

Профессиональный

ПЕРЕВОД

и управление информацией

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ПЕРЕВОД И УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИЕЙ

№ 1 (36) январь 2010

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

Управление

Онлайн-маркетинг в Европе

Комментарии специалистов

Развитие практики аудиоописаний в Греции

Пятьсот мнений: перевод редакционных статей

Вокруг света

Каковы они — страны Балтии и Балканы?

Языки

Локализация для «Европы»
в неожиданных местах

Пьемонский язык — язык, находящийся
под угрозой исчезновения

1

январь 2010

Содержание

ИНСТРУМЕНТЫ И ТЕХНОЛОГИИ

- 3** Очищенные данные — путь к повышению качества машинного перевода *Кирти Ваши*
- 12** Разработка продукта и пользовательский интерфейс *Адам Эснес*

УПРАВЛЕНИЕ

- 15** Мифы о краудсорсинговом переводе *Натали Келли*
- 18** Онлайн-маркетинг в Европе *Пол Соэрс и Кристиан Арно*

КОММЕНТАРИИ СПЕЦИАЛИСТОВ

- 24** Развитие практики аудиоописаний в Греции *Йота Георгакопулу*
- 32** Пятьсот мнений: перевод редакционных статей *Кирк Андерсон*
- 37** Геополитическая корректность *Том Эдвардс*

ВОКРУГ СВЕТА

- 41** Каковы они — страны Балтии и Балканы? *Джон Фрейвальдс*
- 44** Значение роста торговли между Европой и Китаем *Росио Тксабарриага*

ЯЗЫКИ

- 51** Локализация для «Европы» в неожиданных местах *Терена Белл*
- 55** Пьемонтский язык — язык, находящийся под угрозой исчезновения *Джианни Давико*

ИЗ-ПОД ПЕРА МАСТЕРА

- 59** Сходство (отрывок) *Тана Френч*

Главный редактор Сергей Гладков
Зам. гл. ред. по производству Нана Чатынян
Научный редактор Ольга Левковская, olgale@logrus.ru
Дизайн и верстка Елена Козлова
Менеджер по подписке Ольга Астахова, itj@rusedit.com

Размещение рекламы reclama@rusedit.com

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

 **РУССКАЯ РЕДАКЦИЯ**

**ООО «Издательство
«Русская Редакция»**

Адрес: 123290, Москва,
Шелепихинская наб., д. 32
Телефон: (495) 638-5-638
Факс: (499) 256-71-45
E-mail: info@rusedit.com
Веб-сайт: 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
Веб-сайт: 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.



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 4,25 усл.-печ. л.

Журнал выходит ежемесячно. Распространяется по подписке.

Подписной индекс Агентства «Роспечать» — 36111.

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

© Издательство «Русская Редакция», 2010

© Компания «Логрус», 2010

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

Очищенные данные — путь к повышению качества машинного перевода

Kurmu Baaui (Kirti Vashee)

Недавно компания Asia Online провела исследование, посвященное вопросам обмена памятью переводов (TM) для разработки систем машинного перевода на основе статистических данных (SMT). Три компании, являющиеся членами Ассоциации пользователей средств автоматического перевода (TAUS) и работающие в одном и том же секторе ИТ-индустрии, оказали содействие в проведении этого эксперимента, предоставив свои TM и глоссарии. Системы SMT были разработаны с использованием данных, содержащихся в этих TM, и иных параллельных двуязычных текстов и глоссариев.

Для того чтобы более ясно представить себе наилучший способ объединения данных, был проведен обширный анализ, в результате которого было создано 29 отдельных систем SMT. Эти системы были созданы путем комбинирования в различных вариантах данных, полученных от трех компаний, с последующим сравнением качества перевода, выполненного каждой системой,

по методу оценки машинного перевода BLEU и F-Measure. Огромное внимание уделялось тому, чтобы данные, вводимые в оценочные системы, были согласованными и не содержали в себе неочищенных элементов, а также тому, чтобы окончательные результаты оценки качества перевода по методу BLEU были значащими и отражали действительные результаты анализа различных обучающих данных.

Машинный перевод на базе статистических алгоритмов (SMT) — разновидность машинного перевода, при котором переводы генерируются на базе статистических моделей, параметры которых взяты из анализа баз параллельных двуязычных текстов. SMT — это способ перевода текста с одного языка на другой с помощью компьютера, который «научился» переводить, сравнивая огромные базы переведенных текстов.

Несмотря на то что полученные результаты относятся к конкретным данным, использованным при проведении

эксперимента, многие наблюдения могут считаться справедливыми в целом, и эти принципы должны помочь при проведении любых проектов по объединению ТМ. Благодаря исследованию также удалось выяснить, какое количество данных необходимо для создания действующей системы автоматического перевода SMT.

В результате эксперимента мы прояснили некоторые важные моменты. Прежде всего, качество материала играет очень важную роль, и не все ТМ одинаково хороши для создания системы автоматического перевода SMT. Оценка качества данных должна быть неизменным первым шагом при любом объединении данных для создания такой системы. Больше данных не всегда значит лучше. Небольшое количество отборного материала может дать лучший результат, нежели большое количество данных относительно невысокого качества. Согласованность терминологии — залог высокого качества. Усилия, затраченные на стандартизацию терминологии, содержащейся в многочисленных ТМ, с большой вероятностью окупятся повышением качества переводов, выданных системой SMT. Очистка и нормализация данных, а также анализ и стандартизация терминологии — вот важнейшие первые шаги на пути к успеху при объединении ТМ, целью которого является разработка систем автоматического перевода SMT.

Обзор данных

Поскольку SMT является технологией, управляемой данными, очень важно понимать, что же они собой представ-

ляют. Данные, использованные нами в экспериментах, описаны в нижеприведенных схемах. Существуют как минимум три свойства данных, которые важны для процесса обучения программы SMT — это объем данных, качество (или чистота) данных и согласованность терминологии.

Мы очистили и частично нормализовали данные для того, чтобы полученные системы переводов были максимально высокого качества и были бы типичными для предоставленных данных. Нами были созданы две основные группы систем автоматического перевода. В первую группу входили исходные необработанные ТМ, не прошедшие очистку. Таким образом, все данные были представлены в них в том же виде, в каком они были получены от каждой компании. В тех же данных можно было обнаружить несопадающие строки, теги форматирования, несколько непереведенных строк и другую «грязь» (как воспринимает ее SMT).

