

Профессиональный

# ПЕРЕВОД

и управление информацией

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ПЕРЕВОД И УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИЕЙ

## Инструменты и технологии

Поисковые системы в работе переводчика

## Управление

Создавая основу для слова «нет»

## Комментарии специалистов

Здравый смысл как ориентир  
в международном бизнесе

## Трибуна переводчика

Всегда ли качество перевода  
имеет значение?

Советы начинающим переводчикам

№ 10 (22) ноябрь 2008

**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ПЕРЕВОД  
И УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИЕЙ**

Журнал распространяется по подписке и в розничную торговлю не поступает.

Подписной индекс по каталогу Агентства «РОСПЕЧАТЬ» — 36111  
Интернет-подписка — [www.ITbook.ru](http://www.ITbook.ru)

**10**

ноябрь 2008

## Содержание

### ИНСТРУМЕНТЫ И ТЕХНОЛОГИИ

- 3** Поисковые системы в работе переводчика  
**7** Юникод для начинающих *Адам Эснес*  
**12** Введение в технологию локализации *Ангелика Церфас*

### УПРАВЛЕНИЕ

- 16** Создавая основу для слова «нет» *Ричард Сайкс*  
**25** Управление качеством переводческой работы *Мелисса Скоуфилд*

### КОММЕНТАРИИ СПЕЦИАЛИСТОВ

- 29** Здравый смысл как ориентир в международном бизнесе  
*Джон Фрейвальдс*  
**34** О маркетинге, продажах и национальных традициях *Коринна Риттер*  
**40** Особенности медицинского перевода *Марта Далмау Гонзалес*

### Трибуна переводчика

- 46** Всегда ли качество перевода имеет значение? *Биргит Нильсен*  
**48** Советы начинающим переводчикам *Екатерина Доброхотова-Майкова, Екатерина Мартинкевич*

### ИЗ-ПОД ПЕРА МАСТЕРА

- 52** Черные корабли (отрывок) *Джо Грэм*

<b>Главный редактор</b>	Сергей Гладков
<b>Зам. гл. ред. по производству</b>	Нана Чатынян
<b>Научный редактор</b>	Ольга Левковская, <a href="mailto:olgale@logrus.ru">olgale@logrus.ru</a>
<b>Дизайн и верстка</b>	Елена Козлова
<b>Менеджер по подписке</b>	Ольга Астахова, <a href="mailto:itj@rusedit.com">itj@rusedit.com</a>
<b>Размещение рекламы</b>	<a href="mailto:reclama@rusedit.com">reclama@rusedit.com</a>

Журнал «Профессиональный перевод и управление информацией» — совместный проект издательства «Русская Редакция» и компании «Логрус».



ООО «Издательство  
«Русская Редакция»

Адрес: 123290, Москва,  
Шелепихинская наб., д. 32  
Телефон: (495) 638-5-638  
Факс: (495) 256-71-45  
E-mail: [info@rusedit.com](mailto:info@rusedit.com)  
Веб-сайт: [www.rusedit.com](http://www.rusedit.com)



Компания «Логрус»

Адрес: 115114, Москва,  
Дербеневская, д.20, стр. 16, этаж 3  
Телефон: (495) 646-3563  
Факс: (495) 646-3562  
E-mail: [management@logrus.ru](mailto:management@logrus.ru)  
Веб-сайт: [www.logrus.ru](http://www.logrus.ru)

Журнал «Профессиональный перевод и управление информацией» содержит материалы из оригинальных изданий MultiLingual Computing & Technology и Tcworld, переведенные на русский язык и опубликованные с разрешения Multilingual Computing, Inc. и Tekom. Подробнее о журнале см. на веб-сайте [www.profitran.ru](http://www.profitran.ru).



Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.

Свидетельство ПИ № ФС77-33439 от 10.10.08

Тираж 2000 экз. Формат 60x90/16. Объем 3,75 усл.-печ. л.

Журнал выходит ежемесячно. Распространяется по подписке.

Подписной индекс Агентства «Роспечать» — 36111.

Интернет-подписка — [www.ITbook.ru](http://www.ITbook.ru), телефон (495) 256-6691, e-mail: [ITJ@mail.ru](mailto:ITJ@mail.ru)

© Издательство «Русская Редакция», 2008

© Компания «Логрус», 2008

Полное или частичное воспроизведение и распространение материалов, содержащихся в настоящем издании, допускается только с письменного разрешения издателя.

# Поисковые системы в работе переводчика

Толстые тома словарей остались в прошлом — сегодня глобальная сеть заменяет практически все необходимые переводчику ресурсы. Мало кто отважится начать перевод без доступа к ресурсам Wikipedia, Multitran.ru, Google и Yandex. Для лингвистов и редакторов Интернет — это хранилище словарей, энциклопедий, разнообразных справочных материалов и фоновых сведений из интересующей области, средство получения информации по всем необходимым аспектам перевода со всех языков мира. Можно, конечно, сказать — чему тут учиться, однако правильный поиск в сети поможет сэкономить огромное количество человекочасов и значительно улучшить качество перевода.

Нужно ли учить переводчика пользоваться Google? Казалось бы, что может быть проще? Набрал в поисковой строке слово и смотришь результаты... Однако не так просто сразу разобраться в миллионах ссылок, которые выдал вам поисковик.

## Что такое поисковая система?

Каждая поисковая система представляет собой обширную базу данных, в которой хранятся ссылки и краткое описание веб-страниц, размещенных на мил-

лионах сайтов по всей Сети. Программа-робот (web crawler) постоянно пополняет эту базу, путешествуя по Всемирной паутине и переходя от страницы к странице, от сайта к сайту по гипертекстовым ссылкам. Все найденные страницы автоматически индексируются, что и позволяет в дальнейшем мгновенно находить нужную информацию: при получении запроса пользователя программа уже не просматривает сотни миллионов страниц, а находит ключевые слова в алфавитном индексе и выдает ссылки на страницы, где эти слова присутствуют.

Использование поисковых сайтов позволяет очень быстро, порой всего за несколько минут, найти ответы на самые разнообразные вопросы и справиться с многочисленными переводческими проблемами, которые раньше были неразрешимы без обращения к носителю языка или к специалисту в той или иной предметной области. Все это позволяет радикально повысить качество перевода, особенно при переводе текстов с родного на иностранный язык (что в России, особенно в сфере делового перевода, происходит едва ли не чаще, чем перевод с иностранного языка на родной), а также в тех областях, где идет постоянное обновление терминологии: компьютеры и телекоммуникации, бизнес и финансы, СМИ, международные отношения, фармацевтика и многие другие. Кроме

того, даже самый опытный переводчик, делающий переводы только на родной язык и только в той области, в которой он специализируется много лет, неизбежно встречает неизвестные ему термины из смежных областей, разного рода сокращения, неологизмы, профессиональный сленг и т. д. — все то, что невозможно найти даже в самых современных словарях.

В этой ситуации Интернет — настоящий подарок для переводчика, которому больше не нужно «изобретать велосипед» или разыскивать специалиста в той или иной узкой области: достаточно войти в Сеть и набрать несколько ключевых слов в поисковой системе — и вся терминология у него перед глазами. Главное, что для этого необходимо — владение эффективными технологиями поиска.

## Почему Google?

Необходимо иметь в виду, что для целенаправленного поиска лингвистической информации следует пользоваться не популярными порталами (такими как Yahoo или AltaVista), а специализированными поисковыми сайтами, лучшим из которых по всем параметрам является Google ([www.google.com](http://www.google.com)).

Преимущества поисковой системы Google:

- Исключительная точность поиска благодаря интеллектуальному поисковому алгоритму: нужный сайт практически всегда оказывается если не в первой пятерке, то на первой странице.
  - Выдает только релевантные ссылки — минимум «мусора» и повторов.
  - Самый широкий охват Сети — более 1 млрд. страниц (в 2 раза больше, чем у AltaVista).
  - Под каждой ссылкой приводится фрагмент текста, в котором встретилось ключевое слово — по контексту сразу становится ясно, то ли это, что нужно.
  - Все проиндексированные страницы кэшированы (если страница в данный момент недоступна на исходном сайте, ее можно скачать с сайта Google, при этом все встречающиеся в тексте ключевые слова подсвечиваются).
  - Молниеносное быстроедействие: большинство запросов выполняется за 5 секунд.
  - Простота и удобство интерфейса: без лишних «наворотов», без рекламы, ничто не отвлекает, поисковая страница загружается мгновенно.
- Необходимо, однако, иметь в виду следующие особенности Google:
- Он не поддерживает масок (символов \* и %, заменяющих собой любую букву), поэтому для того, чтобы найти color и colour (либо color и colors), необходимо сделать два отдельных запроса.
  - Он не делает различий между прописными и строчными буквами.
  - Он чувствителен к диакритическим знакам (resume и resumé для него два разных слова).

## Типичные переводческие проблемы и эффективные методики поиска

- 1) У вас есть вариант перевода, но вы хотите его проверить. Например,

можно ли переводить «лопарит» как *lorarite*, «транспортная кубатура» как *shipping cubage*, «солодовня» как *malthouse*, а «расширение сознания» как *consciousness expansion*. Набрав соответствующие ключевые слова на сайте Google (словосочетания заключаются в кавычки), можно быстро получить ответ.

- 2) Этот же метод позволяет проверить написание имени собственного или уточнить название учреждения.
- 3) У вас нет готового варианта перевода (как будет «докачка файла» по-итальянски или *sruware* по-французски?) либо ваш вариант не нашел подтверждения (например, *malthouse* — небольшая солодовня при пабе, а не современное предприятие). В этом случае необходимо найти тексты соответствующей тематики, где велика вероятность обнаружить нужный термин. Ключевыми словами будут, соответственно, *download manager*, *sécurité Internet*, *Baltika malt* или *Soufflet Baltika* (если речь идет о солодовне, построенной компанией «Балтика» совместно с *Soufflet*). При этом практически все поисковые системы позволяют в режиме «расширенного поиска» (*advanced search*) ограничить область поиска каким-либо определенным языком (скажем, только сайты на французском) или одной доменной областью (например, адреса на *.ca* означают, что сайт находится в Канаде, на *.ch* — в Швейцарии и т. д.).
- 4) Поиск по ключевым словам также позволяет быстро найти образец документа, который вам предстоит пе-

реводить (например, договор аренды — ключевые слова *rental agreement*, решение суда о праве воспитания ребенка — ключевые слова *family law court decisions*, и затем выполняется поиск нужного документа на специализированном сайте).

- 5) Этот же метод позволяет найти конкретный документ (Декларация прав человека, *EU Data Protection Directive* и т. д.) или художественное произведение, из которого вам нужно привести точную цитату («Божественная комедия» Данте, тексты песен *Beatles* или Высоцкого, «Криминальное чтиво» Тарантино, параллельные тексты Гомера, Библии или Дао-дэ-цзин на нескольких языках — в сети есть практически все!). Ключевые слова: автор + название, либо фрагмент цитаты.
- 6) Выбрав определенный язык или доменную область, вы также можете проверить, употребляется ли, например, данный англицизм в немецком языке или данный американизм на Британских островах (*.uk*). Если нет, то велика вероятность, что он тем не менее попадет к вам в глоссарии с переводом на нужный язык. Набрав найденный эквивалент в окне поиска, вы сможете посмотреть на особенности его употребления, типичные контексты или просто почитать материалы по нужной тематике.
- 7) Если вы введете в окно поиска интересующий вас термин и добавите слово *English* (или *anglais*, *inglés*), вы можете найти страницу, содержащую данный термин и имеющую ссылку

- на аналогичную страницу на английском языке.
- 8) Если вам нужно быстро найти толкование незнакомого термина, но вы не знаете, где найти глоссарий по данной теме, начать стоит с OneLook, а если это не помогло, введите искомое слово в окно поиска Google и добавьте слово glossary (или dictionary, lexicon). Если вы хотите найти двуязычный глоссарий, используйте вместо glossary соответствующие иноязычные эквиваленты (glossaire, glossario и т. д.).

## Еще несколько советов

**Как заставить Google говорить по-русски?** Если Google у вас уже говорит по-русски, можете пропустить этот раздел. В противном случае зайдите в раздел «Настройки»: ссылка на этот раздел находится справа от окна ввода. Убедитесь, что ваш браузер принимает файлы cookie, иначе сохранить настройки будет невозможно. Выберите русский язык интерфейса и сохраните настройки. Можете также воспользоваться *google.com.ru* — с русскими настройками по предпочтению.

**Как осуществить поиск по фразе целиком, а не по отдельным словам?** Задайте искомую фразу в кавычках. Например «aircraft carrier». Это особенно полезно, если вас интересует, насколько часто употребляется конкретная фраза. Учтите, что дефис Google при поиске игнорирует. Как обычно, знак вопроса может заменять один символ, звездочка — слово.

**Как осуществить поиск по нескольким фразам?** Поставьте знак плюса

перед каждой фразой. Например так: +«aircraft carrier» +«US navy». Скорее всего вы найдете авианосцы, принадлежащие ВМФ США.

**Как исключить страницы с определенной фразой или словом?** Поставьте знак минуса перед фразой, которая должна отсутствовать на странице. Например так: +«aircraft carrier» - «US navy». Скорее всего, вы найдете авианосцы, НЕ принадлежащие ВМФ США.

**Как найти перевод слова или фразы на русский?** Выберите опцию «Искать в русском». Другой вариант: добавьте русское слово со знаком плюс. Например так: +«aircraft carrier» +и (союз и одно из наиболее часто встречающихся слов в русском языке). Скорее всего вы найдете перевод aircraft carrier = авианосец. Учтите, что Google не учитывает морфологию слов (на запрос «корова» не будет найдено «коровы», «корову»). В таком случае лучше пользоваться российскими поисковиками (например, Yandex).

**Как узнать, употребляется ли фраза носителями языка?** Зайдите в «Расширенный поиск», выберите опцию «Только с сайта или домена» и задайте .uk в качестве домена (домен .com хуже, так как нет гарантии, что авторы — англоговорящие, а контент сайтов .uk скорее всего создавался британцами). Либо напишите site:.uk в строке запроса. Задав запрос «budget proficit» site:.uk, можно убедиться, что британцам сие изобретение отечественных «переводчиков» незнакомо. Само по себе словосочетание «budget proficit» в Интернете присутствует.

**Как выглядит то, что я ищу?** Задайте поиск по картинкам вместо поиска по всей сети. Можно искать и по

имени: aircraft.jpg, aircraft\_carrier.jpg или aircraft\_carrier.???.

И это все? Нет, это только самые основы. Более подробную информацию о различных аспектах поиска в поисковых системах можно получить по следующим ссылкам:  
<http://www.google.com/support/?hl=ru>

<http://help.rambler.ru/project.html?s=search>  
<http://www.yandex.ru/info/search.html>

---

*При написании этой статьи были использованы материалы статьи «Интернет в работе переводчика» Юлиана Тиссена, директора переводческой компании LinguoBusiness, Санкт-Петербург, а также ресурсы сайта [www.lingvofanclub.info](http://www.lingvofanclub.info).*

# Юникод для начинающих

Адам Энес (Adam Asnes)

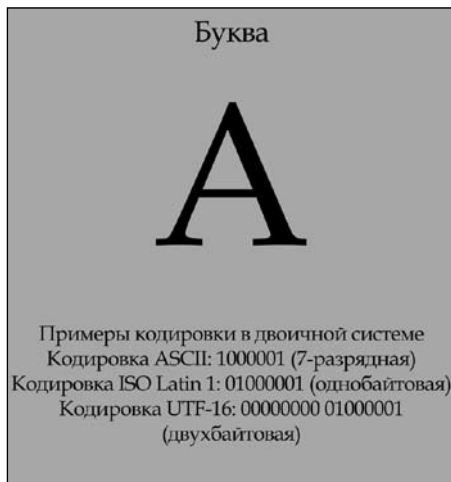
**Юникод — это основа основ для программного обеспечения и веб-сайтов во всем мире, которая обеспечивает поддержку различных языков. Неважно, работаете ли вы в сфере локализации, являетесь инженером или коммерческим директором, ознакомиться с данным стандартом просто необходимо. Последствиями некомпетентного планирования и применения неправильной поддержки наборов символов в разработке программного обеспечения будут лишние временные и денежные затраты.**

Согласно исследованиям, проведенным Google, наконец, настало время, когда поддержка Юникода становится более распространенной, чем использование традиционных видов кодировки

веб-страницы. Для нашей отрасли это отличная новость.

Юникод — это стандарт набора символов, применяемый для отображения и обработки языковых данных в компьютерных приложениях. Юникод представляет собой наборы символов со всего мира: буквы, цифры, обозначения валют и другие символы, используя для этого множество кодировок. Что же такое кодировка символов? В компьютере вся информация представлена в виде нулей и единиц (двоичных чисел). Поэтому, например, буква «А» в стандарте кодировки ASCII будет передаваться с помощью нулей и единиц следующим образом: 1000001. Единица, пять нулей и снова единица в общей сложности дают 7 разрядов (бит). Представление буквы «А» в двоичной системе называется





элементом кода, а отображение символов в виде нулей и единиц называется кодировкой символов. С появлением компьютеров именно кодировка ASCII (7 битов на символ) обеспечивала управление данными, если не требовалось чего-нибудь особенного. Проблема заключалась в том, что данная кодировка имеет недостаточное количество битов (разрядов) для отображения таких дополнительных символов, как диакритические знаки и особые символы алфавитов, отличных от английского. Очевидно, что поддерживать сложные символы, являющиеся частью китайского, корейского и японского языков, было тем более невозможно. Данные языки требуют использования 8-битовых (однобайтовых) или 16-битовых (двухбайтовых) кодировок символов. Важно заметить, что все однобайтовые и двухбайтовые кодировки являются расширенным набором 7-битовой кодировки ASCII. Это означает, что коды

для английского языка всегда одинаковы независимо от кодировки.

