переводу, такие как точность перевода, благозвучность и смысловой перевод словосочетания «пять капель». От китайских партнеров мы получили три варианта адаптированного перевода. Первый вариант – это калька словосочетания на китайский язык, «пять капель» - «ву ди». Китайские коллеги пояснили, что это калька, которая не имеет никакого негативного смысла или звучания на китайском языке. Также была проведена юридическая экспертиза, которая показала, что нет регистрации идентичного названия, однако имеется регистрация товарного знака «золотые пять капель», что возможно будет препятствием для регистрации товарного знака. В качестве второго варианта была предложена транслитерация

© 2024 Bolotov & Partners. Все права защищены.

Информация, содержащаяся в настоящей Статье, общего характера и не может быть использована как юридическая консультация или рекомендация. В случае возникновения вопросов, пожалуйста, обращайтесь.

словосочетания «пять капель» с английского языка «five drops», что при транслитерации на китайский язык будет звучать как «fai» «zhuo». Были взяты первые иероглифы из двух слов, что при их соединении и переводе означает «выпей, когда чувствуешь усталость». Также был предложен третий вариант «Zhuo Bo shi». Был использован семантический перевод слова «капля». Данный иероглиф используется во многих китайских стихах для обозначения нефilterованного, непрозрачного вина, а «Bo shi» имеет смысл – «профессионал, ученая степень». При семантическом переводе этих двух иероглифов получилось нефilterованное вино, а второй иероглиф - для знающих толк в своем деле профессионалов. Китайские коллеги добавили, что на китайском языке это два иероглифа простые и хорошо запоминаются и не имеют никакого негативного значения. Однако, если клиенту не понравится перевод первого иероглифа – «нефilterованный, мутный», то можно заменить его на другой иероглиф, что будет означать при переводе «наливай вино, размышляй, рассуждай».

Адаптированный перевод товарных знаков – это сложная задача, которая требует не только лингвистических знаний, но и глубокого понимания культурных особенностей и маркетинговых стратегий.

В некоторых случаях может быть достаточно простого транслитерации или транскрипции, в то время как в других случаях может потребоваться более сложный подход, например, создание нового названия<sup>3</sup>.

Адаптированный перевод товарных знаков является важным инструментом, который позволяет компаниям: повысить узнаваемость товарного знака, увеличить продажи своей продукции, укрепить позиции компании на конкурентном рынке, избежать юридических проблем, связанных с использованием товарных знаков.

Важно отметить, что адаптированный перевод товарных знаков должен выполняться профессионалами, которые имеют опыт работы в этой области. Только опытный переводчик сможет учесть все нюансы и подобрать оптимальный вариант перевода, который будет соответствовать всем поставленным задачам.

Будем всегда рады помочь с профессиональным адаптированным переводом, как на языки стран СНГ, так и на языки стран дальнего зарубежья.

Пишите нам на: [Info@BolotovIP.com!](mailto:Info@BolotovIP.com)

---

<sup>3</sup> см. например <https://www.zakon.kz/stati/4826585-registratsiya-tovarnogo-znaka-v-kitae.html>

© 2024 Bolotov & Partners. Все права защищены.