Очень важно понять, что ТМ часто содержат в себе метаданные, теги и информацию о форматировании, которые необходимы для оптимальной работы определенных автоматизированных средств ТМ, однако эти элементы не подходят для процесса обучения системы SMT, основной задачей которой является извлечение структурных образов. Когда мы говорим «грязная ТМ», это не должно интерпретироваться как неодобрение или отрицательная оценка качества содержащихся в ней данных. Это означает лишь то, что конкретная ТМ в необработанном виде не подходит для обучения SMT. Как правило, для того чтобы боль-

шинство ТМ можно было использовать с максимальной отдачей и пользой для создания SMT, они должны быть очищены, нормализованы и подготовлены.

Во вторую группу входили данные, обработанные средствами автоматической очистки данных. Необработанные данные, которые мы посчитали не подходящими для обучения SMT, такие как отбракованные или непереведенные сегменты, было соответственно удалены или переведены. Мы выявили и удалили систематическую «грязь». Конечный результат был охарактеризован как «чистый» набор данных. Необходимо отметить, что работы, потребовавшиеся для того, чтобы полностью очистить и нормализовать данные, выходили за рамки данного эксперимента. Высококачественные системы перевода SMT возможно разработать на основе нормализованных ТМ больших объемов, прошедших очистку. При проведении эксперимента мы постоянно сталкивались с проблемой ограниченного объема данных. Каждая компания предоставила свои данные, однако ни одна из них не обладала объемом данных, которого было бы достаточно для создания собственной качественной системы переводов, пригодной для немедленного использования. Даже после объединения нам не хватило данных для разработки высококачественной системы перевода SMT, хотя благодаря объединению данных качество переводов действительно значительно повысилось. При разработке некоторых систем перевода к данным, полученным от компаний-членов TAUS, мы добавили базовые данные компании Asia Online для того, чтобы расширить

словарный запас и заполнить пробелы в лингвистических образах.

Обучающие данные: вопросы качества и нормализация

В плане соответствия целям обучения SMT чистота обучающих данных, предоставленных всеми тремя компаниями, варьировалась от очень высокой до относительно низкой. Для «грязных» данных было характерно наличие лишних тегов, переменных, несоответствие форматов перевода и оригинала, а также наличие пропущенных сегментов и сегментов, перевод которых не соответствует оригиналу. «Чистые» данные отличались небольшим количеством тегов, выдержанными форматами переменных и синхронизированными переведенными сегментами. Большинство данных, предоставленных для исследования, можно было очистить, используя предназначенные для этого автоматизированные системы. Однако из-за большого объема данных, содержащих ошибки, сегменты, помеченные автоматизированными системами как «потенциально проблематичные», были проверены и исправлены сотрудниками вручную, несмотря на то, что ранее были предприняты попытки выполнить коррекцию в автоматическом режиме. Мы постарались выполнить одинаковое количество исправлений вручную во всех трех наборах данных.

Во всех трех наборах данных были недочеты, которые необходимо было устранить до того, как использовать данные для обучения SMT. Например, мы удалили сегменты, содержащие идентич-

ные данные, коды товаров или сегменты, не представляющие интереса в качестве обучающих данных для SMT. Приходилось решать и стандартные задачи, такие как нормализация пунктуации. Например, во французском языке наблюдалось использование разных видов кавычек («» и “”). Их исправляли на правильную для французского языка форму «».

Во время такой очистки мы внесли улучшения в автоматизированные системы очистки, чтобы они могли исправлять некоторые новые обнаруженные ошибочные образы и форматы. Такая предварительная очистка данных чрезвычайно важна для успешной работы SMT, и мы рекомендуем проводить очистку данных при создании таких систем, выполняющих перевод на базе коллективно используемых ТМ.

Общие проблемы, связанные с исходными данными

Хотя большинство данных могут считаться высококачественными и пригодными для оптимизации ТМ, зачастую требуется их корректировка для того, чтобы в процессе обучения SMT не «запомнила» метаданные как лингвистические данные или не «запомнила» образы, содержащие ошибки.

Итак, общие проблемы и ошибки, обнаруженные в данных:

- Проблемы кодировки и отсутствие однообразия данных.
- Большое количество тегов форматирования и других метаданных, не имеющих лингвистической ценности, но влияющих на процесс обучения системы.
- Использование различных пунктуационных знаков и несоответствие диакритических знаков в ТМ.
- Во французском переводе обнаруживаются английские слова. Возможно, это не будет являться ошибкой для ТМ, но приведет к тому, что в обучающие данные на французском языке будут вставлены английские слова, и система SMT может спутать английский язык и французский.
- Избыточное количество тегов форматирования и HTML-тегов (зачастую представляющие из себя изображения) в сегментах.
- Часто во французском переводе обнаруживались термины, взятые в скобки, отсутствующие в оригинальном тексте на английском языке.
- Часто использование прописных букв в переводе не соответствовало оригиналу.
- Иногда встречалось несоответствие терминологии, когда различные термины использовались для обозначения одного и того же понятия.
- Большое количество переменных, использованных в тексте в разных формах. Несоответствие их форм и форматов.
- Несколько предложений в одном сегменте. Такой недочет усложняет процесс синхронизации слов. Его можно улучшить, если для каждого предложения будет отводиться отдельный сегмент.
- В текстах на французском языке часто вместо целых слов встречаются аббревиатуры.
- Пропущенные слова как в исходном тексте, так и в тексте перевода.

Тестирование и оценка результатов

После создания систем SMT был разработан набор тестов для оценки качества перевода, выполненного системами. Этот набор тестов намеренно был изолирован от обучающих данных, и таким образом мы могли оценить реальное качество перевода материала, ранее незнакомого системе. Для сравнения качества перевода всех систем мы подготовили три набора тестов, каждый из которых состоял из 1000 сегментов. Четвертый набор тестов был подготовлен путем объединения всех трех наборов вместе. Объединенный тест был наиболее сложным, и мы ожидали более низких результатов по сравнению с другими заданиями.

За основную систему оценки был принят алгоритм BLEU (Bilingual Evaluation Understudy). Однако для того, чтобы получить как можно больше информации о качестве перевода каждой системы, мы использовали как систему оценки BLEU, так и F-Measure. Обращаем ваше внимание на то, что «лучший» перевод не всегда характеризуется максимальным количеством оценочных баллов. Лучшие системы должны выдавать самые точные переводы (с субъективной точки зрения) при переводе новых и ранее неизвестных материалов. В большинстве случаев такие результаты показывает комбинированная система с базовыми данными. Чем выше количество баллов, начисленных по методу BLEU, тем выше качество системы. По итогам эксперимента выяснилось, что группы данных А и С показали значительно более высокие результаты по сравнению с группой данных В.