Поэтому в самом начале развития компьютерной отрасли были разработаны особые однобайтовые и двухбайтовые кодировки символов для поддержки различных языков. Но этого оказалось недостаточно, так как разработчикам программного обеспечения приходилось создавать новые версии приложения, соответствующие каждому языку с другой кодировкой. В итоге мы бы получили отдельные версии для японского языка, для языков Западной Европы, только для английского языка и т. д. Таким образом образовалось бы огромное количество исходных кодов индивидуального программного обеспечения, для каждого из которых требовались бы проверки, обновления и поддержка. Со временем поддержка многоязыковых версий продукта оказалась бы дорогостоящей и практически невыполнимой задачей для любой компании.

В приложениях, разработанных в наше время, мы практически не сталкиваемся с подобной проблемой, но ведь существует и множество устаревших продуктов. Такие проблемы возникают, когда новый клиент, ответственный за адаптацию кода под различные языки, передает свой исходный код местному партнеру или агенту по маркетингу. Худшим примером в моей практике можно назвать случай, произошедший в 2004 году, когда один клиент, имеющий отдельные версии продукта на 18 языках, действительно не представлял, что каждый язык характеризуется разной функциональностью. Таким образом расширить свой бизнес невозможно!

Однобайтовый набор символов, часто используемый в приложениях, — это кодировка ISO Latin 1, представленная в различных стандартах кодирования символов, например ISO-8859-1 для операционной системы UNIX, Windows-1252 для системы Windows и Mac-Roman для платформы Macintosh. Данный набор символов поддерживает знаки таких западноевропейских языков, как французский, испанский, немецкий и британский вариант английского языка. Поскольку для передачи каждого символа требуется только один байт, этот набор символов обеспечивает поддержку различных языков, поэтому не нужно выполнять дополнительную работу, которая требуется при использовании Юникода или двухбайтовой кодировки.

Проблема лишь в том, что этот набор не поддерживает языки другой части мира (которая значительно больше). Например, для восточноевропейских языков необходимо применять другой набор символов, часто называемый Latin 2, который предоставляет символы, характерные только для этих языков. Для языков стран Балтии, турецкого, арабского и иврита также существуют особые наборы символов.

Компании, только выходящие на мировой рынок, часто используют кодировку ISO Latin 1, если это удовлетворяет их краткосрочным маркетинговым целям. Однако потом им приходится затрачивать большие усилия для адаптации своих программ для остальных языков. Причина этого заключается в том, что в приложениях приходится серьезно перерабатывать базу данных и функции,

методы и классы в рамках исходного кода, чтобы перейти с ISO Latin на поддержку новой кодировки. На это уходит много средств и времени, что зачастую приводит к задержке выпуска новых продуктов и потере прибыли. Однако в ситуации, когда компания-производитель программного обеспечения ставит перед собой глобальные цели, ей необходимо предпринять решительный шаг и предоставить поддержку Юникода. Необходимо заметить, что даже компаниям, обеспечивающим международную поддержку клиентов, но не осуществляющим перевод или локализацию интерфейса, следует внедрить Юникод, чтобы сделать возможной обработку данных о пользователях по всему миру.

Итак, Юникод — это специально созданный набор символов для обеспечения поддержки практически любого письменного языка мира. В настоящее время не поддерживаются яванский, лаосский и тайские языки. Поэтому если к программному обеспечению вашей компании предъявляется требование поддержки японского или китайского языков, то пора перейти на Юникод. Как минимум компании придется перейти на двухбайтовую кодировку, и как только все трудности, связанные с этим, будут позади, можно будет осуществлять поддержку стандарта Юникод и получить дополнительное преимущество в виде возможности поддержки всех языков.

При выборе Юникода необходимо определить нужную конкретную кодировку символов, которая будет зависеть от потребностей приложения и используемых в нем технологий.

UTF-8 — одна из наиболее часто применяемых кодировок, в которой для каждого символа используется один байт (однако при необходимости можно использовать до 4 байт на символ). Иногда ее еще называют кодировкой переменной ширины, так как ширина символа в байтах отличается в зависимости от передаваемого символа. Преимуществом данной кодировки является то, что все символы английского языка (в кодировке ASCII) остаются однобайтовыми и экономят место на диске. Это особенно важно для веб-контента, поскольку лежащая в его основе разметка HTML остается в виде однобайтовой кодировки ASCII. В основном UNIX платформы оптимизированы именно для кодировки UTF-8. Что касается баз данных, когда большие объемы данных программы являются неотъемлемой частью приложения и большая часть данных в базе не требует перевода, разработчик может выбрать однобайтовую кодировку UTF-8. Однако следует помнить, что некоторые базы данных (например, Microsoft SQL Server) этот вид кодировки не поддерживают.

Еще одним широко распространенным видом кодировки является UTF-16. Данная кодировка передает каждый символ с помощью двух байтов (даже если второй байт для данного символа не нужен). Поэтому буква «А» будет выглядеть так: 00000000 01000001. Если для кодировки символа требуется больше двух байтов, можно объединить четыре байта. Однако для обработки четырехбайтовой комбинации важно провести соответствующую адаптацию программного обеспечения. Java и .NET внут-

ренне обрабатывают строки (текст и сообщения) в кодировке UTF-16.

В действительности во многих приложениях поддерживаются несколько кодировок. Если данные в базе данных хранятся в формате UTF-8, программа может их обрабатывать как UTF-16, и наоборот. Такая необходимость возникает из-за программных ограничений (разные компоненты программного обеспечения поддерживают разные кодировки Юникода), оптимизации производительности и занимаемого объема. Насколько удачно это решение — зависит от множества факторов. Внедрение Юникода может оказаться трудоемким, но клиенты платят за то, чтобы проблемы решались.

Особым примером является платформа SQL Server, поддерживающая кодировку UCS-2. Данная кодировка схожа с UTF-16, но без четырехбайтовых символов (осуществляется поддержка только 16-битовых символов).

Существует также особый набор символов, который используется при разработке программ, ориентированных на продажу в КНР, и одобрен правительством Китая. Это набор символов GB 18030, который представляет собой расширенную версию Юникода, поддерживающую упрощенный и традиционный китайские языки. Как и UTF-16, кодировка GB 18030 позволяет передавать один символ 4 байтами, чтобы обеспечить поддержку символов, не входящих в число базовых (16-битовых) кодировок Юникода. На практике поддержка UTF-16 (или UTF-8) считается приемлемым способом поддержки кодировки GB 18030 (однако к кодиров-

ке UCS-2, как уже было сказано, это не относится).

Принимая во внимание все вышесказанное, возникает вопрос: что происходит, в приложении, не поддерживающем Юникод, используются сложные символы? В зависимости от особенностей конкретной системы результат будет непредсказуемым: бессмысленная «абракадабра», символы псевдографики или пустые квадраты. Иногда приложение

может закрыться и вызвать перезагрузку системы.

А вот если приложение поддерживает Юникод, вам откроется весь мир.

---

*Адам Эснес — президент и председатель правления компании Lingoport, основанной им в 2001 году. Читает лекции о влиянии технологий глобализации на расширение бизнеса до международного уровня.*

# Введение в технологию локализации

Ангелика Церфац (Angelika Zerfaß)

**Изучая процесс перевода и локализации, вы рано или поздно столкнетесь с инструментами и технологиями, которые используются в этой области. Вот несколько таких средств, о которых вам следует знать. Возможно, вам самим они не понадобятся, однако никогда не помешает уметь разбираться в том, что говорит ваш поставщик переводческих услуг.**

Сегодня доступно множество средств, в памяти которых можно сохранять перевод терминов, предложений или словосочетаний в рамках одного или нескольких проектов. Основную роль среди них играют системы памяти переводов, системы управления терминологией и средства для локализации программного обеспечения.

Начнем с сегмента — одного из мельчайших элементов переводимого текста.

**Сегмент** — это единица перевода, обычно предложение, однако сегментом может быть и заголовок из трех слов, и одно слово в ячейке таблицы.

**Сегментная пара/единица перевода** — это сегмент оригинального текста, и его перевода. Пара сегментов хранится в базе переводческого приложения

для последующего использования. Если в дальнейшем понадобится перевести аналогичное или схожее предложение, из памяти автоматически извлекается перевод данного сегмента.

**Средство перевода** — компьютерная программа, в памяти которой сохраняются все когда-либо созданные переводчиком сегментные пары. Существующие приложения делятся на предназначенные для перевода документов (руководства пользователя, обучающие материалы, каталоги, веб-сайты и т. п.) и предназначенные для локализации программного обеспечения (перевод текстовой части пользовательского интерфейса).

**В сущности, принцип работы систем памяти переводов и средств локализации ПО одинаков: продвижение по переводимому файлу сегмент за сегментом.**

В сущности, принцип работы и тех и других одинаков: продвижение по переводимому файлу сегмент за сегментом. Все дело в том, что разработчики этих средств традиционно уделяют внимание переводу либо документации, либо файлов ПО. По мере разработки переводческих приложений следующего поколения это различие будет постепенно стираться.

**Средство локализации программного обеспечения**, как следует из названия, позволяет переводить файлы ПО, например, представленные в формате EXE, DLL, resx и т. д. Существующие на сегодня средства локализации применимы также для перевода HTML- и XML-файлов. Помимо непосредственно перевода, они позволяют адаптировать разметку и форматирование переводимого программного продукта к потребностям различных рынков. Например, вы можете изменить размер кнопок, чтобы вместить в них переведенный текст.

К сожалению, каким бы средством вы не пользовались, на начальном этапе его база будет пуста: она постепенно пополняется самим переводчиком. Прежде чем появиться возможность повторно использовать перевод, в систему необходимо внести множество переведенных фрагментов текста. Если же перевод того или иного документа или текстовой части ПО уже существует (в формате какого-либо переводческого средства или нет), его можно импортировать в систему посредством синхронизации.

**Синхронизация** — функция, позволяющая задействовать уже имеющиеся переводы, перед тем как приступить к пополнению базы переводческого приложения. Средство синхронизации считывает исходный и переведенный тексты из файла любого формата (за исключением PDF), одновременно отображая соответствующие сегменты данных документов и объединяя их в пары. Однако, так как большинство таких систем «не понимают» естественного языка, сопоставление фрагментов производится чисто механически. В идеале перевод-

чик (в крайнем случае, любой другой человек, знающий оба языка) должен просматривать синхронизированные пары сегментов и определять, действительно ли оригинал совпадает с переводом. Пройдя проверку, пары сегментов переносятся в базу для дальнейшего использования.

Теперь система будет сравнивать каждый новый сегмент перевода с имеющимися в базе, извлекая из нее переводы аналогичных или схожих сегментов. В отличие от систем машинного перевода, переводческое средство не выполняет перевод самостоятельно, оно лишь позволяет заново использовать сохраненные в нем данные.

**Машинный перевод** выполняется приложением, анализирующим исходный текст и переводящим его с помощью имеющихся словарей на другой язык. Система дает лучшие результаты, когда исходный текст написан с использованием так называемого контролируемого языка, который ограничивает диапазон используемых терминов и упрощает структуру предложений, делая текст более удобным для обработки. Системы машинного перевода разрабатываются для определенной языковой пары и требуют подключения больших по объему словарей для тематической области, в которой выполняется перевод. Часто также необходимо предварительное или последующее редактирование переводимого текста.

**Терминология** играет важную роль в деятельности переводчика — не только при использовании систем машинного перевода, но и при любом другом режиме работы. Термин может состоять

как из одного, так и из нескольких слов. Подключение к переводческой системе терминологических списков и баз данных позволяет улучшить результаты перевода. В то же время, понятие терминологии не ограничивается перечислением определенных слов. Здесь содержится информация о том, к какому продукту относится тот или иной термин, кто его ввел в базу и утвердил, а также исходный и переводной варианты, определение и примеры использования. Чтобы создать терминологическую базу, сначала необходимо собрать корпус терминов вручную или автоматически извлечь их из текста.

**Извлечение терминологии.** Сбор терминов вручную является лучшим по качеству результатов, однако и наиболее трудоемким способом получить массив необходимых данных — специфическую для данной компании или тематики терминологию, новые термины и т. п. Средства извлечения терминологии позволяют обрабатывать большой объем документов, вычлняя из них все или наиболее частотные термины на одном или даже двух (если материал двуязычный) языках. Созданные таким образом списки содержат вероятные термины, которые после обработки вручную могут быть включены в терминологическую базу данных.

**Терминологическая база данных.** В каждом переводческом приложении имеется функция проверки текста на наличие в нем терминов. Эта функция может быть представлена в виде либо интегрированных в систему баз данных, либо отдельно загружаемых списков терминов. Управление терминологией — это непрерывный процесс, предполага-

ющий добавление новых и изменение имеющихся терминологических единиц, внесение сведений о недопустимых вариантах и обновление дополнительной информации, такой как указания на специфическое употребление тех или иных терминов в отношении определенных продуктов или заказчиков. Этот процесс также включает в себя разработку определений и примеров использования, примечаний и графических вставок.

**Проверка терминологии.** Оперируя терминологическими списками и базами данных, имеет смысл периодически проверять правильность и единообразие в использовании содержащихся в них терминов, а также контролировать возможное употребление недопустимых вариантов. Терминологическая база, имеющая функцию отображения подтвержденных и недопустимых терминов, позволяет проверять текст перевода на наличие в нем как первой, так и второй группы терминологических единиц. Функция проверки либо интегрируется непосредственно в средство перевода (или его терминологический компонент), либо может использоваться через специализированное приложение. Также с помощью систем проверки, подключаемых к среде редактирования, возможна проверка терминологии в документации на исходном языке.

Помимо перечисленных специализированных приложений существует множество других, которые также могут оказаться полезными.

- Средства преобразования и извлечения текста, которые преобразуют или извлекают текст из исходного файла в формат, пригодный для перевода.

- Средства подсчета слов, предназначенные для определения объема переводимого текста. Если такое средство является частью переводческого приложения, оно также определяет объем повторно используемого текста — например, количество полных совпадений с единицами перевода, имеющимися в базе.
- Средства контроля качества (как интегрированные в средства перевода, так и в виде отдельного приложения) служат для проверки пунктуации, формата цифровых данных, правописания, грамматики и т. д.
- Средства управления проектами позволяют создавать проектные модули, в которых хранятся файлы на перевод, справочные материалы, списки терминов и единицы перевода для повторного использования с помощью переводческого приложения.

Такое средство отслеживает данные об обработке и статусе отдельных файлов («переведен», «вычитан» и т. п.), графике работы и исполнителях конкретных переводов.

- Средства управления потоком операций используются для автоматизации отдельных этапов рабочего процесса, таких как преобразование формата файлов, подсчет слов и анализ базы памяти переводов на наличие в ней подлежащих повторному использованию единиц перевода (совпадений). К примеру, с помощью интерактивной системы управления потоком операций переводчикам автоматически отправляется уведомление о назначенных им заданиях.

---

*Ангелика Церфас — внештатный консультант и тренер по средствам перевода и процессам, связанным с локализацией.*



# Создавая основу для слова «НЕТ»

Ричард Сайкс (Richard Sikes)

**«С самого начала было ясно, что это безумная идея, — простонал старший руководитель проектов. — А дальше все пошло только хуже. Теперь мне придется заниматься исправлением аварийной ситуации, вместо того, чтобы заниматься чем-то более продуктивным».**

Компания получила запрос от очень важного клиента на перевод более 52 000 слов за 48 часов. Даже новичок в локализации знает, что перевод такого объема требует около 26 рабочих дней. Срок в два дня означает загрузку 13 переводчиков — не оставляя времени на выдачу материала, согласование терминологии, редактирование и другие важные задачи, которые являются неотъемлемой частью высококачественного и профессионального перевода. Преимущества самых лучших технологий быстро сходят на нет по мере привлечения большего количества переводчиков, что приводит к большим различиям в стиле и терминологии и существенно увеличивает время, необходимое для редактирования.

Несмотря на чрезвычайность ситуации, компания взялась за эту работу, изыскала ресурсы и действительно сдала проект в обещанное время вопреки всем трудностям. Однако вместо благодар-

ности клиент пожаловался на неудовлетворительное качество работы.

Как такое могло случиться? Проигравшими оказались обе стороны — и клиент, и поставщик, не говоря уже о конечных пользователях, которым придется разбираться в плохо выполненном переводе. Почему не возобладал здравый смысл? Почему никто из трезвомыслящих участников этого проекта не встал и не сказал: «Нет, мы не можем этого сделать?»

## С точки зрения клиента

Остается только недоумевать, какие соображения привели к появлению запроса с объемом и сроками, настолько расходящимися со стандартными представлениями о разумных сроках сдачи заказа. На стороне клиента есть две ключевые фигуры — ответственный за принятие решения и руководитель проекта.

Могло ли быть, что ответственный за принятие решения:

- не понял принципов работы и соответствующих расчетов?
- не подумал о качестве конечного продукта?
- забыл учесть такой важный компонент, как время?

- не контактировал с отделом контроля качества, что привело к несовпадению целей внутри компании?

Вероятно, ответственный за принятие решения не общался с поставщиком непосредственно. Также можно предположить, что согласованием параметров работы с поставщиком занимался руководитель проекта по локализации, а не ответственный за принятие решения. Опять же, остается лишь гадать, почему руководитель проекта не возразил против таких жестких сроков.