Подробное описание результатов исследования

Группа специалистов Asia Online провела анализ полученных переводов и, хотя итоги оказались вполне предсказуемыми для использованных данных, некоторые результаты превзошли наши ожидания. Благодаря объединению очищенных групп данных ТМ в единый домен можно получить лучшие системы перевода SMT, нежели чем при использовании разобщенных данных.

В целом тесты наглядно продемонстрировали, что при использовании более чистых данных получают более качественные системы, что большое количество данных не всегда хорошо и что качество и согласованность данных имеют большое значение. При использовании необработанных ненормализованных данных получают системы перевода более низкого качества по сравнению с системами перевода, разработанными на основе очищенных данных.

Набор тестов А	Результаты испытания, которые были характерны для группы данных А.
Набор тестов В	Результаты испытания, которые были характерны для группы данных В.
Набор тестов С	Результаты испытания, которые были характерны для группы данных С.
Объединенные наборы тестов А, В и С	Все вышеперечисленные наборы тестов, объединенные в один набор. Показывает средний балл, набранный системами переводов при тестировании.

Тест разработан на основе глоссариев и ТМ, предоставленных тремя компаниями-членами TAUS

При использовании необработанных и ненормализованных данных предсказать результаты невозможно. Для приведения группы данных В в соответствие с другими группами данных можно было бы провести ее дальнейшую чистку, но даже эта группа стала намного лучше после той незначительной чистки, что была проведена. Мы считаем, что можно было бы получить еще больше преимуществ от объединения данных, если такая чистка была бы осуществлена.

Объединение необработанных, «грязных» данных не принесет пользу большинству компаний, за исключением, может быть, случаев, когда объединенные группы данных отличаются выверенной согласованностью терминологии. Объединение необработанных данных влечет за собой ряд проблем. Объединив три группы данных, можно легко выделить эти проблемы:

- Необходимо контролировать качество данных. При слиянии ТМ более низкого качества (в аспекте обучения SMT) ухудшает качество других ТМ.
- Необходимо контролировать согласованность терминологии. Использование несогласованной терминологии приводит к разнобою в переводе.
- Большое количество переменных в обучающих данных влияет на качество языка, поскольку система не может принять решение о том, какой именно порядок слов является правильным. Для системы, специально разработанной для одной компании,

эту проблему можно легко устранить и таким образом действительно улучшить качество перевода, но при объединении данных, используемых несколькими компаниями, сделать это будет довольно сложно. Одним из способов решения этой проблемы может стать использование данных, содержащих значения этих переменных, или простое добавление большего количества данных для расширения словарного запаса.

Три группы данных различались между собой по степени очистки или готовности к использованию для обучения системы SMT. В частности, группа данных В содержала очень большое количество тегов форматирования, что в значительной степени сказывалось на процессе обучения.

Объединение базовых данных компании Asia Online для перевода с английского языка на французский с данными, предоставленными тремя другими компаниями, иногда приводило к тому, что система набирала слишком высокие баллы, поскольку базовые данные заполняли словарные пробелы, существовавшие в специализированных словарях этих компаний. Однако, если между языковыми стилями базовых данных и обучающих/тестовых данных имеются существенные стилиевые различия, то смысла использовать базовые данные может и не быть. Системы, набравшие чуть меньшее количество оценочных баллов, зачастую могут выдавать более точный перевод. Даже несмотря на то, что количество баллов, начисленных системам с базовыми данными по методу BLEU, иногда может быть чуть ниже,

существует высокая вероятность того, что перевод, выполненный такими системами, будет более качественным, и такие системы будут способны различать большее количество вариантов и различий в новом исходном тексте. Исходя из результатов анализа перевода, фактически выполненного системами, мы остановили свой выбор на системе, которая после расширения ее возможностей с большей долей вероятности давала бы максимальную долговременную отдачу. Речь идет о системе, использующей объединенные данные вместе с базой данных Asia Online.

Для достижения лучших результатов необходимо провести нормализацию каждой группы данных. Похожего результата можно добиться, более эффективно используя глоссарии в процессе выполнения перевода. Качество перевода, выполненного с применением глоссариев, было всегда выше, поскольку терминология в них соответствовала группе данных, используемой для перевода.

Группа данных А содержала меньшее количество данных, нежели другие группы, но качество очистки этих данных было более высоким и они были лучше приспособлены для использования в системе SMT. Даже с меньшим количеством данных группа данных А набрала большее количество оценочных баллов по сравнению с группой данных В, в которой содержалось в два раза больше данных, но необработанные ТМ этой группы были относительно непригодными для обучения SMT. Также в группе данных В наблюдалось гораздо большее количество терминологических вариантов из-за использованных в ней омонимов,

нежели в данных, предоставленных другой компанией, и по этой причине в этой группе отсутствовала согласованность, необходимая для оптимизации работы системы SMT. Группа данных С показала высокие результаты по всем параметрам, поскольку терминология в ней была сравнительно согласована, то есть системе нужно было извлечь меньшее количество терминов. Согласованность терминологии и большие объемы сравнительно чистых данных привели к созданию наиболее высококачественной системы. Использование группы данных В в необработанном состоянии может снизить качество переводов при объединении ее с другими данными. Результаты эксперимента дают возможность предположить, что для получения переводов лучшего качества такие данные не следует использовать без предварительной тщательной очистки и нормализации.

Непрерывное совершенствование и развитие систем SMT

Несмотря на то что объединение данных дает несомненные преимущества, без понимания того, насколько важны относительная чистота и качество объединяемых данных, эта процедура практически бесполезна.

Хотя работа с необработанными данными ТМ зачастую вызывает затруднения у систем SMT, некоторая часть того, что система SMT рассматривает как «грязь», может быть очищена с помощью автоматизированных систем. Однако такие автоматизированные систе-

мы не могут исправить ситуации, когда сами переводы оказываются низкого качества. На это также обратил внимание Дон Де Пальма (Don De Palma), который писал, что «наше недавнее исследование ТМ показало, что многие компании считают, что качество их ТМ оставляет желать лучшего — эти вручную созданные памяти переводов навечно фиксируют результаты совместно труда огромного количества людей с различным уровнем профессионализма, передаваемые в течение многих лет из рук в руки без должного контроля со стороны руководства».

Ассоциация по обработке данных TAUS выступила учредителем при создании некоторых фильтров, задачей которых является доведение загрязненных материалов неподходящими и некорректными данными до минимума. Безусловно, эти усилия, направленные на расширение мер по обеспечению качества, помогут в решении некоторых проблем, описанных в данной статье. Однако очистка огромных архивов ТМ станет, скорее всего, чрезвычайно трудоемкой задачей, свой вклад в выполнение которой могла бы внести широкая общественность через краудсорсинг.

Если для всех компаний, участвующих в обмене данными ТМ, такой обмен, скорее всего, окажется выгодным, то для компаний, имеющих самые «грязные» данные, такая выгода от создания систем перевода SMT на базе объединенных данных будет наименьшей. Влияние, оказываемое ненормализованными и необработанными данными, может быть снижено, если использовать соответствующие автоматизированные средства и процессы. Однако более долгосрочного

эффекта можно достичь, если принять необходимые меры для того, чтобы во время объединения все используемые данные были надлежащим образом нормализованы и распределены по категориям. Компания Asia Online провела анализ качества данных, полученных от каждой компании, и внесла в группы данных необходимые изменения для того, чтобы измерения характеристик качества были согласованными и показательными для всех трех компаний. Наш совет всем компаниям, участвующим в проектах по объединению ТМ, — проверяйте качество данных перед тем, как передать их другим компаниям.

Стандартизация терминологии является еще одним исключительно важным фактором. Можно утверждать, что единство терминологической базы оказывает незамедлительное и непосредственное положительное влияние на качество создаваемых систем SMT. С другой стороны, приведение базы терминов к единому стандарту для многих компаний может оказаться невыполнимой задачей. В таком случае можно использовать глоссарии, чтобы при переводе отдавалось предпочтение терминам, используемым в конкретной компании. Каждая компания должна позаботиться о том, чтобы у нее имелась база предпочтительных терминов в системах машинного перевода, в противном случае существует вероятность того, что вместо ее собственной терминологии будут использованы термины другой компании, которые просто чаще встречаются в объединенной базе данных. Для того чтобы системы использовали предпочтительную терминологию, мы бы порекомен-

довали всем пользователям, заинтересованным в объединении данных ТМ, разработать глоссарии основных терминов, которые можно было бы использовать в системах SMT.

Практические рекомендации

- Перед объединением позаботьтесь о том, чтобы данные можно было различить по их исходным ТМ.
- Оцените качество каждой группы данных.
- Определите часто встречающиеся проблемы и разработайте стратегию по их решению в ходе подготовки обучающих данных.
- Выполните комплексную процедуру по очистке и нормализации данных и удалите данные, качество которых кажется вам сомнительным.
- Разработайте стратегию по стандартизации терминов.
- Разработайте долгосрочные стратегии по развитию и управлению языковыми активами.
- Подберите переводы высокого качества.
- Имейте в виду, что постоянная обратная связь с человеком имеет важнейшее значение при создании высокоэффективных систем машинного перевода.
- Также имейте в виду, что создание высококачественной системы SMT – это эволюционный процесс, и существует прямая связь между объемом внесенных исправлений и общим качеством системы, использующей необработанные МТ.

Кирти Ваши — вице-президент по продажам компании Asia Online в Северной и Южной Америке и Европе, опытный управляющий по ИТ-продажам и маркетингу и популяризатор идей SMT.

Разработка продукта и пользовательский интерфейс

Адам Эснес (Adam Asnes)

Пару месяцев назад я задал нескольким своим друзьям из сферы разработки программного обеспечения такой вопрос: «Если бы пришлось выбирать между значительным улучшением пользовательского интерфейса и улучшением качества продукта, что бы вы выбрали?» «И то, и другое, — ответили все в один голос. — Зачем отделять одно от другого?» А затем, что время и ресурсы всегда ограничены. Есть ли у кого-либо неограниченное количество времени и ресурсов? Полагаю, что этот вопрос лежит в основе большинства нескончаемых попыток улучшений и, в частности, связан с проблемой интернационализации и локализации.

Позвольте привести реальный пример. В моей компании велась подготовка к выпуску продукта. Все силы были брошены только на это. Мы уже практически начали планировать выпуск следующей версии, которая, по моему мнению, должна была быть нацелена на интеграцию и интернационализацию пользовательского интерфейса с Eclipse, основного средства для написания кода, которым активно пользуются инженеры по разви-

тию среды. Таким образом, я полагал, что следующим этапом станет интеграция с Microsoft Development Studio.

Однако так уж случилось, что мне пришлось столкнуться с другим продуктом еще одной компании из другой отрасли. Эта компания предоставляла средство для анализа кодов, которое было чем-то похоже на наше, но немного отличалась функциями. И знаете что? У них был достаточно слабый пользовательский интерфейс, но при этом их продукт был в большей мере ориентирован на быстрое получение верного результата. Основная проблема с любым средством анализа кода заключается в том, что приходится принимать в расчет время в отношении «ложных положительных» результатов. Отмеченные проблемы с интернационализацией на самом деле нельзя отнести к серьезному недостатку, который требует обязательного устранения. Мы решили на время забыть о пользовательском интерфейсе. Оказалось, что так даже лучше — заниматься не интеграцией со средствами развития, а усовершенствованием исходных наборов правил, синтаксического и лексического разбора для основных поддерживаемых языков программиро-

вания, а также улучшением поддержки JavaScript.

В основном интернационализация подразумевает построение и реорганизацию кода, что определяет внешний вид, а не эффективность кода.

Таким образом, чтобы справиться с большинством проблем разработчиков, необходимо предоставить оптимальное решение в максимально простой форме. Когда такое решение доходит до большинства пользователей, терпения для работы с исходными результатами уже не остается. Поэтому мы приняли решение временно оставить проблему интеграции среды развития и сфокусироваться на том, что я называю получением практического результата, а не на улучшении тонкостей и интеграции среды пользовательского интерфейса. Я спросил себя: действительно ли мне нужен качественный результат? Если важнее уйти от предпочитаемой среды, чем передать и получить правильные данные, что можно сказать о ценности таких данных?

Необходимо отметить, что я не говорю о том, что пользовательский интерфейс не важен. Просто это не единственный фактор удобства использования. Компания Apple доказала, что пользовательский интерфейс имеет большую ценность, но если бы они сначала не позаботились о данных, то пользовательский интерфейс не сыграл бы такой роли. Теперь позвольте использовать те же рассуждения в отношении качества интернационализации и локализации, приведя два примера, с которыми столкнулись мои клиенты.