Возможно, он:

- не имел достаточно опыта и не смог предугадать возникновение проблем с качеством;
- безропотно согласился с мнением своего работодателя;
- не стал возражать из-за боязни неодобрения начальством или насмешек коллег;
- поддался неуместному шапкозакидательскому настроению «нет ничего невозможного», принятому в корпоративной культуре;
- понимал, что параметры задания неразумны, но решил переложить ответственность за отказ от задания на другую инстанцию в цепи поставок во избежание негативной реакции в своем рабочем окружении.

## С точки зрения поставщика

В данном конкретном случае на стороне поставщика запрос был получен начинающим руководителем проекта, который вместо того, чтобы поднять вопрос на более высокий уровень, сразу приступил к его выполнению. Такая ре-

акция могла быть вызвана тем, что руководитель проекта:

- не имел достаточно времени для анализа ситуации и решил, что единственный шанс уложиться в предложенные сроки — это начать работу немедленно;
- полностью не осознавал возможные проблемы с качеством и отрицательное влияние своих непродуманных действий на дальнейшие отношения с клиентом;
- не хотел своим отказом или задержкой начала проекта из-за переноса решения о его выполнении на более высокий уровень поставить под угрозу дальнейшие взаимоотношения с клиентом;
- поддался действительному или воображаемому давлению со стороны своего отдела продаж уложиться в сроки несмотря на возможные отрицательные последствия;
- решил вступить на этот сомнительный путь из-за ожидаемого в корпоративной культуре компании оптимистического настроения «нам все по силам»;
- ошибочно предположил, что если столь важный заказчик делает такой запрос, — значит, его возможно выполнить;
- побоялся, что из-за его отказа клиент может сменить поставщика;
- не имел готовых критериев для оценки проекта или инструкций по его эскалации, не считал себя вправе воспользоваться существующей инфраструктурой эскалации либо считал существующие пути эскалации неэффективными.

## Соглашение и парадокс Абилина

Анализируя такие случаи, легко написать возникающие сложности специфике локализационных проектов. Однако не только в отрасли локализации возникают подобные случаи. В других областях имели место столь драматичные эпизоды, по сравнению с которыми эта история кажется пустяком. Ярким примером этому служит катастрофа шаттла «Челленджер», в которой такие неопасные по отдельности человеческие факторы, как групповое мышление, давление руководства и заменивший осторожность оптимизм привели к трагическим последствиям. Историю с «Челленджером» часто приводят в качестве показательного примера на различных курсах по корпоративному поведению.

**В основе парадокса Абилина лежит концепция контроля выполнения соглашения как противоположность управления конфликтом.**

Для понимания таких типичных ситуаций стоит приглядеться к феномену человеческого взаимодействия, известному как парадокс Абилина, в котором члены группы внешне приходят к согласию, которого на самом деле нет.

Вот один из вариантов этой истории. Одна семья находилась в своем пыльном техасском ранчо в невероятную жару. Кто-то предложил съездить в Абилин за мороженым. Все члены семьи сели в машину и поехали. Из-за жары дорога была долгой, пыльной и некомфортной. Они купили мороженое, съели его и отравились обратно. Дорога домой была

еще хуже, чем в город. В пропитанном потом и пылью, битком набитом салоне автомобиля все члены семьи стали раздражительными. В итоге, когда они приехали домой, их настроение было хуже, чем до поездки. Кто-то спросил: «Зачем же мы вообще поехали туда?». Они растерянно посмотрели друг на друга и одновременно сказали: «Мне эта идея сразу не понравилась, но я подумал, что ты этого хочешь». Оригинальную историю можно прочитать в книге Джерри Б. Харви (Jerry B. Harvey) *The Abilene Paradox and Other Meditations on Management* (John Wiley and Sons, 1988).

В основе парадокса Абилина лежит концепция управления согласием, противоположность концепции управления конфликтом. В случае взаимоотношений героев нашей истории никакого конфликта не было, они просто согласились начать работу над переводом. Никто из них не был достаточно опытен, чтобы трезво оценить ситуацию и приостановить или рассмотреть проект на более высоком уровне, в результате чего они оба оказались, как пишет Харви, «на дороге в Абилин».

Основой управления согласием являются действия из добрых побуждений. Большинство людей по природе не склонны говорить «нет», спорить, сражаться, отказываться от дел, они боятся «потерять лицо» перед своими коллегами и окружающим миром. В крайних случаях плохое управление согласием может спровоцировать коллег или партнеров по бизнесу лгать друг другу с целью сохранить мир. Постфактум указать пальцем на виновного — еще один яркий признак. Именно таким

образом и разворачивалась далее наша история.

Харви ссылается на феномен, который он называет «боязнь действия». Работники могут испытывать что-то вроде эмоционального шантажа со стороны своего окружения, которое мешает им действовать в интересах своего нанимателя или в интересах клиента. Чтобы проиллюстрировать это, Харви перефразирует слова Гамлета: «Сохранить чувство целостности и самоуважение или уступить — вот в чем вопрос».

Что лучше: чувствовать стыд из-за абсурдности и бессмысленности проекта, которым руководишь, или же страх, докладывая президенту и акционерам о том, что им заведомо не понравится?

Это приводит нас к вопросу: «Что нужно изменить в окружении, чтобы помочь работникам, особенно новичкам, с честью выходить из таких непростых ситуаций?». Что оказалось неправильным в отношениях новичка-менеджера с заказчиком или с начальством, раз он не смог удовлетворить четко поставленные заказчиком требования по объемам и качеству перевода? Возможно, компании следовало бы больше внимания уделить развитию коммуникационных навыков на стадии начала проекта, в результате чего действия руководителя проекта были бы более рациональными?

Вот ряд вопросов, который позволит выделить жизненно важные критерии успеха:

- Почему необходимо сделать этот перевод?
- Что произойдет, если проект не будет сдан?

- Возможно ли сдать перевод в полном объеме, но без соблюдения должного уровня качества?
- Если придется пожертвовать либо качеством, либо временем, что вы выберете?
- Есть ли особо важная часть или модуль, которому нужно уделить первостепенное внимание?
- Как предполагается использовать переведенный материал?
- Возможно ли сдать проект по частям?
- Какой из критериев запроса, необходимый для сдачи проекта, абсолютно невозможно удовлетворить?

Ряд этих исчерпывающих вопросов должен закончиться фразой: «Прояснив все общие задачи и вопросы, мы можем поработать вместе над теми вопросами, где мы не можем уступить».

Внедрение таких вопросов поможет удовлетворить все реальные требования и цели клиента (то есть не обусловленные его фантазией).

Эти понятия важно разделять, потому что часто по целому ряду причин клиенты не вдумываются в свои проекты настолько, чтобы понять, что им действительно нужно и чего они хотят.

Вместо этого и поставщик, и клиент оказываются «на дороге в Абилин». Это классический пример провала теории группового мышления. Никто не проявил инициативу и не предложил альтернативный путь решения задачи, отличающийся от того, с которым согласился бы любой член группы. На это могло быть множество причин:

- Группа подсознательно сосредотачивается на частичной, кратковременной

награде (вкусное, прохладное мороженое), забывая о плачевных последствиях (неприятная поездка обратно без какой-либо награды в конце).

- Из-за влияния групповой культуры попытка внести новое предложение может быть не одобрена или даже высмеяна, вследствие этого члены группы неуверенно выступают с новыми идеями.
- Из-за того, что ответственность за принятие решений не распределена, никто не проявляет инициативу.
- Из-за постоянного давления конкуренции у группы просто нет времени определить желаемые результаты. Решения принимаются в отсутствие ясной цели, поэтому и возникает ситуация, в которой ответственный за принятие решения человек действует вслепую.

## Миссия как основа

Существование миссии «удовлетворить желания клиента», утвержденной на самом высоком уровне, могло бы помочь и клиенту, и поставщику разобраться, следует ли начинать проект с такими сжатыми сроками. Такая миссия обеспечивает основу, в рамках которой все необходимые для анализа вопросы появляются естественным образом.

Разработка миссии часто воспринимается работниками как зря потраченное время, которое могло быть использовано в более продуктивных целях. Это действительно так — если миссия составлена неправильно. А если на высшем уровне утвержден такой вариант, из которого легко проистекают корпоративные цели

и стремления, на его основе возможно создать инфраструктуру, помогающую сотрудникам соизмерять и воплощать свои решения. Перечень правил, полученный из четкого определения цели, может быть очень мощным инструментом в пределах инфраструктуры принятия решений.

## Как сказать «нет»

Давайте вернемся назад и посмотрим, что могло бы измениться в этой ситуации, если бы были ясны цели и создана структура принятия решений. Нужно исходить из того, что при получении запроса на услуги слово «да» не всегда является единственным правильным ответом.

Если бы опытный и уверенный в себе руководитель проекта имел такой перечень вопросов и осмелился использовать его, то проект бы вернулся к ответственным лицам с обеих сторон со следующими вариантами решения.

- Остановить выполнение проекта и распределить ответственность за последствия, к которым приведет несвоевременное выполнение части проекта.
- Пересмотреть сроки сдачи всего проекта.
- Разделить проект на несколько частей в порядке строгого приоритета и разработать поэтапный план сдачи проекта, который бы удовлетворял наиболее важные требования клиента.
- Продолжить выполнение проекта с четкой договоренностью, что требуемые стандарты качества не будут выполнены.

Вышеупомянутые варианты предполагают результаты, которые могут быть восприняты негативно и поэтому должны быть оценены с точки зрения бизнеса. С точки зрения руководителя проекта мощнейшим инструментом в этой ситуации будет ответ, сопровождаемый запасными вариантами, который мы назовем «условное «нет»». Существует четыре причины, почему условное «нет» может быть эффективным и положительно повлиять на дальнейшие взаимоотношения с клиентом.

- Если ответственные за принятие решения люди не имеют представления о тонкостях процесса и сопутствующих расчетах, то предложенные варианты могут служить средством, с помощью которого руководитель проекта сможет все подробно объяснить.
- Если ответственный за принятие решения человек со стороны клиента просто допустил ошибку, например, не учел какой-то компонент, то список вариантов даст ему возможность сохранить лицо и исправить эту ошибку.
- Если качество продукта для ответственного лица не имеет значения, но важно для руководителя проекта или других лиц со стороны поставщика или клиента, то имеет место несоответствие корпоративных целей.
- Условное «нет» помогает руководителю проекта показать, что задача была подробно рассмотрена, и, таким образом, сдерживает эмоциональную реакцию и сглаживает вероятное впечатление ответственных лиц, что действия руководителя проекта продиктованы эмоциями, а не фактами.

Руководители проекта часто оказываются на границе между двумя противоборствующими силами и противоположными целями, не обладая достаточным влиянием для привлечения внимания к проблеме или проведения оценки бизнес-случая, благодаря чему можно было бы выработать правильную стратегию действий. Стратегия условного «нет», направленная на руководство, может открыть дверь к обсуждению данного конкретного случая, особенно если представленные варианты содержат подтвержденное цифрами логическое обоснование и анализ рисков.

#### **Преимущество ответа “да, но...” в том, что он устраивает всех.**

В одних корпоративных культурах четко обозначенное мнение вызовет уважение, а в других даже условное «нет» посчитали бы слишком конфронтационным. Профессионал в области локализации Карен Фули (Karen Fowlie), руководитель отдела услуг компании Cognos Inc., отмечает: «Моя позиция — избегать слова “нет” и всегда говорить “да, но...” в случаях, когда принимающим решения лицам необходимо объяснить, что сильное сокращение сроков проекта может очень существенно повлиять на качество или на другие важные факторы.

Преимущество ответа “да, но...” в том, что он устраивает всех. Он устраивает руководителей проектов, потому что им не приходится отказываться от проекта полностью. Принимающие решения лица не разочаруются от прямого отказа и не будут расценивать его как неуверенность в собственных силах. Вместо этого они получают

от экспертов ответ: “Да, проект можно сделать, но есть определенный риск и различные варианты развития этого проекта”. Так же как и условное “нет”, ответ “да, но...” должен сопровождаться альтернативными решениями возможных проблем, которые следует переадресовать ответственному лицу таким образом, чтобы стало понятно: мы разделяем ответственность за решение и имеем четкое представление о возможных рисках (это и есть “но” в “да, но...”).

На мой взгляд, важно, чтобы и принимающее решение лицо, и руководитель проекта понимали ответственность за согласие на выполнение проекта с такими жесткими сроками без предварительного обсуждения возможных рисков. “Да, но...” — это ключевой подход, который как руководители проектов, так и технические специалисты используют для того, чтобы принимающие решения лица осознавали риск, связанный с их запросом, и знали о существовании ряда компромиссных вариантов, которые могут устроить всех».

Вне зависимости от того, используется ли метод конфронтационный или всех устраивающий, эффективность стратегии «да, но...» или условного «нет» не принимается в расчет, если в корпоративной культуре сильно развито групповое мышление и дозволены насмешки и невнимание к выражению отдельного мнения, не совпадающего с основной линией мышления.

Столь же опасно, когда в корпоративной культуре принято демонстрировать энергичность и исполнительность, в результате чего не принимается в расчет здравый смысл, а планирование ста-

новится неадекватным. Руководителей проектов часто привлекает перспектива забыть о невозможности и получить что-то вроде оаций за сверхурочную работу, необходимую, чтобы уложиться в неразумные сроки. Несмотря на то, что этот вид корпоративной культуры превалирует в локализационной отрасли, играет большую роль и, без сомнения, достоин похвалы в некоторых обстоятельствах (таких как «экстренное спасение» провального проекта), это еще не означает, что он способствует развитию бизнеса и что его следует поощрять в отсутствие практических средств управления.

### Давление на поставщика

Поставщики в этой отрасли бывают недостаточно предусмотрительны и нередко проводят лишь поверхностную оценку. В большей или меньшей степени давление является результатом конкуренции и необходимо для выживания. Давление заставляет работать с высочайшими производительными темпами. Тем не менее, компании не должны забывать о законе Дарвина: выживает сильнейший, что в нашем контексте означает способность обеспечения постоянного уровня качества с разумной скоростью. Профессионалы в области локализации, в отличие от ответственных за принятие решения лиц, знают, что слишком быстрый или слишком долгий перевод без терминологической работы ведет к трагическим последствиям для качества.

Итак, зачем же поставщик рискует и подписывается на проект в таких обстоятельствах? Помимо причин, упомянутых

ранее в статье, можно указать еще одну: они просто не знают, когда сказать «нет».

Поставщик должен знать, «когда придержать, а когда спусовать», как мог бы выразиться игрок в покер. Опять же, изучение многочисленных случаев показывает, что наиболее выигрышной стратегией для сохранения длительных хороших взаимоотношений между поставщиком и клиентом будет предоставление возможности клиенту отдать эту невыполнимую работу конкуренту и, таким образом, показать его провал.

Нельзя ожидать от новичка-менеджера принятия такого решения. По этой причине и должна существовать возможность быстрого переноса рассмотрения проекта на более высокий уровень. Таким образом, эти решения, особенно отрицательные и влияющие на ключевые отношения, могут быть приняты на том корпоративном уровне, который наилучшим образом подготовлен к несению этой ответственности в рамках общей корпоративной стратегии. Если речь идет о ключевом заказчике, это может быть даже высшее руководство компании.

Возможности эскалации на стороне поставщика имеют схожие свойства и корпоративно-культурные предпосылки. Кроме того, для менеджеров должны быть определены понятные принципы эскалации. В приведенном примере таких принципов либо не существовало, либо менеджер не обратил внимания на «красные флажки».

## Тактика и риски

Если после эскалации ответственное лицо со стороны поставщика отказы-

вается от проекта, стратегии условного «нет» могут сделать отказ более мягким и тактичным. Они включают:

- Установление чрезмерно высокой цены, чтобы клиент сам отказался от передачи проекта.
- Подтверждение осведомленности клиента об ожидаемом уровне качества.
- Согласие на сдачу проекта, но в сроки, неприемлемые для клиента.
- Организация встречи представителя руководства компании-поставщика с представителем руководства клиента.

По отдельности каждый из этих пунктов может не сработать, но вместе они довольно убедительны. Во всяком случае, вероятность довольно высока. Потребитель может обидеться на требование подписать документ об отказе, или может оставить невыполнимое задание в качестве «выкупа» за будущую работу. Чрезмерная «сила потребителя» — это одна из четырех «сил» по Майклу И. Портеру (Michael E. Porter, *Competitive Strategy*, The Free Press, 1980). «Сила покупателя», «сила поставщика», «опасность замещения», «угроза новичка» и «опасность конкуренции» — эти факторы действуют в любой сфере бизнеса, и их следует учитывать при принятии стратегических и тактических решений.

По сути, первостепенная задача руководства высшего уровня — сформировать корпоративную стратегию таким образом, чтобы все «силы» Портера находились в равновесии. Отсутствие действующей модели эскалации, позволяющей рядовым менеджерам передать сведения о сложной ситуации наверх, туда, где формируют стратегию, означает, что руководство



не будет в курсе изменения соотношения «сил» — что и произошло в рассматриваемом нами случае. Разумные руководители предпримут шаги к устранению этого недостатка. Альтернатива понятна: компания может сбиться с курса.

Существуют и другие риски:

- Конкурент может найти выход из ситуации. Конечно, это представит компанию в невыгодном свете и станет удачей для конкурента.
- Конкурент может взяться за работу, осознанно игнорируя последствия для качества, а после завершения работы извиниться за ошибки. В зависимости от степени последующего унижения, конкурент может все-таки занять лидирующую позицию.