В первом случае клиент быстро выполнил интернационализацию самостоятельно без использования специальных средств и помощи экспертов. Основной акцент был сделан на локализацию, а контролю качества не было уделено много времени. Компания занималась удовлетворением спроса на интерфейс (предоставлением программного обеспечения на требуемом языке) и переоценила ожидаемые результаты. Большинство читателей данного журнала могли бы их предсказать. Конечно, продукт был выпущен на нужном языке, но никто не пользовался локализованной версией. Все из-за того, что приложение изобиловало причинно-следственными связями и ответами, не имеющими смысла. Разработчикам в США все казалось приемлемым. Но на самом деле результаты их работы не являлись конкурентоспособными. Они обвинили в этом компанию, выполнявшую локализацию. Однако я полагаю, что вина компании также заключалась и в том, что клиенты не получили правильных инструкций. Во всем винить поставщиков — не самое лучшее решение. Итак, при первой попытке выполнения локализации эта компания получила снижение в объемах продаж. Теперь из-за первоначальной неудачи компания вряд ли возобновит попытки локализации.

При выполнении интернационализации для правильной работы кода необходимо его перестроение или переделка. Хорошее развитие продукта всегда имеет большее значение, чем просто пользовательский интерфейс. Каждый программный продукт и сайт должен представлять, принимать, пре-

образовывать и хранить информацию, а затем снова представлять ее в измененном или сжатом виде. Представление результатов в преобразованном или сжатом виде на любом языке без ошибок — вот в чем заключается хорошая интернационализация.

Для иллюстрации второго случая я хочу поставить в пример своего многоотраслевого клиента, который поделился со мной результатами предпочтений пользователей своего продукта на 28 поддерживаемых языках. Программное обеспечение было хорошо интернационализировано. Были получены стабильные результаты, и большое количество клиентов выбирали региональную поддержку на родном языке при наличии такой возможности. Однако незначительное количество пользователей предпочитало использовать версию на английском языке. Мы пока точно не знаем почему, но мой клиент подозревает, что это связано скорее с недостат-

ком языкового контроля качества (его отсутствием) и внутреннего рецензирования для этих рынков. Теперь мы все согласны, что хотя это и не самые крупные рынки, но они заслуживают того, чтобы выяснить, где допущены ошибки и как это исправить.

Снова необходимо отметить, что основной акцент делается на получение лучших результатов, а не только на пользовательский интерфейс. Вы можете назвать это сосредоточением на всех аспектах удобства использования. Однако доказанным является тот факт, что интернационализация и локализация — это не те пункты в списке проблем пользовательского интерфейса, которые можно просто вычеркнуть.

Адам Эснес является генеральным директором компании Lingoport — разработчиком программного обеспечения для интернационализации Globalyzer. Он занимается вопросами влияния технологий глобализации на компании, выходящие на мировые рынки.

Мифы о краудсорсинговом переводе

Натали Келли (Nataly Kelly)

Краудсорсинговый перевод. Коллективный перевод. Совместный перевод. Все эти понятия, обозначенные агентством Common Sense Advisory аббревиатурой СТЗ, не сходят с языка представителей переводческого сообщества. А мы уже несколько лет следим за развитием событий.

В декабре 2007 г. в отчете «Совместный перевод» агентства Common Sense Advisory было отмечено, что для некоторых переход к использованию коллективного разума не составит особой сложности, в то время как другие будут активно сопротивляться новой практике. Наши прогнозы подтвердились после того, как деловая социальная сеть LinkedIn попыталась изучить целесообразность СТЗ. Внештатные переводчики усмехались и ругались, а Американская ассоциация переводчиков с боевым кличем призвала к борьбе с социальной сетью.

В результате многочисленных обсуждений этого вопроса в 2007 и 2008 гг., было обнаружено, что решение компаний использовать коллективный разум для перевода обусловлено не стремлением к экономии. Они идут на это с целью освоения новых рынков и ускорения процесса перевода. Сейчас, почти два

года спустя, исследование ассоциации Localization Industry Standards Association подтверждает наше открытие.

Краудсорсинг — передача какой-либо задачи, которая обычно выполняется сотрудником компании или подрядчиком, большой (как правило) группе людей, подбираемых посредством конкурсного задания. Так, людей могут попросить разработать новую технологию, придумать решение дизайнерской задачи, усовершенствовать алгоритм или принять участие в сборе, систематизации или анализе больших объемов информации.

В связи с этим хотелось бы развеять некоторые мифы, связанные с коллективным переводом, которые до сих пор распространены в переводческой отрасли:

- Миф № 1: краудсорсинг ставит под угрозу существование поставщиков услуг по переводу. На самом деле основная угроза, нависшая над поставщиками, — это они сами. Почему? Характер профессии меняется, но не знающие об этом переводчики не хотят развиваться. Каждый день мы слышим от компаний, что они готовы платить переводчикам за постредактирование машинного

перевода, помогая им с контролем качества и проверкой результатов коллективного перевода. Вместо того чтобы воспользоваться возможностью и усвоить новые навыки, востребованные заказчиками, переводчики зачастую отказываются работать из предполагаемых моральных соображений. Организации, как и организмы, либо адаптируются и превращаются в более сложные формы, либо начинают вымирать. В случае с LinkedIn, вместо того чтобы восклицать: «О нет! Я хочу свои 15 центов за слово!», сообразительный заказчик подумал бы: «Да это же отличная возможность получить опыт работы в LinkedIn и вывести мои продукты и услуги на более широкий рынок».

- Миф № 2: коммерческие компании должны всегда платить за профессиональный перевод, выполненный человеком. Организации делают то, что могут, используя имеющиеся в их распоряжении ресурсы. В некоторых случаях перевод, выполненный человеком, не приносит коммерческой выгоды, — в большинстве случаев потому, что отнимает слишком много времени. В созданном пользователями сообществе, где контент обновляется каждую секунду, процесс с такими этапами, как перевод-редактирование-вычитка просто не работает. К этапу редактирования исходный текст может увеличиться или измениться. Многие компании, которые сейчас используют СТЗ, пытались следовать этому «древнему процессу перевода», что сравнимо с тем, чтобы втиснуть круг в квадрат-

ную форму, но потерпели неудачу. В большинстве случаев эта модель оказывается неэффективной.

- Миф № 3: все переводческие задачи можно решить при помощи краудсорсинга. Это не так. Порученный «толпе», коллективный и совместный перевод имеет сложный характер и требует успешного сочетания многих факторов, например, финансирования, инженерных средств, планирования и групп людей, которые занимаются генерированием идей. Если один из кусочков мозаики отсутствует, картина не сложится. Подобно тому, как процесс, состоящий из перевода, редактирования и вычитки, подходит не для всех проектов, так и коллективный перевод не является универсальным решением. Станет ли поставщик программного обеспечения раскрывать сообществу пользователей свою секретную информацию до выпуска продукта? А изготовитель медицинского оборудования — рисковать своей патентной заявкой, отдавая ее на суд толпы? Очень сомнительно.

Вернемся к общей картине. Контент растет с невероятной скоростью. Во всем мире недостаточно переводчиков для его обработки, поэтому люди, которые знают какие-либо языки, имеют доступ к информации, недоступной для остальных. Рассмотрим всего один пример. Исследование 2008 г. показало, что с 1967 по 1976 гг. 62,4 % медико-биологических статей, проиндексированных в *PubMed*, было опубликовано на английском языке. С 1997 по 2006 гг. число таких статей достигло уже 89,3 %.

Вместо того чтобы расширять доступ для разноязычного населения, некоторые научные сообщества фактически его ограничивают.

Об этой проблеме я знаю не понаслышке. Когда я училась на последних курсах университета в Латинской Америке, многие важные материалы для моей учебы были написаны на английском языке. Поэтому приходилось тратить массу времени на перевод текстов на испанский, чтобы сокурсники могли принять полноценное участие в дискуссии. Иногда это делалось по всем правилам — за компьютером, но чаще я быстро пересказывала суть вслух в коридоре. Конечно, перевод был неидеальным, и тем более, никем не оплачивался — просто не было другого выбора. Людям была нужна информация, а я являлась единственным доступным источником. В соседнем городе другие студенты со знанием двух языков, скорее всего, делали то же самое.

Порученный «толпе», коллективный и совместный перевод имеет сложный характер и требует успешного сочетания многих факторов, например, финансирования, инженерных средств, планирования и групп людей, которые занимаются генерированием идей.

Миллионы студентов, а также исследователей, ученых и инженеров по всему миру сталкиваются с похожими

трудностями. Они хотят учиться и внести свой вклад в развитие мировых коллективных знаний. Но как это сделать, если на пути к этому высится языковой барьер? При помощи технологий, вот как. СТЗ — это практика, которая меняет информационное пространство. Обмен машинным переводом, речевыми технологиями, управлением терминологией, средствами создания авторских материалов и памятью переводов также расширяет доступ к знаниям, помогая преодолеть языковые барьеры.

Самое важное, что нужно помнить о совместном переводе, состоит в следующем: без людей он просто не работает. Другими словами, если коммерческая организация не увлечет достаточное количество участников сообщества своими продуктами, у нее не получится использовать СТЗ. Если по определенной причине социальная проблема не получает достаточной поддержки, коллективный перевод не работает. Итак, какой урок нужно усвоить переводческой отрасли в отношении СТЗ? Пусть люди сами решат, когда и как использовать возможности краудсорсинга. Только так он и работает.

Натали Келли — старший аналитик исследовательской компании Common Sense Advisory, специализирующаяся на переводческих услугах. Ее книга Telephone Interpreting: A Comprehensive Guide to the Profession — это первая из опубликованных книг, полностью посвященная вопросу перевода по телефону.

Онлайн-маркетинг в Европе

Пол Соэрс (Paul Sawers) и Кристиан Арно (Christian Arno)

Онлайн-маркетинг — один из наиболее мощных инструментов, доступных бизнесу в XXI веке. Онлайн-маркетинг, будучи связующим звеном между компанией и клиентом, строит взаимовыгодные отношения между покупателями и продавцами по всему миру. Проще говоря, это то, что сегодня приводит бизнес в движение.

Исследование, проведенное Европейской ассоциацией интерактивной рекламы (European Interactive Advertising Association, EIAA), показало, что 64 % европейских маркетологов планировали увеличить использование поисковой оптимизации (SEO) для позиционирования среди новых клиентов в 2009 году (диаграмма 1), а 70 % рекламодателей объявили о своем намерении увеличить общие расходы на продвижение в Интернете в этом году. Но извечная проблема лучшего позиционирования в сети на внутреннем рынке вряд ли будет решена в обозримом будущем, ведь здесь не существует универсального решения, которое бы одновременно удовлетворяло все секторы бизнеса и все категории клиентов. Собственно, тенденции также постоянно меняются.

Каждый аспект каждой маркетинговой кампании в сети, от баннера до ин-

формационной рассылки, должен быть тщательно спроектирован с учетом специфики целевой аудитории. То, что выглядит воодушевляющим, полезным и ярким для команды маркетинговых гуру, может пройти через сознание веб-серфера, как песок через решето.

На зарубежных рынках все еще более запутанно. Целый набор культурных и лингвистических сложностей встречаются выходящих на международные рынки. В Европе более 200 языков, на 23 из которых говорят в 27 странах-членах Европейского союза (ЕС). На некоторых языках говорят более чем в одной стране, что порождает внутреннее несоответствие.

На английском языке в какой-либо степени говорит более половины населения ЕС. С точки же зрения количества носителей языка, лидерство принадлежит немецкому, который является родным для почти 20 % населения ЕС, далее следуют английский и итальянский — по 13 %, и французский с 12 % (табл. 1).

Лингвистическое многообразие — одна из ключевых ценностей ЕС, что отражается в его ежегодных расходах на переводческие услуги, превышающих один миллиард евро. Многоязыковые модели, сформированные в ЕС, могут служить хорошим примером для компаний, заинтересованных в выходе на

международные рынки с использованием локальных языков.

Квебекский язык

Хотя эта статья посвящена Европе, стоит кратко отметить, что различия между канадским французским (квебекским) и французским языком во Франции особенно впечатляющи. Наиболее заметна разница, связанная с систематическим переводом английских терминов на французский в Канаде, в то время как во Франции они обычно импортируются в язык как англицизмы.

Так, слово *weekend* (выходные), например, становится *fin de semaine* (концом недели) в Канаде, в то время как во Франции это просто *le weekend*.

Разновидности французского языка

Различия между английским и французским очевидны даже для знающих только один язык, однако различия между французским во Франции и французским в Швейцарии или Бельгии не всегда заметны. Действительно, в основном большой разницы в различных европейских диалектах французского нет, однако с маркетинговой точки зрения это не повод для спокойствия.

Занимаясь продвижением на франкоговорящие рынки вне Франции, важно задействовать локальных переводчиков если не во время процесса перевода, то по крайней мере на этапе финальной проверки. Это поможет выявить возможные лингвистические и грамматические нюансы диалектов, таким образом предотвращая ошибки перевода.

В табл. 2 выделены выделяет некоторые ключевые различия диалектов французского.

Разновидности немецкого языка

Аналогично, когда позиционирование осуществляется на немецкоговорящих рынках, для маркетологов важно быть в курсе ключевых различий между немецким языком в Германии и, например, в Швейцарии.