В любом случае, отношения между клиентом и конкурентом могут перейти на такой уровень, которого ранее не существовало, или существующие между ними отношения просто будут развиваться. Создание подобного повода для сотрудничества клиента с другими поставщиками как правило не вызывает энтузиазма у руководителей отдела продаж, что серьезно затрудняет следование этому курсу — вне зависимости от практических последствий. Ввиду этого крайне важно существование заранее обговоренной стратегии принятия решений, основанной на корпоративной миссии и позволяющей сделать процесс более объективным и перейти от эмоциональной реакции к нейтральным расчетам и переговорам.

## Инфраструктура полномочий

Принятие решений усложняется, когда речь идет о таких неосязаемых

ценностях, как взаимоотношения и доверие, особенно учитывая отсутствие общепринятых параметров, на основе которых принимаются решения в локализационной отрасли. Невозможность точной оценки делает доверие очень важным фактором. Список правил поможет создать доверительные отношения между поставщиком и клиентом, привлечь внимание к деталям, а также ясно определить цели, права и обязанности партнеров. Однако менеджеру должны быть предоставлены инструменты, которые позволят ему укрепить это доверие.

Из-за неразумного соотношения объема и сроков описанный выше случай нельзя рассматривать как среднестатистический — однако в качестве наглядного примера он подчеркивает важность определения принципов анализа ожиданий (как внутри компании, так и обеих сторон). Клиенты и поставщики должны помнить, что основная цель локализации состоит не в обслуживании и удовлетворении потребностей друг друга, а в обеспечении конечного пользователя качественной продукцией. Неразумное давление, созданное недостаточным пониманием особенностей проекта, не способствует выполнению этой цели.

Сотрудники должны иметь возможность использовать существующую корпоративную инфраструктуру для передачи вопросов на более высокий уровень управленческой цепи, когда, по их мнению, принимается недальновидное решение и тому есть весомые доказательства. Они должны быть уверены, что могут сделать это безо всякой опасности для своего служебного положения.

Задача руководства как клиента, так и поставщика — внедрить коммуникативную модель, которая смогла бы обеспечить долговременную стабильность в удовлетворении потребностей клиента. Если корпоративное руководство не выполняет этой функции, задача менед-

жеров — настоять на конструктивных переменах.

---

*Ричард Сайкс — внештатный инструктор и консультант в области управления локализацией; работает в сфере локализации с 1989 года.*

# Управление качеством переводческой работы

*Мелисса Скоуфилд (Melissa Scofield)*

Последние десять лет многие компании активно передают значительную часть работы субподрядчикам, в результате чего в деловой практике прочно закрепилась такая процедура, как управление качеством ресурсов. Не стала исключением и отрасль перевода и локализации, где солидный объем работы традиционно выполняется силами сторонних специалистов. «Я обнаружил, что большинство поставщиков на переводческом рынке не имеют какой-либо четкой программы контроля качества, — признает Мигель Анхель Рейес Рейра (Miguel Angel Reyes Reira), владелец испанской переводческой компании OneDocument. — А в таких случаях неизбежны сложности с обеспечением обратной связи».

которые включают оценку и мониторинг потерь из-за низкого качества перевода и их возмещение, систему сбалансированных показателей, лингвистических проверок, корректировочных и превентивных мер, а также активное участие самих переводчиков.

## Оценка и мониторинг потерь в результате низкого качества

Эта процедура исключительно важна, так как позволяет получить информацию, необходимую для построения взаимовыгодных отношений с переводчиками и последовательного улучшения качества их работы. Качество проектной работы отслеживается по каждой задаче, в результате чего определяются затраты, связанные 1) с повторным выполнением операций и 2) с отзывом отправленных клиенту материалов.

Лучше всего зарекомендовали себя такие процедуры управления качеством,

Все это дает возможность адекватно отследить реальный объем расходов вследствие низкого качества перевода.

## Возмещение издержек

Значительного сокращения потерь от низкого качества можно добиться за счет активной работы с переводчиками. Метод возмещения издержек, когда в случае серьезных недостатков в подготовленных переводчиком материалах из оплаты делается вычет, привносит в рабочий процесс элемент ответственности и прозрачности.

Не ограничиваясь возмещением расходов на повторное выполнение работы, эту методику могут использовать отдел по контролю качества и руководители проектов в целях общего управления (в вопросах повторного выполнения операций) и при составлении инструкций и счетов. Такие вычеты из оплаты позволяют компании не только полностью покрыть издержки, связанные с низким качеством перевода, но и оперативным образом стимулировать дальнейшие улучшения.

## Лингвистический аудит

Хотя регулярные проверки (их еще называют аудитом) представляют собой лучший способ обеспечить соблюдение рабочих процессов и процедур, для контроля над работой переводчиков эта методика слишком сложна, а подчас и вовсе неприменима. Поэтому достаточно эффективными будут проверки в форме оценки выполненных заданий и ежегодных обзоров.

Здесь переводчик оценивается по результатам каждого выполненного им задания, причем сотрудники, занятые в работе более высокого уровня, должны дать оценку заданию, полученному с предыдущего этапа. Оценки ранжируются от «неудовлетворительно» (1) до «отлично» (4). Это дает возможность обнаружить проблему до отправки материалов клиенту, а также проверить работу переводчиков, определив действия, необходимые для решения проблемных ситуаций и соблюдения принятых в компании процессов и процедур.

Многие компании практикуют индивидуальные системы оценки, доказавшие свою эффективность. Рассказывает Симон Андриесен (Simon Andriesen), глава компании MediLingua b.v.: «Мы давно пришли к выводу, что даже самые лучшие переводчики нуждаются в постоянном контроле. В этом плане действенным средством является обратная связь с редактором. Наши переводчики пункт за пунктом тщательно разбирают редакторские правки и комментарии. Это помогает им увидеть свои слабые стороны и впредь избежать подобных ошибок. Если по ходу продолжительного проекта переводчику не озвучиваются текущие отзывы заказчика, неудивительно, что к этапу окончательной проверки у него совершенно пропадает стимул к совершенствованию. Непрерывная обратная связь, будь то похвала или конструктивная критика, позволяет нашим переводчикам полностью реализовать свой потенциал».

Еще одна система проверки заключается в использовании запросов на получение информации, или попросту анкет

(методика самоконтроля). Раз в год переводчики получают опросный лист, в котором указывают основные моменты применяемых ими процедур. Тем самым обеспечивается соответствие между индивидуальной практикой и общекорпоративной системой контроля качества.

## Система сбалансированных показателей

Эта методика весьма эффективна для сбора и упорядочивания данных о качестве работы компании-поставщика. Сами показатели основываются главным образом на информации, собранной по каждому переводчику, включая оценку его работы. Для этого могут быть использованы самые разные способы, от сбора данных вручную до множества готовых программных решений, позволяющих определить точные показатели и составить рейтинг сотрудников по следующим критериям:

- число корректировок;
- время на повторное выполнение работы (в часах);
- число ошибок в расчете на количество переведенных слов;
- доля возмещенных издержек вследствие низкого качества;
- число претензий от клиента;
- производительность в течение проекта.

На основе полученных результатов компания оценивает производительность переводчиков, занятых в оказании одинаковых услуг, относительно друг друга. Эта система также позволяет самим переводчикам с течением времени отслеживать улучшения в своей

работе, а отделу управления поставками — предлагать потенциальным клиентам наиболее оптимальные цены.

Кроме того, многие компании осознали важность оценки поставщика по системе таких показателей. Так, по мнению Эрве Родригеса (Hervé Rodriguez), президента Excel Translations, «управление качеством в работе подрядчика или поставщика связано с многочисленными сложностями. Для этого необходима возможность оценить динамику по проектам, в то время как в большинстве случаев дело ограничивается однократным тестированием в самом начале сотрудничества. И что потом? Что происходит после того, как кандидатура подрядчика утверждена? Важно измерять и отслеживать уровень качества не на основе одного только первоначального теста, а с помощью надежной системы, которая позволит учесть все противоречивые тонкости и нюансы, а также обеспечит эффективную обратную связь».

## Корректировочные и превентивные меры

Система таких мер является ключевым элементом любой программы управления качеством. Она необходима для того, чтобы отслеживать цепочки сбоев в уровне качества и регистрировать действия, необходимые для решения и последующего предотвращения данной проблемы. При обнаружении проблемной ситуации (внутренними ли средствами, или в результате сообщения клиента) очень важно как можно раньше начать работу по точному выявлению исходных причин и их устранению.

Используя подобную систему — в ручном или автоматизированном режиме — важно направить поток информации в верное русло, не теряя нить проблемы. При этом необходимо обеспечить полную, от начального до конечного этапов, прозрачность рабочих процессов. Наконец, должна быть предусмотрена возможность систематизировать тенденции в причинах сбоев и проблемных ситуаций. Таким образом, система может использоваться в качестве ключевого средства в работе по непрерывному повышению качества.

### Участие переводчиков

Для развития взаимовыгодных отношений внештатные сотрудники обязательно должны быть задействованы во всех аспектах системы управления качеством. Этого можно добиться с помощью оценок и тренингов, а также информационной рассылки деловым партнерам.

Процедура оценки представляет собой нечто большее, чем средство управления качеством, применяемое в ходе проверок: это еще и полноценный способ поощрения сотрудников. Скажем, по результатам оценки в компании может определяться «переводчик месяца», продемонстрировавший исключительное качество работы. Как известно, позитивная поддержка побуждает к постоянному росту над собой, стимулирует сотрудников поддерживать качество на самом высоком уровне.

Проведение тренингов позволит переводчикам быстро освоить вводимый в компании инструментарий и поможет

им самостоятельно выявлять возможные сбои в качестве до отправки материалов заказчику.

Наконец, организовав информационную рассылку сотрудникам, компания сможет привлечь их к участию в системе управления качеством. Благодаря рассылке обеспечивается оперативная и постоянная связь по вопросам, связанным с внедрением изменений в самой системе и в относящихся к контролю качества требованиях, в используемых средствах и процедурах.

В конечном счете, применение этих методик позволит компании обеспечить неизменно высокое качество работы. Определение проблемных моментов, анализ тенденций в их появлении и учет системы показателей лежат в основе непрерывного совершенствования рабочих процессов.

### Заключение

Качество привлекаемых извне ресурсов — один из животрепещущих вопросов переводческой отрасли. Действенная программа по управлению качеством дает компании возможность установить прочные отношения с сотрудниками, а ее клиентам — гарантию стабильно высокого качества работы.

---

*Мелисса Скоуфилд (г. Луисвилль, штат Колорадо) — координатор по вопросам управления качеством в компании ForeignExchange Translations, Inc.; обладает десятилетним опытом работы в области управления качеством как в производственных отраслях, так и в сфере переводческих услуг.*

# Здравый смысл как ориентир в международном бизнесе

Джон Фрейвальдс (*John Freivalds*)

Как-то раз, лет двадцать тому назад, ко мне в офис вошел руководитель проектов из компании АСТ IV, занимающейся производством попкорна для микроволновых печей, и после обмена любезностями сказал примерно следующее: «Мы готовимся к выходу на международный рынок, и нам нужна ваша помощь».

«Здорово, — подумал я. — Это будет интересно». Именно такой работы я и ждал. В голове начали проноситься догадки обо всех мыслимых и немыслимых деталях предстоящего сотрудничества: рекламная деятельность, выбор между учреждением совместного предприятия и продвижением своими силами, поиск дистрибьюторов, установление оптимальной цены, конкурентная борьба, приобретение всевозможных СМИ, подготовка руководящих кадров, оформление визитных карточек на нескольких языках, выбор иностранных СМИ... А ведь за такой заказ, должно быть, дадут немаленькую премию. «Чем я могу помочь?»

— Все просто, — отвечает посетитель. — Мы хотим изменить нашу упаковку: перевести надписи «закуска» и «упаковка для всей семьи» на французский язык.

И это все?!

Я недоумевал. Двадцать лет работы в компании, получившей от Министерства торговли США две награды «За блестящую экспортную политику», учреждение двух международных журналов, а сейчас вот работа в международном рекламном агентстве Ogilvy and Mather, знание четырех языков, служба в Корпусе мира... И все, что от меня требуется, это перевести несколько слов? Я чувствовал себя словно мощный «Мазерати», на котором пытаются развезти пиццу по окрестным районам.

Я посмотрел на него в изумлении и быстро ответил. Видимо, я так и не стал хорошим консультантом именно потому, что никогда не мог сказать: «Сначала нам надо как следует изучить этот вопрос, составить коммерческое предложение, потом определить подходящую стратегию и необходимые человеческие ресурсы, разработать график и бюджет проекта».

— Мы не станем этим заниматься, — ответил я.

— Вы не станете этим заниматься? — переспросил удивленный посетитель. — Но мы вам заплатим. (Да уж, должно быть, не меньше пары сотен долларов!)

— То, что вы собираетесь делать, не будет работать, и мы не хотим стать частью вашего маркетингового провала, — и я объяснил, почему. — Во-первых, во Франции нет такого явления, как «закуска» (*snack food*). Приехав во Францию, вы увидите, что французы стройные. Они не проводят время за бесконечными перекусами. Во-вторых, французы в основном городские жители; они живут в квартирах, а не в больших частных домах и ходят в магазин каждый день. Это часть их культуры. У них нет кладовых для недельного запаса еды. Просто изменив несколько слов на упаковке, вы вряд ли заставите их покупать ваш товар. И кстати, вы узнали, у скольких семей на вашем целевом рынке есть микроволновки?

В Миннеаполисе, где я тогда жил, меня всегда считали немного странным, и мой ответ менеджеру из АСТ IV окончательно укрепил его в этом мнении. Компания нашла какое-то другое агентство, согласившееся перевести эти ничего не значившие для французов слова, отправила во Францию несколько контейнеров с попкорном (где микроволновые печи тогда еще не получили широкого распространения) — и в итоге весь маркетинговый проект провалился. Что ж, по крайней мере, это произошло без моего участия.

**Просто изменив несколько слов на упаковке, вы вряд ли заставите иностранных потребителей покупать ваш товар.**

Сегодня, двадцать лет спустя, подобные ошибки все еще не редкость. Размышляя на эту тему, я прихожу к единствен-

ному выводу о том, что, хотя американцы и считают себя людьми более широких взглядов, не ограниченных национальными рамками, на самом деле это не так. И тому есть несколько причин.

## Ложные представления

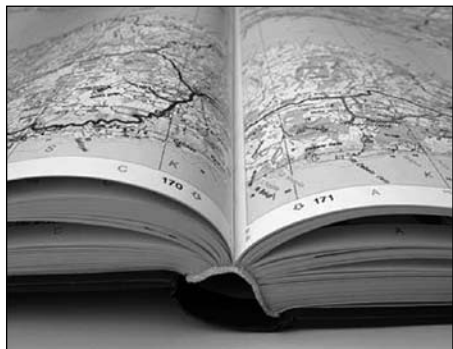
У каждой современной компании есть веб-сайт, а значит, выход на международный уровень, хотите вы того или нет, уже осуществлен. Более того, локализовать сайт на любое число языков не так сложно, и многие полагают, что этого вполне достаточно.

В США английский является основным языком, да и во всем мире говорят по-английски. Довольно веский довод не учить другие языки («Если на наш веб-сайт станут приходить сообщения, мы просто будем отвечать на английском»). Среднестатистический американский руководитель не имеет ни малейшей лингвистической подготовки и знает 1,5 языка, в то время как руководитель-голландец в среднем владеет 3,9 языками, немец — 3,7 языками, японец и китаец — 2,6.

Наконец, так как одну из основных статей американского экспорта составляют кинофильмы и телевизионные программы, мы считаем всех похожими на себя.

## Расширяйте кругозор

Эта пропитанная духом высокомерия и самонадеянности культура приводит к катастрофическим последствиям, когда американские корпорации пытаются организовать очередной между-



народный проект. Чтобы не стать объектом всеобщих насмешек, при выходе на международный рынок необходимо следовать нескольким простым правилам (причем это относится к любой компании, к какой бы культуре она не принадлежала).

Где бы вы не находились, вас неизбежно затронет процесс глобализации, поэтому независимо от характера вашего бизнеса вы должны мыслить глобально. Сейчас я живу в 20 милях от Дайерсвилля, штат Айова, где находится главный офис международной компании по производству игрушек — тех самых игрушечных тракторов, которые можно встретить в сети Wal-Mart или в любом другом магазине. Хотя центральный офис расположен в Дайерсвилле, все игрушки изготавливаются в Китае: компания пополнила ряды 80 000 американских фирм, перенесших производство в Китай.

### **Разные модели покупательского поведения**

Многие компании, не привыкшие особо себя утруждать, полагают, что

единственное, что нужно для «расширения товарной линии», это новая упаковка. Компания Kellogg's решила, что своими сухими завтраками из кукурузных хлопьев сможет изменить кулинарные пристрастия латышей, не приняв во внимание тот факт, что в Латвии того времени свежее молоко было дефицитным товаром. Впрочем, для сбыта в сельских районах Панамы, где я служил в Корпусе мира, компания избрала верный путь. Она стала предлагать свои сухие завтраки в качестве готовой закуски, не требующей добавления молока, и продукция начала пользоваться спросом.

### **Индивидуальный подход к розничным продажам**

Жители Европейского союза говорят на 27 языках, и в будущем это число будет только увеличиваться. И норвежцы, например, не станут покупать товары с надписями на шведском языке, как бы ни были эти страны близки в языковом и географическом отношении. Либо относитесь к потенциальному рынку сбыта со всей серьезностью, либо вообще забудьте о нем.

### **Разное отношение к качествам товара**

В некоторых странах функциям товара придается большее значение, чем удобству его использования. Только что я держал в руках японский карманный электронный словарь, под завязку набитый опциями и функциями, в которых невозможно разобраться. Японский продавец предложил показать мне



все возможности словаря. Но зачем? Я сам хотел бы научиться им пользоваться. И к тому же компания-производитель, должно быть, считает, что у меня такие же миниатюрные пальцы, как у японских инженеров, занимавшихся разработкой этого прибора.

## Специфика ведения бизнеса

В каждой стране приняты определенные правила ведения бизнеса. Они такие, какие есть. Их нужно принять как данность и стараться следовать им. Вы больше не в Канзасе. Отличия, к которым вам придется привыкать, касаются налоговой отчетности, государственного регулирования, трудового законодательства, льгот и поощрений персонала, систем бухгалтерского учета, а также представлений о том, что является допустимым во время путешествий и развлечений. Также придется задуматься и о вещах, которые в той или иной стране принято преподносить в качестве подарков.

Пожалуй, основным вопросом станет выбор между созданием совместного предприятия и выходом на зарубежный рынок в одиночку. Лично мне предпочтительным кажется второй вариант, так как в случае успеха каждый из партнеров обычно старается сосредоточить весь бизнес в своих руках. К тому же очень часто договор о сотрудничестве составляется таким образом, чтобы максимальное упростить его расторжение.

Помню, однажды я принимал участие в учреждении совместного предприятия с правительством Ямайки. Наши партнеры хотели получить контрольный пакет акций, однако посколь-

ку они плохо разбирались в технологии производства, мы включили в договор условие о «значимых действиях». В результате они могли публично заявлять о своей ведущей роли в компании, в то время как благодаря этому условию мы полностью контролировали текущую деятельность, так что ни одно важное решение не могло быть принято без нашего согласия.

## Особенности конкурентной среды

Когда компания Kellogg's предприняла попытку вывести на латвийский рынок свои сухие завтраки, конкуренцию ей составили вовсе не товары General Mills или Cheerios, а обычные огурцы, сардины и йогурт без вкусовых добавок. Как видим, едва ли можно просто перенести на новый рынок стратегию, применявшуюся на внутреннем рынке.

Сейчас я как раз столкнулся с этой проблемой, помогая одной ближневосточной сети быстрого питания выйти на рынок США. Компании удалось завоевать определенную долю ближневосточного рынка за счет типично американской концепции «уникального предложения». Но вот как с этой стратегией добиться успеха на ее «исторической родине»? Если оставить все как есть, это будет всего лишь очередная сеть быстрого питания вроде Quiznos или Subway. Если же нам удастся привнести в имидж компании влияние Ближнего Востока, это будет действительно нечто уникальное.

Не забывайте, что до вашего появления жители этой страны все-таки обходились без ваших услуг несколько

веков. Вскоре после распада Советского Союза компания NCR вышла со своими кассовыми аппаратами на рынки России и Латвии, рассчитывая на мгновенный успех среди владельцев местных магазинов. Она и предположить не могла, что местные продавцы привыкли пользоваться счетами.

## С чего начать

Чтобы добиться успеха на зарубежном рынке, никаких кардинальных изменений бизнеса не требуется. Вполне достаточно здравого смысла и взвешенного ответа (с учетом международного характера деятельности) на следующие пять вопросов. Эти вопросы обозначены в классической книге Роберта Роузена «Глобальные истины» (Robert Rosen. *Global Literacies*. Simon & Schuster, 2000).

*Цель.* В каком направлении двигаться?

*Планирование.* Как этого достичь?

*Связи.* Каким образом будет вестись сотрудничество?

*Средства.* Какие ресурсы необходимы?

*Результат.* Каким образом должны оцениваться результаты?

Итак, я буду рад помочь вам в достижении международного коммерческого успеха, но не думайте, что для этого достаточно перевести пару слов на товарной упаковке.

---

*Джон Фрейвальдс* — генеральный директор компании JFA, специализирующейся на маркетинговых коммуникациях; является также представителем по маркетингу от Латвии, своей родной страны.

# О маркетинге, продажах и национальных традициях

Коринна Риттер (Corinna Ritter)

В августе 2005 года президент и исполнительный директор американской компании MultiLing Corporation Майкл Снеддон (Michael Sneddon) переехал с семьей в Германию, планируя остаться здесь не больше двух лет, поскольку никто в семье не владел немецким языком. Однако вот уже четвертый год, как они живут в Германии (которая за это время стала им гораздо ближе), и пока не собираются возвращаться. Переезд Майкла Снеддона открыл перед компанией новые перспективы, а его опыт стал наглядным примером того, как иностранец работает в Германии.

## *Что привело вас в Германию?*

Компания MultiLing нуждалась в новом стимуле для развития. Предоставляя услуги таким многонациональным корпорациям, как Dell и Procter & Gamble, мы решили расширить деятельность в Европе, чтобы лучше узнать потребности наших европейских и американских клиентов. Наше исследование выявило, что Германия продолжает оставаться одним из крупнейших экспортеров в мире, а ориентированная на экспорт экономика не может не нуждаться в услугах перевода. Будучи международной компанией, мы заинтересованы в уг-



Фото: Эльке Шульц (Elke Schulz)

лублению сотрудничества с европейскими странами, и мой приезд был призван продемонстрировать серьезность наших намерений.

Мой переезд изменил организационную и управленческую структуру компании, отразился на методике принятия решений. Думаю, мои коллеги из разных стран, как и руководство компании в целом, согласятся, что эти изменения позволили значительно усовершенствовать нашу работу по выявлению новых перспектив, анализу потенциальных проблем и выработке путей их решения. Этот шаг дал мне возможность окунуться в деловую

жизнь Европы, изнутри изучив наиболее оптимальные способы предложения наших услуг и развития переводческих технологий. Я только укрепился в уверенности в том, что при наличии интегрированных моделей работы, единых для всех регионов, в маркетинговой и торговой деятельности переводческая компания должна обладать значительной гибкостью, приспособляясь к местным традициям и нормам.

### *С какими трудностями вы столкнулись, переехав в Германию?*

Прежде всего, серьезные сложности были связаны с языком. До этого я два года жил в Швеции и успел относительно неплохо выучить шведский, а уже будучи аспирантом принимал участие в шестимесячной программе интенсивного курса испанского языка в Мадриде. Так что у меня не было никаких иллюзий по поводу трудностей, связанных с изучением иностранного языка и проживанием в другой стране.

Хорошенько все обдумав, мы решили избрать путь, отличный от того, по которому идут большинство американцев, живя за границей, — путь максимального погружения в местную языковую и культурную среду. Хотя за исключением моей жены, которая изучала немецкий в школе, в нашей семье никто не знал языка, мы отдали наших детей в обычную немецкую школу и детский сад, а сами старались завязать более тесные отношения не с живущими здесь американцами, а именно с немцами. В результате наши дети сейчас говорят по-немецки без акцента.

При всем при этом первые полтора года, честно говоря, были крайне болез-

ненными. Мы чувствовали себя словно в вакууме, не понимали содержание газет, радио- и телепередач. Но это — то, что связано с незнанием языка. Не меньшей была и культурная изоляция: у нас почти не было друзей, мы ни слова не понимали в отзывах учителей начальной школы о поведении наших детей, не знали, как здесь принято совершать покупки, как что работает. Покупка автомобиля без какого-либо знания языка оказалась задачей не из легких, однако еще сложнее было добиться от местной диллерской компании должного технического обслуживания.

Немецкий давался не так быстро, как мне бы этого хотелось, и из-за моего плохого знания немецкого языка на работе все были вынуждены общаться со мной на английском. Через год, когда стало очевидно, что на полную адаптацию и построение бизнеса в другой стране требуется большее время, чем мы предполагали, я решил уделить полгода интенсивному изучению языка. Мы наняли репетитора, который давал нам с женой четырехчасовые уроки немецкого языка по четыре дня в неделю. Естественно, от ежедневной работы меня никто не освобождал, так что было тяжело. Но вот в один прекрасный день (по-моему, дело было на какой-то торговой выставке) я вдруг понял, что разговариваю по-немецки и вполне достойно провожу презентацию. Я просто почувствовал уверенность в том, что могу спокойно общаться на немецком языке. И хотя моя грамматика все еще была далека от идеала, ошибки были не настолько грубыми, чтобы препятствовать полноценному общению.

Многие простые привычные вещи вдруг стали отнимать много времени и сил. Здесь, в Германии, нет такого внимания к автомобилистам в вопросах быстрого обслуживания, как в США, где не выходя из машины можно воспользоваться практически любыми услугами — от ресторана быстрого питания и химчистки до банка и даже аптеки. Немецкие города более компактные, более «упорядоченные», а наряду с автомобильным здесь хорошо развито велосипедное движение и общественный транспорт. Для меня и моей семьи возможность меньше зависеть от автомобиля стала весьма позитивным изменением. Мне лично очень нравится немецкий стиль жизни.

***Как вам работаете с немцами? Оправдываются ли стереотипы?***

Конечно, существуют серьезные культурные различия. Немецкая культура действительно воспитывает приверженность дисциплине, методичности, трудолюбию и нацеленности на результат. Не сказал бы, что немцы усерднее американцев и уж конечно они работают не больше, чем китайцы или корейцы, однако в чем им не откажешь, так это в умении концентрировать максимум усилий на верно поставленных задачах, достигая такого уровня результативности, которым не может похвастаться, пожалуй, ни один другой народ. Здесь не встретишь «говорильни» — немец всегда сосредоточен на решении текущей задачи и не отвлекается по пустякам. Поэтому в конечном счете рабочий коллектив, состоящий из немцев, обычно опережает по продуктивности любой другой. Немцы любят отдыхать,

и отпуск у них длиннее, чем у американцев. Но когда они принимаются за работу, то действительно работают, и делают это хорошо.

Еще одно отличие от американцев заключается в том, что немцы более замкнуты. Например, в Германии многие, проработав вместе по 10–20 лет и каждый день вместе обедая и делая перерывы на кофе, продолжают обращаться друг к другу на «вы». Впрочем, сегодня ситуация начинает меняться. Американцы придерживаются гораздо менее формального стиля общения, и, к сожалению, в родной для меня американской культуре нет того уважительного отношения к старшим по возрасту и незнакомцам.

Однако с другой стороны, немцы менее гибкие в общении. Мне не очень нравится это постоянное ожидание возможности перейти на «ты» и неопределенность в плане того, с какого из двух местоимений следует начинать разговор с тем или иным человеком. Этот вопрос выбора между формальным и неформальным стилем общения до сих пор доставляет мне немало проблем в электронной переписке на немецком языке. Зачастую мне хочется обратиться к кому-нибудь по имени, чтобы показать свое расположение к этому человеку, однако в немецкой культуре (конечно, если вы при этом не пользуетесь английским языком) такой переход допустим только после личной встречи и взаимного согласия обращаться друг к другу на «ты».

Эта немецкая замкнутость проявляется еще и в том, что в коллективе не принято обсуждать личную жизнь

друг друга. На работе следует заниматься своими обязанностями, оставляя все личные вопросы за дверью кабинета. У американцев же (особенно занятых в секторе информационных технологий, известном непринужденностью рабочей обстановки) эта грань часто стирается. Некоторые американские ИТ-компании только приветствуют фактическое «переселение» сотрудников в офис, надеясь повысить этим отдачу от их работы. Но есть и другое, более тонкое различие между американской и немецкой культурами.

Это различие создает определенную напряженность в отношениях, но оно же может стать и источником их укрепления. Дело в том, что немцы более педантичны в вопросах предварительного определения всех рабочих процедур и инструкций, тогда как американцы сразу приступают к работе, не заботясь о деталях и возможных неудачах. Для нас совершенно нормально учиться на практике и придумывать что-то новое по мере продвижения вперед. Насколько позволяет судить мой опыт, в немецком характере большую роль играет стремление к безопасности, предсказуемости — а это требует порядка и планирования. Поэтому, как мне кажется, по сравнению с американцами немцы меньше склонны к риску и новаторству, они менее гибкие. Вместе с тем, их приверженность стабильности и порядку позволяет им добиваться поразительной эффективности в командной работе, направленной на достижение единой цели. В этом акценте на порядке, обучении и точном планировании скрывается одно очевидное преимущество для экономики всей

страны: уже много лет Германия является ведущим экспортером в мире.

### *Влияют ли эти культурные различия на вас как на главу немецкой компании?*

Немцы не любят нарушать привычный ход вещей и редко меняют сферу профессиональной деятельности. Уже в начале жизни человеку отводится определенное место, которое он должен будет занять в социуме, и преодолеть эти рамки очень непросто. Лично мне кажется совершенно бессмысленным, как это делается в Германии, уже в четвертом классе решать, обладает ли ребенок достаточными способностями для получения высшего образования. Учись я в немецкой школе, не уверен, что учителя сделали бы этот выбор в мою пользу.

И вообще, чем бы вы ни занимались, у вас обязательно должна быть специальная подготовка.

Вы не получите даже разрешения на рыбную ловлю, не пройдя подготовительный курс и не сдав сложный многочасовой экзамен. Этот формализм в вопросах обучения и тестирования царит и в трудовых отношениях — как в законодательстве, так и в неписаных правилах поведения. Положительный момент этого явления в том, что здесь все — здания, дороги, автомобили — функционирует идеальным образом, отрицательный же заключается в крайней инертности трудовых ресурсов.

Подобные взаимоотношения в трудовой сфере стали для меня настоящим культурным шоком. В США нет письменных трудовых договоров — разве только для самых высокооплачиваемых работников

или в случае выполнения определенной временной работы. По общему же правилу договор заключается в устной форме, а компания руководствуется соответствующими законами, которые подробно разъясняются в публикуемых правительствам пособиях. Мне понадобилось какое-то время, чтобы привыкнуть к новому для меня положению вещей, особенно если учесть, что читать и говорить по-немецки я совершенно не умел.

Сейчас я, по крайней мере, могу кое-как прочесть трудовой договор и выудить из него основные моменты. А вот что мне действительно не нравится в Германии, это то, что здесь крайне трудно, практически невозможно добиться увольнения плохого работника.

Еще одна черта немецкого характера, о которой можно услышать не так часто, это, так сказать, цельность натуры. Помоему, немцы — очень честный народ. Например, впервые приехав в Мюнхен, я обратил внимание на то, что в местном общественном транспорте нет систем контроля оплаты — ни турникетов, как в нью-йоркском или токийском метро, ни кондукторов, как в чикагских электричках. Поначалу это поразило меня, но потом я понял и по достоинству оценил то обстоятельство, что чрезвычайно высокая эффективность немецкого общественного транспорта как раз и обеспечивается отсутствием подобных препятствий для пассажиров. А как бизнесмен я не могу не отметить, что наши немецкие клиенты гораздо добросовестнее в вопросах оплаты, чем американские. Это сочетание качеств — приверженность свободе предпринимательства, цельность натуры, честность, доверие слову партнера

— составляет, на мой взгляд, неотъемлемую часть немецкого характера и немецкой культуры. Именно поэтому здесь все функционирует гораздо лучше, чем в странах, где людям не достаёт честности.

### ***Что облегчает и что затрудняет ведение бизнеса в Германии?***

В Германии то, что больше всего препятствует ведению бизнеса, может обратиться в серьезное преимущество. И по территории, и по населению Германия уступает Соединенным Штатам, так что здесь ваши ошибки или невысокое качество работы довольно быстро становятся достоянием всей отрасли. Это способно погубить наметившиеся коммерческие перспективы, а второго шанса может уже не представиться. С другой стороны, информация о компании, демонстрирующей достойный уровень работы, распространяется не менее быстро.

В Германии меня особенно привлекает намного более внимательное отношение к качеству, чем в США.

### ***Чем немецкий рынок отличается от американского?***

Так как страна небольшая, это упрощает перемещение. В то же время, как мне кажется, немецкие компании уделяют больше внимания личному контакту, тогда как американские часто полностью исключают из коммерческой практики фактор личного участия, стремясь к тому, что, по их мнению, является действительно «непредвзятым» решением о приобретении товаров и услуг. Здесь, в Германии, крайне важную роль играют положительные рекомендации со стороны других клиентов данной компании.

В США больше крупных корпораций, в Германии — небольших и средних по масштабам компаний. И что интересно, в представлении американцев маркетинговые материалы — рекламный буклет или статья на корпоративном веб-сайте — должны быть объемными, однако их следует не более чем пробежать глазами. Для немцев же важно каждое слово. Так что нам пришлось адаптировать наш сайт и всю рекламную документацию к особенностям немецкой аудитории.

***Что бы вы посоветовали бизнесмену, планирующему открыть представительство или начать дело в Германии?***

Начать новое дело всегда нелегко, ведь новый бизнес по определению предполагает испытание еще непро-

венной модели деятельности. Немцы же ценят качество, они не склонны к риску и предпочитают то, что уже доказало свою эффективность. Поэтому, честно говоря, начать бизнес в Германии будет, пожалуй, сложнее, чем в Америке.

Что касается открытия представительства, то здесь главное — четко представлять себе стоящие перед ним задачи, не допуская расхождений с общекорпоративными целями, и быть готовым изменить заранее сложившееся видение ситуации в соответствии с реалиями рынка. Секрет успеха в терпении, упорстве и умении держать удар.

---

*Майкл Снеддон — президент и исполнительный директор MultiLing Corporation — международной переводческой компании с головным офисом в США.*



# Особенности медицинского перевода

Марта Далмау Гонзалес (Marta Dalmau Gonzales)

Согласно электронной версии толкового словаря английского языка Merriam-Webster, медицина — это «наука и искусство поддержания здоровья, профилактики, смягчения и лечения болезней».