В Швейцарии не используют символ *ß* (*Eszett*), заменяя его на *ss*. Более того, использование настоящего совершенного времени (*Perfekt*) для событий в прошлом гораздо чаще встречается в Швейцарии, нежели в Германии, где предпочтение отдается простому прошедшему времени (*Präteritum*). Это сказывается, в частности, на маркетинговых текстах, обращающихся непосредственно к читателю.

Для некоторых существительных в Швейцарии используют другой род (*das E-Mail* вместо *die E-Mail*), а также в Швейцарии немецкоговорящие пользователи обычно пишут числа с апострофом (23'000,00), а не с точкой (23.000,00) или пробелом (23 000,00).

Табл. 1. Пять ведущих европейских языков

Язык	Носители языка	Всего говорят на языке
Английский	13 %	51 %
Немецкий	18 %	32 %
Французский	12 %	26 %
Итальянский	13 %	16 %
Испанский	9 %	15 %

Разделение чисел

Развивая последнюю мысль, даже такие, кажущиеся тривиальными, проблемы могут вызвать большую путаницу. Например, в Соединенном Королевстве запятые используются для разделения тысячных разрядов, в то время как точка используется в качестве десятичного разделителя (1,000,000.00), но во многих частях Европы, например, в Германии, Бельгии, Дании, Италии и Швеции, точки и запятые используются наоборот (1.000.000,00). Некоторые страны, такие как Франция, Хорватия, Польша и Финляндия, вообще не используют разделители тысячных разрядов (1 000 000,00).

В Швеции двоеточие используется как десятичный разделитель, но только при обозначении денег (21:43 *kr*), а в Нидерландах в качестве разделителя тысячных разрядов при обозначении денег используется точка (€1.000.000,00), но пробел — для всех остальных чисел (1 000 000,00).

В относительно небольшой Европе существует множество подобных при-

меров, которые помогают подчеркнуть важность, которую представляют для бизнеса грамотная локализация веб-сайта и других маркетинговых материалов для международных рынков.

Онлайн-маркетинг в Европе

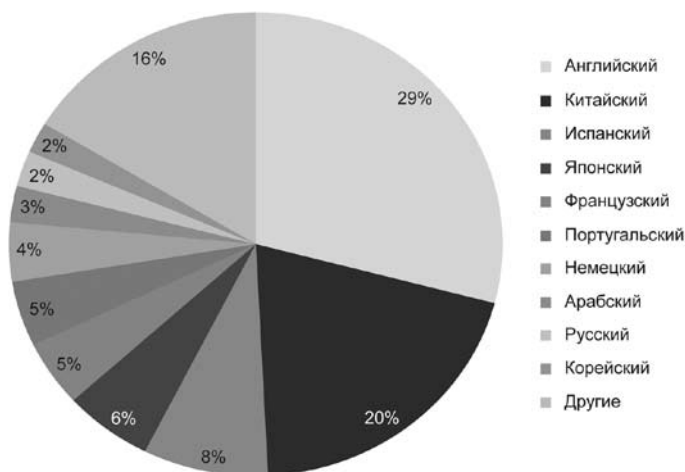
Важность поиска возрастает во многих маркетинговых онлайн-стратегиях внутри любой страны, а знание того, как перенести лучшие практики на прибыльные европейские рынки, является решающим.

Перевод ключевых поисковых терминов, которые обеспечивают бизнесу верхние позиции, скажем на Google UK, и их внедрение в текст на зарубежных корпоративных веб-сайтах на других языках может оказаться разумным. Однако одного этого часто недостаточно. Существует мнение, что ключевые слова вообще не должны переводиться, так как их прямой словарный перевод далеко не всегда соответствует поисковым запросам зарубежных клиентов,

Табл. 2. Различия диалектов французского языка

Английский	Французский (Франция)	Французский (Швейцария/Бельгия)
seventy (семьдесят)	soixante-dix	septante
eighty (восемьдесят)	quatre-vingts	huitante (только в некоторых регионах)
ninety (девяносто)	quatre-vingts-dix	nonante
breakfast (завтрак)	petit déjeuner	déjeuner
lunch (обед)	déjeuner	dîner
dinner (ужин)	dîner	souper
post office box (почтовый ящик)	boîte postale (BP)	case postale (CP)

Диаграмма 1. Основные языки, на которых говорят пользователи Интернета в мире



выполняющих поиск продуктов или услуг в сети.

Чтобы проиллюстрировать этот тезис, рассмотрим следующую ситуацию. Британская автомобильная страховая компания, которая направила значительное количество ресурсов для обеспечения лидирующих позиций на Google.co.uk по поисковому запросу *car insurance* (автострахование), хочет запустить кампанию позиционирования на рынке во Франции. Прямой и точный перевод термина *car insurance* на французский — это *l'assurance automobile*. Однако инструмент подсказки ключевых слов Google показывает, что этот термин собирает очень мало результатов. Небольшое исследование ключевых поисковых слов, реально использующихся во французских поисковых системах, показывает, что люди скорее используют такие термины, как *assurance auto* или *assurance voiture*. Се-

рьезные проблемы можно предотвратить, потратив всего несколько минут на исследование ключевых слов, которые зарубежные клиенты активно используют при поиске автомобильной страховки.

Также на некоторых рынках вообще нет необходимости в переводе ключевых поисковых слов. В Германии, например, часто используется английская терминология, особенно в технических и связанных с Интернетом темах. Так веб-дизайнерской компании, которая занимает высокие позиции в Соединенном Королевстве по запросу *web design* (веб дизайн), следует просто внедрить английскую фразу в немецкоязычный веб-сайт.

Языковая насыщенность

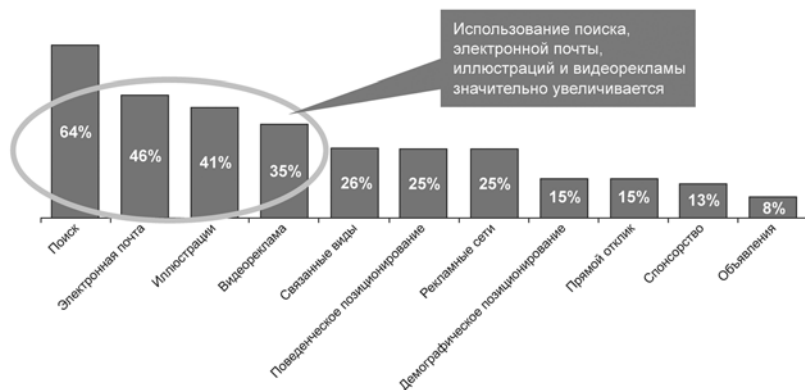
Помимо английского языка, основные европейские языки в Интернете —

Диаграмма 2. Методы онлайн-маркетинга (2009 г.)