Однако это предельно четкое в своей краткости и простоте определение едва ли раскрывает тот объем знаний, который включает в себя это обширнейшее сочетание множества областей и дисциплин.

Термин *медицинский перевод* означает перевод текстов на медицинскую тематику, которая, в свою очередь, тем же словарем определяется как тематика, «относящаяся к деятельности врача или медицинской практике». Однако этот термин применим далеко не ко всем переводам, выполняемым для медицинской отрасли. Хотя большая их часть является медицинскими по определению, в этой сфере также переводятся тексты, которые, не принадлежа к медицинской тематике, в разной степени (вплоть до полного отсутствия) содержат медицинскую терминологию.

Не будет преувеличением сказать, что в медицинской сфере как нигде востребована многоотраслевая документация. Это можно объяснить не столько

междисциплинарным характером медицинской науки (в этом случае речь идет как раз о медицине как таковой), сколько «зонтичным» статусом отрасли по отношению к чрезвычайно разнородным по тематике, типу аудитории и цели использования материалам.

## Разновидности медицинского перевода

Потребности медицинской отрасли в переводе широко варьируются в зависимости от типа материалов. Это может быть перевод медицинских, технических или юридических документов, локализация программного обеспечения и веб-сайтов, обработка маркетинговых, обучающих и редакционных материалов; конечно же, сюда входит и перевод на так называемую «общую тематику» — если такое явление в принципе существует (безусловно, это только общий, далеко не исчерпывающий перечень).

Сюда же можно отнести перевод фармацевтической документации и научных текстов, имеющих медицинскую направленность. Эта обширнейшая категория охватывает среди прочего протоколы и другие материалы клинических исследований, отчеты для регулирующих органов, регистрационные карточки

и краткие описания медикаментов, научные статьи и отчеты экспертов, формуляры на получение от пациента информированного согласия, информационные буклеты, клинические отчеты, статьи об отдельных препаратах, информацию о пациентах и истории болезни, медицинские книжки и карты.

Компаниям из медицинской отрасли часто требуется перевод юридических документов, не содержащих или почти не содержащих медицинской терминологии. Таковы договоры страхования или оказания медицинских услуг (скажем, когда научное или медицинское учреждение берется провести клиническое обследование пациента), основанные на этих договорах претензии и судебные иски, соглашения о неразглашении между фармацевтической компанией и ее поставщиками и т. п. Юридическая терминология присутствует также в документах, подписываемых пациентом перед операцией, таких как распоряжение на случай смерти и информированное согласие. Еще один пример — юридически значимые положения в документации и инструкциях к оборудованию или программному обеспечению, не говоря уже о лицензиях и патентах.

Для целей медицинской отрасли требуется даже технический перевод по различным тематикам, таким как информация о медицинских приборах, руководства пользователя и инструкции по эксплуатации оборудования. Здесь, с одной стороны, описываются рабочие процедуры медицинского характера, а с другой — содержится значительная часть технической информации. В материалах такого типа часто приводятся

достаточно сложные инструкции, касающиеся технических аспектов эксплуатации медицинских приборов. Следует учитывать, что переводимые руководства пользователя могут предназначаться как непосредственно пациентам (и тогда необходим предельно доступный стиль изложения, адаптированные к особенностям аудитории четкие и понятные инструкции), так и специалистам, отвечающим за техническое обслуживание оборудования.

Что касается локализации программного обеспечения, то в медицинской сфере это направление представлено переводом сопутствующей документации и пользовательского интерфейса отраслевых программных средств. Большая часть медицинского оборудования сегодня компьютеризирована, а следовательно, нуждается в программном обеспечении, которое в свою очередь должно быть локализовано таким образом, чтобы выполняемые данным прибором операции были доступны на языке пользователя.

Перевод (а точнее локализация) тематических веб-сайтов имеет огромное значение в любой, в том числе и медицинской отрасли. Иноязычная адаптация веб-сайта затрагивает целый ряд областей, таких как медицина, фармакология, юриспруденция, а также фирменный стиль, маркетинговая и правовая политика компании. Современный бизнес, активно осваивающий новые рынки, должен в первую очередь позаботиться об упрочении своих позиций в Интернете за счет многоязычного сайта, рассчитанного на потребности каждого нового для компании рынка. Это особен-

но важно для фармацевтического сектора, столь разнородного с точки зрения принятых в той или иной стране нормативных требований и номенклатуры лекарственных средств.

Следующий краеугольный камень медицинского перевода — это перевод маркетинговых материалов, куда входят поддержание корпоративного стиля, презентация новых продуктов, дизайн оборудования и препаратов, выпуск рекламных брошюр, составление описаний, спецификаций и каталогов продукции, разработка мультимедийных материалов и т. д. Сюда также можно отнести оформление упаковочных надписей, этикеток и вкладышей. Помимо основательных технических и медицинских знаний переводчикам маркетинговых текстов необходимо особое умение сделать функционирование рекламного образа или товара на зарубежном рынке настолько естественным, что его иностранное происхождение становится заметным только по названию компании.

От клиентов, ведущих деятельность в медицинской сфере, часто поступают заказы на перевод обучающих материалов, в которых также велико содержание маркетингового контента. Профессия врача требует непрерывного повышения квалификации и постоянного обмена опытом. Для работы со сложной техникой необходимо иметь соответствующую подготовку; для специалистов в сфере здравоохранения часто организуются тренинги, посвященные новым методам работы и техническим новшествам; чтобы успешно расширять клиентскую базу, торговые отделы фар-

мацевтических компаний должны всегда быть в курсе новых разработок — вот лишь несколько причин пристального внимания, существующего в отрасли к обучающим материалам. Хотя документация такого рода обычно изобилует специализированной терминологией, в то же время она должна быть понятной, информативной и адаптированной для использования в различных коммуникационных каналах, так как обучающие ресурсы часто бывают представлены в различных форматах.

Категория редакционных материалов включает в себя научные статьи, предназначенные для публикации в специализированных изданиях, пресс-релизы и тематические новостные сообщения.

И наконец, переводы общей тематики (опять же, если такое явление вообще существует) можно встретить во всех без исключения отраслях. Сюда относится внешняя переписка и обмен информацией внутри компании, электронная корреспонденция и прочее. Однако следует учитывать, что даже подобные материалы могут содержать специализированную медицинскую терминологию.

### **Диалог с читателем: переводчик и целевая аудитория**

Все перечисленные типы исходных материалов могут быть представлены в самом разном виде, а конечная документация может требовать различного форматирования. Спектр форматов, с которыми сталкиваются индивидуальные переводчики и компании-поставщики языковых услуг, весьма широк.

Чаще всего можно встретить рукописные (в которых к тому же приходится разбирать почерк) материалы, распечатанные документы или pdf-файлы (они также требуют дополнительной обработки, если предполагается использование средств автоматизированного перевода), документы Word, презентации Power Point или даже файлы настольных издательских систем и мультимедийные материалы (в основном обучающего характера). Наконец, целью перевода может быть как ознакомление с содержанием текста на иностранном языке, так и публикация материалов или предоставление открытого доступа к ним. Таким образом, необходимо всегда учитывать специфику целевой аудитории.

Получатель перевода совершенно необязательно будет обладать какими-то особыми познаниями в медицинской или технической областях. Целевая аудитория может состоять как из ученых, врачей и других специалистов в сфере здравоохранения, так и технических специалистов, операторов медицинского оборудования, конечных пользователей, пациентов или вообще неограниченного круга лиц с разным уровнем специальных знаний. Таким образом, необходима адаптация языка и стиля переводимых материалов к особенностям их будущего читателя. Так, научная статья о СПИДе для медицинского или научного журнала будет насыщена специализированной терминологией, тогда как буклет, предназначенный для посетителей медицинских центров, должен отличаться информативностью, простым языком и сжатой, обучающей манерой изложения. То же самое можно сказать о крат-

ких описаниях продукта и руководствах пользователя.

Перевод, предназначенный для широкой публики или пациентов, должен быть написан доступным языком и с минимальным использованием технической терминологии, чтобы содержащиеся в нем инструкции и указания были четкими и понятными. Например, в таких текстах, как информированное согласие или анкета пациента, уместнее написать «перелом», чем «разлом кости и разрыв мягких тканей». Из описания характеристик продукта специалист-медик получает информацию о безопасном и эффективном использовании данного препарата. В то же время, адресованный пациенту информационный буклет с подобным содержанием должен быть понятен человеку без специального образования.

Эта не всегда однозначная классификация наглядно показывает, насколько широкий спектр задач стоит перед занятым в медицинской сфере переводчиком. Компаниям, специализирующимся на «медицинском переводе», не обойтись без целой команды профессионалов, куда вошли бы как медики с хорошими языковыми навыками, так и переводчики с опытом медицинской, технической, локализационной, юридической и маркетинговой работы. Достаточно сказать, что команда переводчиков, каков бы ни был ее состав — медики, лингвисты или те, и другие, должна быть такой же разнородной, как и сами потребности отрасли в переводе. Сегодня совершенно очевиден постоянно растущий спрос на профессиональных переводчиков со значительным опытом работы в определенной области.

Недавно утвержденный Европейский стандарт качества (EN 15038:2006) устанавливает требования к профессиональной квалификации переводчика: его переводческим, лингвистическим и текстовым навыкам во всех языковых парах, аналитическим способностям, навыкам сбора и обработки информации, культурной и, что не менее важно, технической компетенции. Таким образом, сертифицированная по данному стандарту компания не может иметь в штате переводчика или редактора, не обладающего требуемой квалификацией (которая, в свою очередь, может быть приобретена одним из трех предусмотренных стандартом способов). Это означает, что непрофессиональные переводчики будут неизбежно вытесняться с рынка.

### **Особенности перевода в медицинской сфере**

Возвращаясь к нашей основной теме, нужно сказать, что медицинский перевод требует поистине ювелирной точности. В любом переводе, затрагивающем вопросы здоровья человека, должны максимально полно учитываться юридические аспекты и ограничения относительно степени ответственности, обработки персональных данных и конфиденциальности информации.

Европейский стандарт содержит целый раздел, посвященный взаимоотношениям между клиентом и поставщиком услуг перевода. Так, прежде чем будет принято хотя бы одно задание на перевод, должен быть заключен договор на оказание услуг, в котором должны быть прописаны вопросы авторского права,

ответственности сторон, конфиденциальности, разрешения споров и контроля качества. Стандарт также включает отдельное положение о порядке обработки информации о клиенте. Независимо от того, сертифицирована компания или нет, все эти чрезвычайно важные для перевода медицинских текстов аспекты должны обязательно указываться в договоре. Более того, соответствующие индивидуальные соглашения с переводческой компанией должны подписать все сотрудники и любые другие лица, тем или иным образом задействованные в выполнении подобного проекта.

С лингвистической точки зрения, в медицинском переводе встречается множество практических вопросов, решаемых в зависимости от типа текста. В частности, для текстов медицинской направленности характерно обилие аббревиатур и акронимов. Переводчику необходимо, во-первых, знать их значение, во-вторых, всякий раз принимать решение о способе адаптации/перевода сокращенного термина, и, наконец, хорошо ориентироваться в справочной литературе.

Еще одним примером могут служить специфические единицы измерения, часто используемые в таких материалах. Если говорить о фармацевтических текстах, то здесь определенную сложность представляет перевод названий препаратов — их активных элементов и торговых марок. При переводе научных текстов трудности также могут быть вызваны несовпадением в различных языках анатомической терминологии, названий микроорганизмов и видов растений.

При всем при этом, как ни странно, опыт показывает, что в медицинских переводах преобладают ошибки общего характера, нежели связанные с переводом специальной терминологии. Это обстоятельство позволяет предположить, что большая часть проблем при переводе в медицинской сфере связана не со специфическими для данной тематики вопросами, а скорее с общими сложностями, не зависящими от жанровой или стилистической принадлежности переводимого текста.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что потребности медицинской отрасли в языковом посредничестве слишком разнообразны, чтобы все выполняемые в этой сфере переводы сводить в однородную массу под названием «медицинский перевод».

---

*Марта Далмау Гонзалес — переводчик по образованию, глава и владелец компании NIGtranslations, преподаватель университетского курса «Средства автоматизированного перевода».*

# Всегда ли качество перевода имеет значение?

*Биргит Нильсен (Birgit Nielsen)*

**Помню, лет восемь назад, когда я работала штатным переводчиком в одной калифорнийской интернет-компани, ко мне через офисную перегородку заглянул работник из соседнего отдела и торжествующе воскликнул: «Похоже, скоро ты останешься без работы. Смотри, только что я перевел этот документ на немецкий, французский и испанский — и это мне не стоило ровным счетом ничего. Вот так-то!»**

Перевод был ужасным, и я поспешила выбросить это предсказание из головы, посчитав его очередной глупостью далекого от языковых тонкостей невежды.

И все же мне пришлось вспомнить его слова, когда всего через месяц после корпоративного круиза по Карибскому морю разразился известный кризис в интернет-индустрии, и я осталась без работы. Я с радостью вернулась к вольной жизни переводчика-фрилансера без всех этих мероприятий по сплочению коллектива и корпоративных турниров по волейболу.

За последнее время объемы переводческой работы заметно снизились. Конечно, обратной стороной независимости всегда была неопределенность (как говорится, «разом густо, разом пусто»),

однако на восстановление после очередного спада уходит все больше сил и времени. Массовый выпуск компаниями технологических новинок привел к расширению практики потребительских опросов. На этом фоне крупные проекты либо вовсе кладутся на полку, либо неизменно переносятся «на следующий квартал». И вот все чаще приходится иметь дело с небольшими обновлениями к текущим проектам, ключевыми словами для поисковых систем и материалами сетевого маркетинга, связанными с распространением товаров самого сомнительного свойства.

Что ж, ничто не вечно. Материалы, некогда отдаваемые на локализацию, сегодня гораздо менее объемны и обстоятельны: потребители прекрасно разбираются в компьютерных технологиях, так что им уже не нужно объяснять, как работать с пользовательским интерфейсом или прокручивать изображение. С другой стороны, появились новые рынки, а значит, выросло количество языков, на которые необходимо переводить документацию — с нескольких единиц до нескольких десятков, включая урду и вьетнамский. В результате порции, на которые иной раз делится пирог проектного бюджета, становятся все меньше. И при том, что потенциальные заказчики се-

годня расположены от Шанхая до Мюнхена, ужесточилась и конкуренция со стороны растущего числа моих коллег — независимых переводчиков.

В условиях этой глобальной локализованной деревни машинный перевод становится экономичной, не требующей много времени альтернативой переводческому труду. Так что же, компьютер отбирает у меня работу? Ни одной машине не под силу тягаться с человеческим разумом, но может быть, компьютеры стали хоть немного совершеннее? Я решила взглянуть на возможности своих соперников, работающих совершенно бесплатно.

«Вы можете положиться на точность и адекватность перевода, сделанного человеком, но если вам нужно всего лишь понять общий смысл текста на иностранном языке, воспользуйтесь нашими БЕСПЛАТНЫМИ услугами машинного перевода», — гласит объявление на одном веб-сайте. А вот один из примеров такого перевода.

ИСХОДНЫЙ ТЕКСТ (цитата): *Cashed of the page is one of the links next to the link you clicked on* («Кэш данной страницы находится по одной из ссылок, соседних с той, по которой вы перешли»).

МАШИННЫЙ ПЕРЕВОД на немецкий: *Von der Seite cachiert eine der Verbindungen nahe bei der Verbindung, die Sie an klick-ten*. Конечно, оригинальный текст не идеален, но его машинный перевод вообще никуда не годится: «Из страницы спрятанной одно из соединений около соединения, на которое вы кликнули». Ну как, все понятно?

Или вот как в переводе Google звучат слова немецкого веб-дизайнера, лелею-

щего мечты о международной карьере: *Their conception of a Website cannot be realized with our overall offers. They wish the implementation editorship system's, content Management system' an s or a on-line Shop? Or are you interested in search machines optimization (SEO)? Ask us nevertheless simply for it. Gladly we submit an individual, its needs calculation basic Web Design offer to you.* («Их концепции веб-сайта не могут быть реализованы нашими общими предложениями. Они желают внедрения, принадлежащий редакционной системе, система' Управления контентом an s или Интернет Магазины? Или вы заинтересованы в оптимизации поисковых машин (SEO)? Попросите нас, тем не менее, просто об этом. С радостью мы передаем человека, его потребности калькуляция базовая Web Design предлагают вам»).

Понимают ли они, как глупо это звучит?

Или им все равно?

Возможно, решающее значение здесь имеет низкая стоимость и высокая скорость. Никто не разбирается в конкурентных преимуществах лучше компаний, занимающихся сетевым маркетингом, — уж они-то с завидной скоростью штампуют веб-контент, готовя его к локализации. Но вот уделяется ли при этом должное внимание оригинальному тексту? В одном заявлении, предназначенном для коммерческого веб-сайта, перечислялись страны, с которым данная компания отказывается сотрудничать: Либия, Сирия, Ирак, Иран, Куба, Сербия и... Талибан. Талибан — это что, страна? И с каких пор? Я попросила агентство выяснить этот вопрос у клиента, но никто так и не удосужился прислать мне



исправленный вариант. Если оригинал состряпан на скорую руку, то с какой стати перевод должен быть лучше? Воистину все тоньше грань между машинным и человеческим переводом!

Так что мое будущее в качестве внештатного переводчика остается совершенно неопределенным. Одно агентство грозило урезать мою и без того едва заметную нагрузку, если я все-таки решу (впервые за десять лет) увеличить ставку. Да и сама ставка «за слово» уже не показатель, когда приходится тратить уйму времени на то, чтобы разобраться в скверно написанном тексте оригинала, или по несколько часов просиживать за переводом сотни броских рекламных словечек. В этом мире, где внима-

ние аудитории можно удержать лишь ярким слоганом и броской фразой, и то на неуловимую долю секунды, а привычка писать грамотно отживает свой век, достаточно поставить в заголовке сайта стройный ряд флажков по одному на каждый язык, а рядом — ссылки на Babelfish или какую-нибудь другую систему по производству иноязычного словесного мусора — и вы в порядке. О дивный новый мир!

---

*Биргит Нильсен — внештатный переводчик (рабочие языки — английский и немецкий); специализируется на переводе в сфере информационных технологий, обучающих веб-программах и текстового содержимого программных кодов. Также является автором книг, публикуемых издательством Crown/Random House.*

## Советы начинающим переводчикам

*Екатерина Доброхотова-Майкова, Екатерина Мартинкевич*



**Опять советы, правила и прочие ЦУ... Неужели нельзя просто открыть любимую иностранную книгу и, вооружившись словарем, сотворить чудо — заставить героев и автора изъясняться по-русски? Конечно, можно! Многие известные и не очень известные переводчики начинали именно так. Но каждому пришлось пройти один и тот же путь и изобрести свой личный велосипед. То есть, научиться не делать в переводе элементарных ошибок, заметных любому мало-мальски опытному глазу.**

Увы, так уж повелось, что требования к языку перевода (по крайней мере, в нашей стране) всегда были выше, чем к

языку, на котором пишут. Чехов без всякого смущения употреблял слово «был» пару раз за абзац, а переводчикам редак-

тор такого в жизни не простит... Чего же он хочет, этот загадочный деспот с красным маркером?

Запомните: многие типичные ошибки в переводе возникают оттого, что в разных языках встречаются одинаковые конструкции, которые, тем не менее, «сигналят» совершенно разными стилями. Если перевести дословно обмен репликами вроде: «Is he a student? — No, he isn't», выйдет: «Он является студентом? — Нет, он им не является». (А есть еще и любители писать «Нет, он не является таковым».) Бр-р-р... Зубодробительный канцелярит. Так вот, правило это действует и при переводе более сложных конструкций, уж поверьте. Кто сомневается, загляните в книгу Н. Галь «Слово живое и мертвое». Убедительных примеров там предостаточно.

Некоторые начинают спорить: ну, как же, ведь автор употребил здесь страдательный залог, значит, и мы должны! Но автор-то англоязычный, а писал бы по-русски, уж наверняка пользовался бы всем богатством русского языка. Кстати, великого и могучего. Мы переводим не букву, а смысл, не само выразительное средство, а его эмоциональное воздействие на читателя, которое в русском языке иногда создается другими способами.

**«О переводах я тебе замечу вот что: иногда нужно отдаляться от слов подлинника нарочно для того, чтобы быть к нему ближе.» Н. В. Гоголь**

Например, не всякий курсив в прямой речи стоит передавать так же. Специфика русского языка такова, что достаточно бывает поставить самое важное

слово в конец фразы. Вот так: «It is *my translation*. — А перевод-то мой!»

Теперь поподробнее о том, как английский текст портит жизнь нашему брату переводчику и как с этим бороться...

- Страдательный залог. Пассив и в английском-то не очень хорош, а в русском это почти всегда — попытка казаться более значительным. Любимый пример Н. Трауберг — объявление в магазине «Торговля молоком осуществляется продавцом». Всегда лучше, чтобы подлежащим было то, что совершает действие: молоком торгует продавец.
- Сочетание «пустой глагол + отглагольное существительное». При прочих равных лучше не «осуществляет забивание гвоздей», а «забивает гвозди», не «испытывает зависть» (или, что еще хуже, «чувство зависти»), а «завидует», и т. д.
- Насчет пустых глаголов вообще — крайне нежелательно использовать слово «является» вместо английского *is*. Почему-то человек, говорящий «я не являюсь поклонником такого-то писателя», думает, что он сказал умнее, чем «я не люблю такого-то писателя» или «я — не поклонник такого-то писателя». Слава Богу, у нас можно тире поставить. Не такое ужасное, но тоже не очень хорошее слово — «находится».
- Слова вроде *animal, thing, fellow* в качестве подпорки для прилагательного вполне естественно выглядят в английском и довольно нелепо — в русском. «Эта кошка была некрасивым, но любимым животным» — лучше написать «кошка была некрасивая, но

- любимая», или «некрасивую кошку тем не менее горячо любили», или как-нибудь еще, но только без «животного».
- Три прилагательных при одном существительном в английском выглядят нормально, в русском — это перебор. Лучше по возможности уместить весь смысл в двух словах, или найти более емкое существительное, или пожертвовать тем определением, которого не так жалко. Если удастся запихнуть смысл наречия в глагол — тоже хорошо: не «незаметно прошел», а «прошмыгнул». Главное, чтобы не получалось «глупый пингвин робко прячет...» — если оставить в русском все наречия и прилагательные, которые были в английском, может получиться если не смешно, то уж точно чересчур цветисто.
  - При переводе чаще, чем когда пишешь сам, возникают цепочки родительных падежей: «ручка внучки жены дяди садовника». Конечно, когда таких слов два, эффект не такой комический, но все равно этого надо всячески избегать. То же самое — два творительных падежа.
  - Два инфинитива: «попросил его дать прикурить». Мы так, конечно, говорим, а вот писать так лучше не надо.
  - Не преступление разбить очень длинную и громоздкую фразу на две, или же соединить пару коротких (естественно, не нарушая особенностей авторского стиля).
  - Наверное, даже напоминать не стоит, что прежде, чем написать слово «свой» (его, ее), надо хорошенько подумать, нужно ли оно здесь.
  - Желательно избегать непрошенных рифм, особенно в конце предложений: «он обещал, что еще до конца дня заедет повидать меня». (Кстати, и местоимение в конце предложения, как правило — следствие английского порядка слов.) То же с непрошеными аллитерациями или случайно возникшим на пустом месте стихотворным размером. Еще есть такая штука, как зияние — неблагозвучное скопление гласных (пример в поэтическом словаре Квятковского — «и под гармониЮ ЕЯ Я строил стих»). (Видимо, ничего нельзя поделывать с сочетанием Англии и Ирландии.) Но это уже пошли общие литературные правила, не относящиеся конкретно к переводу.
  - Заимствованные слова. Многие из них имеют в русском другой оттенок, чем в английском. Речь даже не про «ложных друзей переводчика» (скажем, «патетический» или «симпатия», не говоря уже о «сатине» и «вельвете»), а про вполне обычные слова, вроде «эмоций». Вообще, если поставить себе задачу не употреблять недавно заимствованных слов, это затрудняет работу, но украшает текст.
  - Артикль the почти никогда не требует перевода (в частности, словом «этот»). Консервативные же англичане используют его, даже если и так ясно, что предмет знаком нам из контекста.
  - Литературные традиции английского языка таковы, что постоянное повторение слов вроде said, he или but ничуть не коробит читателя. В переводе на русский рекомендуется немного разнообразить англосаксонскую

диету — главное, не переборщите, чтобы скромное *she* не превратилось в «нежную невесту нашего юного героя».

- Согласование времен. Мы так долго и старательно учили его в школе и в институте, что забываем убирать при переводе в обратном направлении. *She realised the room was dark* — «она поняла, что в комнате темно» (а не «было темно»).
- Знаки препинания, как то: кавычки или их отсутствие, а также запятые после обстоятельств в начале предложения — не нужно слепо переносить в русский текст. Лучше вспомнить, как оформляют диалоги в наших книжках.
- То же относится к большим буквам и курсиву в названиях должностей, отделов и много чего еще. Только не изобретайте велосипед: проверьте по авторитетным источникам, как эту английскую реалию принято называть у нас.
- Кстати, раз уж речь зашла о реалиях: тщательно выверяйте все имена, названия и цитаты. В случае чего, вездливый читатель именно это поставит

переводчику в вину. Добавим, что цитаты желательно давать в классическом переводе (хотя, бывает, автор цитату обыгрывает, так что приходится переводить заново). Ну, а скрытые цитаты находить с каждым годом легче и легче — если регулярно читать Библию и Шекспира и вообще развивать эрудицию. Досадно, когда человек, который переводит с английского, не знает разницы между кремнем и кремнием, якобитами и якобинцами или крикетом и крокетом.

Конечно, даже опытный переводчик нет-нет да упустит какую-нибудь обидную мелочь. Лучше так рассчитать время, чтобы немного отдохнуть, отключиться от текста, а потом на свежую голову отредактировать свой перевод еще раз. А мы напоследок скажем: правила на то и нужны, чтобы, изучив их, время от времени уверенно нарушать...

---

*Екатерина Мартинкевич и Екатерина Доброхотова-Майкова* — участники школы перевода Владимира Баканова.

**Источник:** [www.bakanov.org](http://www.bakanov.org) (отрывок публикуется с разрешения владельца ресурса [www.bakanov.org](http://www.bakanov.org)).

# Черные корабли (отрывок)



Джо Грэм (Jo Graham)

Старый царь Нестор умер в самый разгар дождей, в зиму после того, как мне исполнилось шестнадцать. Мое тело оформилось, но ростом я едва доходила до груди обычному воину. Волосы, которые я не стригла с тех пор, как пришла в святилище, отросли до середины бедра: если их поднять и заколоть, прическа выйдет почти такой же пышной, как парик. Пифия оказалась права: парик мне не понадобится.

Во дворце все плакали и раздирали на себе одежды, как велит обычай. Укутанная черным покрывалом и с черным мешочком на поясе, я следовала за госпожой, неся в руках ее облачение и необходимые травы, а потом, когда дождь немного стих и все вышли во внутренний двор, я стояла позади нее при совершении обряда.

Дрова для погребального костра хранили под навесом, и теперь пламя взметнулось стремительно и высоко, от мокрой земли валил пар. Я незаметно оглядывала присутствующих, тщетно надеясь увидеть Арена.

Верховный царь из Микен не приехал — во время дождей дороги отвратительны. Воздать почести Нестору он прислал своего родича, Неоптолема, что приходился сыном их герою Ахиллу. В этом рыжеволосом юнце, облаченном в великолепные одежды и серебряный панцирь, чувствовался горячий нрав; сам он был чуть старше меня и, казалось, еще толком не привык управляться со своими

юношески длинными руками и ногами. В самых торжественных местах его тянуло вертеться по сторонам и перешептываться с приятелями, — я думала, сыновья знаменитых героев ведут себя приличнее.

Позже, уже к концу пира, я шла по переходу дворца в комнату, где пифия беседовала с молодым царем Иденеем, своим племянником. По пути я заметила Неоптолема и двух его приятелей — и молча прошла бы мимо, но один из них схватил меня за руку.

— Постой, милашка!

Когда я рванулась в сторону, Неоптолем преградил мне путь.

— А ну-ка стань на свет, поглядеть на тебя.

— Дай пройти. — Будь я постарше, я бы сообразила сказать, кто я.

Один из его приятелей толкнул меня к стене:

— Не так чтоб красotka, но сгодится.

— Точно, сгодится. — Неоптолем, повернув меня лицом к свету, откровенно ухмылялся.

Я отбросила его руку, и его взгляд потемнел.

— Считай за честь, дура!

Кто-то из них схватил меня за локти. Я не подумала закричать — во мне оставалось еще слишком много от рабыни.

— Я бы на твоём месте поостерегся, — раздался вдруг спокойный голос. Позади них стоял Триот, бывший возлюбленный моей матери — воин в расцвете сил,

отнюдь не мальчик. — Она посвящена Владычице Мертвых. Хочешь, чтоб твой корень отсох навсегда? Ей это запросто.

Один из приятелей сразу же отпустил меня. Неоптолем упорствовал:

— Я не боюсь Смерти.

Триот шагнул между нами.

— Не зарекайся, — негромко сказал он. — Когда раз-другой повидаетесь, как Она за тобой приходит, станешь относиться к Смерти уважительнее. — Он глянул на меня. — Ступай.

Натянув на плечо сбившийся хитон, я ушла; не знаю, что еще он говорил.

Потом, в храме, я никому не обмолвилась о случившемся. Да и что было рассказывать?

\* \* \*

Вскоре на меня навалились другие заботы. Пифия во время обряда простудилась и слегла. Пока она не выздоровела, мы оставались в храме. Даже после возвращения в святилище ее не покидала слабость, на исхудавших руках выступили вены, ногти сделались голубоватыми. Она была лишь немногим младше царя Нестора, своего брата, а тот умер совсем уже старцем.

Через несколько дней после возвращения я спросила ее, не сойдет ли она со мной в пещеры.

Пифия, сидевшая по обыкновению у огня, скользнула по мне взглядом.

— Наверное, нет. — Взгляд ее сделался пристальнее. — Иди сама, если слышишь зов.

— Я...

— Иди. Ты найдешь путь и без меня.

Так я впервые сошла одна в глубокую тьму пещер, где можно отмерять рассто-

яние только вдохами и шагами. Но я не боялась, меня ведь этому выучили.

Вернувшись, я присела рядом с пифией у жаровни. От огня шло тепло, но она все равно куталась в плащ.

— Госпожа, — проговорила я, — я не хочу, чтобы ты умирала.

Она положила руку мне на голову.

— Там, во тьме, ты увидела мою смерть?

— Нет, — сказала я. — И да. Я стояла на палубе корабля, с выбеленным и начерненным лицом, и ветер развевал покрывало за спиной. Я была пифией — и это значило, что тебя нет.

Она улыбнулась.

— Вот этого мне и хотелось: знать, что ты станешь пифией после меня. Что ты сбережешь святилище и будешь верно служить Владычице. Я боялась... — Она запнулась и расцепила руки, чтобы погреть их над огнем.

— Боялась чего?

Ее ярко-голубые глаза неотрывно смотрели в огонь.

— Что Она нас оставит. Что Она больше не благоволит к нашему краю.

Мне сделалось страшно.

— Почему? Что Ей за причина?

— Я тебе расскажу, — ответила пифия, — ты должна знать. Но это дела царей, а они не любят, когда мы о них говорим.

Она протянула руки к огню.

— Я родилась в пилосском дворце и приняла посвящение в восемь лет. Это тебе известно. В те времена цари искали Ее благосклонности и отдавали Ей лучшее из того, что имели, вплоть до дочерей. Ей служили немало царевен, и среди них даже дочь верховного царя, Ифиге-

ния. — Госпожа вздохнула. — Я ее знала. Хотя она была младше меня, мы вместе участвовали в празднествах, ведь мы обе служили Владычице в равном жреческом сане. Однажды верховный царь, ее отец, решил повести ахейское воинство на Илион, что вы зовете Вилусой. Собрались воины, корабли приготовились к походу, но море и ветер не давали им отплыть: городу покровительствовала Афродита, Владычица Моря, и вся мощь морей была против них. Тогда верховный царь созвал прорицателей и жрецов, служивших Афине и Владыке Бурь, и просил их помощи. Ответ был ужасен.

Пифия взглянула мне в глаза.

— Он послал гонцов в Додону, где его дочь служила Владычице, и велел взять ее из святилища. Сказал, что отдаст ее в жены великому герою, якобы для скрепления воинского союза. В Авлиду, где ждал флот, ее привезли убранную цветами — как невесту, как деву на празднике Сошествия. И там он заклал ее на алтаре, а ее жертвенную плоть отдал в пищу присутствующим, словно мясо молодого козленка.

Я чуть не вскрикнула и уцепилась за руку пифии.

— Да. Владычица Мертвых наслала тогда великое проклятие на весь его род — оно действует и ныне, когда безумие пожирает последнего из царевичей. И все разделившие страшную трапезу тоже подверглись Ее проклятию — ведь они убили Ее деву и вкусили плоть Ее жрицы. Все герои, все цари и вожди. Многие не вернулись после той долгой осады: Владычица с сестрой действовали сообща. Из тех же, кто возвратился, иные впали в безумие, иным пришлось видеть, как сыновья рвут царство в куски...

— А царь Нестор?

Пифия сжала мою руку.

— Мой брат всегда чтил богов. Когда кричащую Ифигению волокли к алтарю, он отвернулся и ушел. Он не участвовал в убийстве, не вкусил ее плоти — и потому избежал проклятия. Его царство сохранилось.

— Но он не предотвратил святотатства, — прошептала я.

Она вздохнула.

— Верно. Я спрашивала себя, много ли он мог сделать в одиночку — правитель небольшого города, не сильно жалуемый верховным царем... Да, он не участвовал в убийстве, но ведь он не пытался его предотвратить. И хотя Она его не прокляла, Она отвернулась от него и ушла. Это справедливо.

— Да. Ведь он отвернулся от Ее жрицы.

— Именно так, — подтвердила пифия. — С тех пор начался постепенный спад. Ты знаешь пилосские дворцы и храмы, знаешь о богатствах моего брата и многочисленных кораблях. Но ты не видела их тридцать лет назад, в дни моей молодости. Сейчас брат оставил Иденею шесть боевых кораблей, а в Авлиду когда-то были снаряжены двадцать. Иденей пересчитывает в кладовых кувшины масла и амфоры с вином — но ведь они не больше чем десятая доля того изобилия, что я видела в юности. Брат привез множество рабынь, чтобы они ткали одежды и выращивали лен на реке — тебе ли, моя Линнея, об этом не знать. Однако рабынями не заменить мужчин, что ушли к Илиону и не вернулись: поля, порастающие молодыми деревьями, уже никто не засеет. В дни мира, бывало, мы

отправляли корабли с льняными тканями на острова и даже на Крит, и в Миллаванду, и на побережье Лидии. Теперь моря полнятся пиратами — рисковыми людьми, что нападают на купцов и отбирают товар, а их самих продают в рабство в дальних городах.

— Что мы должны делать? — спросила я.

Она похлопала меня по руке.

— Вот он, молодой задор — лишь бы действовать, даже перед лицом божественной немилости!.. На что мы годны? Мне ли избавлять моря от пиратов, в моей ли власти поднять мертвых, чтоб было кому вспахать невозделанные поля?

Я промолчала: раньше мне такое не приходило в голову.

— Вот так-то, — проговорила пифия. — Теперь тебе предстоит задуматься и об этом. О причинах событий, об устройстве мира — даже если ты всю жизнь проведешь, не выходя из святилища. Ты должна разбираться во всем, ведь к твоему совету будут прибегать и цари, и земледельцы.

— Вряд ли я здесь останусь. Я видела, как плыву на корабле.

Она нахмурилась.

— Иногда нас призывают к царю — туда, где ему требуется наше присутствие. Наверное, такой случай тебе и привиделся. Ведь пифии не позволено надолго удаляться из святилища. Ты же не хочешь уйти?

— Нет, — ответила я. — Мне хорошо с тобой и Долкидой, здесь мой дом. Мне нет причин желать иного.

И в тот же миг я вдруг почувствовала внутренний зов, будто тоску по никогда не виданному дальним берегам, по

песням детства, по родному языку. По кому-то похожему на меня... Наверное, подумала я, время от времени такое случается с каждым — и все равно мы остаемся одиноки.

— Бывает, мы слышим зов того, что нам созвучно, — проговорила пифия. — А в твоих жилах шумит море и течет кровь морского народа. Возможно, тебе лучше было стать прислужницей Киферы. Но мы лишь следуем воле Владычицы, приведшей тебя ко мне, а не к ней.

— Моя жизнь здесь ничем не омрачалась, госпожа, — молвила я. Ведь и правда я ее любила, почти как вторую мать или как бабушку, которой у меня не было. — Я не захотела бы жить в Пилосе у Киферы, даже если бы ты предложила.

Она поцеловала меня в лоб.

— Ты хорошая девочка. Моя Линнея. Перед смертью мне радостно знать, что после меня пифией станешь ты.

— Ты проживешь еще не один год, госпожа, — ответила я, зная, что это неправда.

\* \* \*

Она умерла годом позже. Осенью, в начале времени сева, сразу после Каллигении, она вдруг упала — ей парализовало правую руку и ногу; правый угол рта оттянулся книзу, и мы с Долкидой не понимали почти ничего из того, что она пыталась сказать. Ей было трудно есть, и я кормила ее с ложки хлебными зернами, вываренными в козьем молоке.

— Это Ее рука, — прошептала она однажды. Я едва могла различить слова.

Четыре месяца спустя я как-то проснулась среди ночи — и застала ее уже мертвой. Рука Владычицы снова коснулась ее, на этот раз во сне.



Я знала, что нужно делать. Я послала за Киферой и ее прислужницами — ведь Долкиде нельзя ступать за полог, а сама я не донесу пифию туда, где ей предстоит остаться одной. Мы завернули ее в черное, и Кифера держала передо мной серебряное зеркало, пока я впервые накладывала на лицо краску.

Белая как кость. Черная как ночь. Волосы, тщательно уложенные в пряди и локонь, я заколола медными булавками — как на парике пифии и на рисунках с островов, давно канувших в море. При моих черных волосах, густых и не тронутых сединой, парик и вправду оказался не нужен.

Когда я взглянула в зеркало, оттуда на меня смотрела Она.

Кифера и две ее прислужницы ступали за мной, неся ту, что была пифией. Мы спускались все глубже во тьму — через большой зал с волчьими шкурами, через сырой узкий проход, где стены сочились влагой. Журчала где-то вода, отзываясь во тьме дальним эхом, слышалось испуганное дыхание одной из прислужниц, несшей мертвое тело в самый что ни на есть подземный мир.

Тело пифии нельзя предавать огню, как тела недавно пришедших в этот край ахейцев. Ее тело должно быть возвращено Ей.

Запаха в пещере не было. Та, что родилась сестрой царя Нестора, пробыва пифией тридцать лет, за это время тело ее предшественницы высохло до костей. Не знаю, сколько всего их было — я насчитала двадцать семь черепов, а сколько еще рассыпались в прах... Двадцать семь жизней. Четыре сотни лет? Больше? Тогда еще не пришел с материка светло-

волосый народ, знавший коней и бронзу, еще не горела пожаром Вилуса, не строился пилосский дворец, еще не появились верховные цари в Микенах...

Моему черепу тоже лежать здесь в темноте.

Мы положили ту, что была пифией, с остальными, и во мраке я произнесла слова, призывающие Владычицу — чтобы я стала Ее воплощением и голосом, как мне предназначено. Выйдя из той, что была пифией, Она теперь поселилась во мне.

\* \* \*

Следующая зима осталась в памяти словно сон — как если бы я затихла в безмолвии и покое посреди растущего переменчивого мира. Я предстала перед Владычицей, но Она хранила молчание. Оставалось ждать.

Я много бродила без огня в подземных пещерах, открывая для себя новые переходы; аккуратно считала шаги, чтобы не заблудиться, и не отрывала ладонь от ледяной каменной стены, чуть скользкой и влажной от дождевых капель, что просачивались с поверхности земли.

Капли брали начало от дождей прежних лет — в прошлом ли году, в моем ли детстве они пролились в горах и с тех пор медленно, бесконечно долго сочились сквозь толщу пород, стекая в пещеры. Я успею состариться, прежде чем они попадут в реку и заплещутся наконец на округлых камнях в зеленоватых лучах солнца. А может, меня уже вовсе не будет.

Я чувствовала себя старой как горы. И такой же безмолвной.

Долкида, наверное, за меня волновалась. Я почти не раскрывала рта, а если

и говорила, то что-нибудь малозначашее. Задолго до праздника Сошествия она, осторожно кашлянув, предложила перебраться в Пилос и пожить в храме Владычицы Моря.

— Нас примут с радостью, — сказала Долкида. — Та, что была пифией, порой туда удалялась. Там есть с кем поговорить, а если ты кому-то понадобишься, всем известно, где нас найти.

Я взглянула на нее поверх огня.

— Не знаю. Может, позже.

Я вновь сошла вниз, вновь спала на волчьих шкурах в огромной пустой пещере. Снова ни тени Ее присутствия, ни намек на повеление. И я, как малоумная прислужница, не получившая распоряжений от госпожи, просто бездействовала. Ждала.

Наступила весна. Земледельцы искали у пифии знамений о детях, браках и урожае. Каждому я говорила то, что считала правильным по своему разумению, и надеялась, что не ошибусь.

К празднику Сошествия мы с Долкидой приехали в Пилос. От долгого пребывания в пещерах я сделалась так бледна, что Кифера при виде меня ахнула и теперь уговаривала поесть.

— Ты, должно быть, больна, — сказала она.

На деле мне просто не удавалось сбросить с себя безмолвие и ощущение призрачности — будто я прошла половину дороги по эту сторону Реки, но никак не могу перебраться на другой берег. В надежде, что церемония поможет мне обрести недостающее, я тщательно наложила на лицо краску; Долкида заколола мне волосы и опустила на них тонкое покрывало. Я сидела, ни на

что не глядя, ожидая своего часа, ожидая знакомого холодка по спине, ожидая Ее прикосновения. Тщетно.

В должное время я произнесла положенные речи ясно и четко, как меня учила та, что была пифией, однако не почувствовала Ее присутствия. Я была одна, без Владычицы.

Через некоторое время Кифера вновь сидела со мной в храме и уговаривала поесть миндальных лепешек.

— Ты так давно не бывала в городе. Останься, побудь с нами.

— Нет, — покачала я головой. — Завтра совершим прощальный обряд, и надо возвращаться в святилище.

Она не спускала с меня внимательных голубых глаз.

— Побудь здесь, тебе станет легче.

— Не знаю, может ли мне полегчать, — призналась я. — Я все чего-то жду, сама не знаю чего. То ли замерло все вокруг, то ли застыла я сама, а мир продолжает кружиться...

— Может, ты ждешь ребенка? Со мной было то же, когда я носила первую дочь. Я чувствовала себя как ленивая корова на лугу, спящая все лето напролет.

Я даже слегка улыбнулась.

— Не могу представить тебя коровой. А ребенок... Нет, я не беременна. Да и с чего бы? У меня не было мужчин.

Кифера подняла голову.

— Может, в этом и дело? Тебе нельзя иметь мужа, но не запрещено брать наложника.

— Я принадлежу Смерти, не жизни, — проговорила я.

— Ты — молодая женщина, а не только вместилище Владычицы. Ты ведь не богиня.

— Мне никого не хочется, — ответила я, и это было правдой: из всех, кого я видела наяву, никто не вызывал во мне желаний. Да и как любить ахейского земледельца, который трепещет перед пифией в священном ужасе? Или, еще хуже, какого-нибудь Неоптолема, который видит во мне лишь предмет вождления?

Кифера будто угадала мои мысли и сменила тему.

— Неоптолем вернулся.

— Я слышала.

— Он приехал созвать войско. Будь завтра во дворце на празднике, посмотришь.

Я начала было отказываться, но она настаивала.

— Тебе нужно прийти. Это поприще твоей Владычицы, и ты должна знать, что происходит.

И я пошла. Праздник не предполагал моего участия: благословение кораблей — дело Киферы.

Потом вынесли сладкие фрукты и жареного кабана, и ворота дворца открыли настежь, чтобы впустить всех желающих. Годовалое вино лилось из амфор, в очаге полыхали дрова, по лицам музыкантов скользили факельные блики.

Я стояла позади, глядя на воинов. Выделялся голос Неоптолема.

— Мы сравнием с землей твердыню давних врагов! — возглашал он, держа в руке двуручный кубок. — Отомстим за отцов, что геройски пали под стенами Илиона! И вернемся с богатой добычей, захватив много золота!

— Среди молодежи, стоявшей рядом с ним, послышались одобрительные крики. — Теперь наш черед покрыть себя славой!

Юные воины, не видавшие битв, плотнее теснились к нему, и среди них молодой царь, Несторов сын Иденей, которому еще только предстоит себя показать. К нему-то и обращал речь Неоптолем.

— Неужто мы сделаны из худшей бронзы, чем наши отцы? Неужто по ту сторону Реки окажемся недостойны стать рядом с их доблестными теньями? Неужто нам самим не добыть славы и женщин? Так зачем медлить с отплытием?

Я прислонилась к стене. Яркие цвета, крепкое вино — но я чувствовала лишь дурноту. На меня никто не обращал внимания. Даже если и заметят, без краски на лице меня примут за обычную горожанку или дворцовую рабыню.

Я начала было пробираться прочь, к выходу в сторону кладовых — и чуть не наткнулась на воина. Глаза Триота мерцали в свете пламени, и происходящее его явно не радовало. Он меня узнал.

Я почувствовала слабое прикосновение ночного ветра, Ее руку на своем плече.

— Оставь Арена здесь, — сказала я. — Если он прольет кровь родичей своей матери, божественный гнев Эриний не оставит его до конца дней. Тебе же, если уйдешь, не суждено вернуться, твоя плоть достанется в пищу рыбам.

Его взгляд остался безучастным.

— Это говоришь ты, пифия, или Она?

— Она. И я.

Триот посмотрел на меня, словно ожидая что-то увидеть на моем лице.

— Арена останется здесь. Но мне придется идти.

— Почему?

— Потому что так повелит мой царь. — Бросив взгляд на Иденея, стоявшего рука об руку с Неоптолемом, он повернулся и пошел к выходу.

Я вышла через главные ворота и направилась в сторону гавани, прочь от празднующих. Стемнело, звезды над морем горели чисто и ясно.

Я больше не ощущала Ее присутствия, Она снова скрылась. Стоя под звездами, я следила за набегающими на берег волнами — и ничего не чувствовала.

— Великая Владычица, — сказала я, — отчего ты оставила меня, отчего не даешь напутствия? Я еще не стала настоящей пифией?

*Жди*, — ответила тишина. — *Тебе надо ждать*.

— Ждать чего? — спросила я.

Волны ударились о берег и отбегали назад. Корабль у причала поскрипывал с каждым ударом прибоя. Сияли звезды. И ничего другого не происходило.

\* \* \*

Я вернулась в святилище. Дни удлинились; урожай уже сняли, мак на полях высох и рассыпался на семена.

Когда урожай убрали в хранилища, Иденей, взяв шесть кораблей и всех подвластных ему воинов с оружием, примкнул к собранному Неоптолемом флоту. Они отплыли в Миллаванду — соединиться с войском, которое Неоптолем тем же путем набрал в Тиринфе. Затем им предстоял поход к Илиону.

Триот последовал за своим царем. Арен, должно быть, плакал от обиды: его не взяли. В свои тринадцать лет он скорее предвкушал увлекательное приключение, чем думал о битве.

В святилище все было спокойно.

Ко мне приходили за помощью пастухи — среди овец на пастбищах обнаружилась какая-то болезнь. Я вспомнила, как пифия однажды такое упоминала, говоря о временах своей бабушки.

— Отделите больных овец от остальных, — сказала я. — Посвятите их богам и принесите в жертву, как положено по обряду. Мясо раздайте всем в доме, даже рабам. Не пытайтесь обмануть богов, оставив больных овец среди здоровых, иначе они погибнут все.

Так и случилось. Те, кто исполнил все по сказанному, лишились нескольких ценных животных; у тех же, кто пытался утаить от богов часть овец, стада вымерли почти полностью.

Когда все закончилось и половина народа готовила баранину к большому пиру, я ушла в глубь пещер. Мне нет места там, где режут скот и готовят мясо: мне нельзя проливать или видеть кровь. И я удалилась туда, где тьма.

В пещере с расстеленными на полу волчьими шкурами царила тишина. Воздух не колебался, разве что от моего движения.

— Владычица, — сказала я, — не пожелаешь ли ты говорить со своей прислужницей? Для чего длится мое ожидание?

Пещеры хранили покой, не давая ответа.

*Жди*.

\* \* \*

В разгар лета Иденей вернулся на пяти кораблях, груженных добычей и рабами. Корабль, которым командовал Триот, погиб на обратном пути, никто не спасся.

Эти вести принесла Долкида. Мне самой претило появляться в городе, ви-

деть пригнанных рабов и смотреть на праздничную толпу, радующуюся богатствам Вилусы.

— Сорок рабов, — говорила Долкида, отирая пот со лба после долгого подъема в гору. — И еще больше продали в Миллаванде за египетское серебро и золото. Иденей теперь богатый царь, с ним будут считаться.

Она вспомнила о том, кто я, только после того, как я молча встала и ушла. В пещеры она за мной не пойдет.

Я сидела в темноте на волчьих шкурах.

— Владычица, — сказала я, — я пифия, твоя прислужница. Но когда-то я была ребенком, и меня звали Чайкой.

Я плакала там, во тьме, — впервые после смерти пифии. Плакала о рабах, о неведомых мне соплеменниках, что работают теперь у реки или на дворцовых кухнях. О матери. Об Арене, дважды осиротевшем. О себе. Не знаю, о чем. Плакала, пока не уснула.

\* \* \*

Над землей реял жар, воздух был плотным и вязким в то необычно жаркое лето. Зной покрывал всю землю, не ослабевая ни на день. Затихли даже пчелы.

Через три недели после возвращения Иденей вновь отплыл с Неоптолемом — тот хотел напасть на иллирийский берег севернее Итаки, пока еще не закончилось время судоходства. Пилос не враждовал с Иллирией, но в опьянении победы это никого не заботило.

Я поняла, что имела в виду Кифера, когда сравнивала себя с коровой на лугу: посреди неослабного зноя я чувствовала себя отяжелелой и сонной. Ночные зарницы, мерцавшие на севере, не при-

носили гроз. Не спадала жара, не шли дожди.

Четыре ночи спустя я лежала на тюфяке рядом с очагом — угли я разровняла, чтобы жар был слабее. Мне снился сон.

Во сне я спала в хижине у реки, где жила когда-то с матерью и маленьким Ареном. Струилась прохладная тишина, слышалось журчание реки, бегущей по камням.

Мать подошла ко мне — красивая, с гладко расчесанными волосами, лежащими по плечам.

— Проснись, Чайка, — ласково сказала она. — Пора вставать.

— Зачем? — спросила маленькая я.

— У меня есть для тебя дело. Просыпайся, детка.

— Еще ведь не утро...

— Да. Но к утру ты должна быть у изгиба дороги. Вставай, Чайка, пойдем со мной. — Она улыбнулась, и я протянула ей руку.

От прикосновения ее пальцев я пробудилась.

Рассвет еще даже не брезжил — небо только-только начинало светлеть. Сотис стоял в зените на черном небе, резкий и блестящий как клинок, — звезда, сиявшая в ночь моего рождения.

Воздух был прохладным.

Я встала.

Тихо похрапывала Долкида.

Внезапно я ощутила прилив сил. К восходу солнца мне нужно быть у изгиба дороги.

---

*Jo Graham, «The black ships», USA.*

*Перевод с англ. Ирины Майгуровой.*

**Источник:** [www.bakanov.org](http://www.bakanov.org) (отрывок публикуется с разрешения владельца ресурса [www.bakanov.org](http://www.bakanov.org)).