Формат, инструменты и механизмы покупок онлайн

Вопрос 15/16. Использование какого из следующих форматов, инструментов и механизмов покупок Вы увеличиваете в рамках Ваших интерактивных маркетинговых стратегий, и соответствует ли Вашим целям использование директ-маркетинга, рекламы бренда или комбинация обоих?

- 64 % респондентов назвали свои ориентиры по использованию этих форматов как комбинацию директ-маркетинга и рекламы бренда, 19 % используют только директ-маркетинг, а 17 % – только рекламу бренда.



Источник: Европейская ассоциация интерактивной рекламы (European Interactive Advertising Association, EIAA)

это немецкий, французский, испанский и португальский, при этом роль последних двух значительно увеличена за счет их распространения в Латинской Америке. Более 460 миллионов пользователей общаются на английском на уровне носителей языка. Однако в мире более 1,5 миллиардов пользователей Интернета, и таким образом для подавляющего большинства пользователей сети родным языком является отличный от английского.

И хотя большинство веб-страниц в Интернете написаны на английском, больше половины запросов в Google производятся на других языках. Исследование, проведенное Common Sense

Advisory, показало, что клиенты в четыре раза более склонны покупать на веб-сайте, который написан на их родном языке. При этом более половины всех клиентов осуществляют покупки исключительно на веб-сайтах, написанных на их родном языке. Любопытно, что это исследование также показало, что французские и российские клиенты в четыре раза менее склонны покупать с англоязычных сайтов, чем испаноговорящие.

Главный урок, который можно из всего этого вынести, достаточно очевиден. Любой бизнес, который занимается маркетингом за границей, должен делать это только на языке своего целевого рынка. Любой компромисс может в ре-

альности оказаться контрпродуктивным и, в конечном счете, потерей денег. В то же время несоответствие между доминирующим языком в сети и другими языками рождает новую возможность для тех, кто жаждет ворваться на международные рынки.

Насыщенность ключевых поисковых терминов на неанглоязычных веб-сайтах очень далека от той, что присутствует на сайтах англоязычных. Из этого следует, что компании могут быстро взлететь в рейтинге зарубежных поисковых систем по популярности поисковых запросов. Так автомобильная страховая компания из Соединенного Королевства, в теории, должна затратить меньше усилий для продвижения по запросу *assurance auto* на *Google.fr*, чем для запроса *car insurance* на *Google.co.uk*.

Многофакторный подход

Позиционирование на европейских рынках через онлайн-маркетинг требует

многофакторного подхода. Многоязыковая маркетинговая стратегия должна поддерживать любую международную кампанию, но локализация продвигает этот процесс еще на шаг вперед, гарантируя, что языковые и культурные нюансы не помешают общему результату. Из-за использования некорректного тона, терминологии или стиля ключевые сообщения часто теряются, и общее доверие к бренду падает. Очевидно, что исследование ключевых слов и поисковая оптимизация — важные составляющие локализации веб-сайтов, а любой бизнес, который не справляется с задачей грамотной локализации своего веб-сайта, просто упускает хорошую возможность.

Пол Соэрс — директор по коммуникациям в *Lingo24*, получил образование в сфере коммуникации и мультимедиа и работал как писатель-фрилансер.

Кристиан Арно — основатель и управляющий директор *Lingo24*, закончил Оксфордский университет с дипломом в области французского и итальянского языков.

Развитие практики аудиоописаний в Греции

Йота Георгаконулу (Yota Georgakopoulou)

Появление аудиоописаний (АО) в мире греческих СМИ создало новую нишу на рынке труда: обучение специалистов нового типа и разработка основных положений для этой новой области аудиовизуального «перевода». В 2008 году Институт аудиовизуальных коммуникаций в Греции предпринял важную инициативу в этой области — в целях повышения уровня осведомленности участников отрасли в вопросах АО был организован специальный семинар. Семинар вызвал дискуссию о нехватке соответствующего опыта в Греции, а также о правилах и стандартах, по которым можно нанять и обучать дикторов для АО. В то же время греческая государственная радио- и телевещательная компания ERT объявила конкурс на выпуск программ с титрами, АО и сурдопереводом для слабослышащих.

Технический прогресс, который оказывал влияние на мультимедийные коммуникации в конце XX века и продолжает влиять на них в XXI веке, обогатил лингвистику и переводоведение множеством новых явлений, которые требуют обсуждения и описания. Понятие о тексте как о посреднике для перевода любого акта коммуникации претерпевает зна-

чительные изменения. Традиционно под текстом в повседневной речи понимается письменный текст. Однако определение текста как коммуникативного явления также относится и к устной речи, и, более того, к так называемым аудиовизуальным текстам.

Аудиоописание (АО) — термин, означающий описательное повествование об основных визуальных элементах видео- или мультимедийной продукции. АО позволяет сделать видеообразы доступными для восприятия слепыми и слабовидящими. Визуальные образы переводятся в словесные. Как правило, в аудиоописаниях дикторы описывают действия, жесты, смену сцен и прочую визуальную информацию. Также они озвучивают титры, имена говорящих и другой появляющийся на экране текст.

Субтитры и дублирование представляют собой два классических примера аудиовизуальных текстов, которые за последние десятилетия подверглись тщательному изучению и обсуждению. Текстам же, описывающим звук, уделялось мало внимания. Аудиоописания по сути своей столь же стары как описания визуальной информации одних людей другим. Однако несмотря на то что прак-

тика использования АО для «переводов» фильмов для слепых и слабовидящих людей существовала с начала 80-х годов двадцатого века, в программу обучения переводчиков в высших учебных заведениях его включили и стали изучать как часть переводоведения только в начале двадцать первого века. Тогда же увидели свет и первые публикации на эту тему. Сегодня описание звуков все чаще используется на телевидении, в кино и на DVD. Преимуществами этой услуги уже пользуются некоторые европейские страны, США, Канада и Япония. В Великобритании с 2001 года действует ряд законодательных актов, обязывающих телевизионные компании предоставлять АО для определенной доли своих программ, в то время как Европарламент и Европейский Совет выпустили директиву 2007/65/ЕС, которая требует от стран-членов Евросоюза способствовать выпуску действующими на их территории поставщиками услуг массовой коммуникации более доступной для инвалидов по слуху и зрению медиапродукции. В соответствии с этой директивой «государства-члены обязуются привести в действие законы, правила и административные меры, необходимые для соблюдения этой директивы, не позднее 19 декабря 2009 года» (Директива 2007/65/ЕС, с. 44). Остается только наблюдать, означает ли это, что государства-члены Евросоюза примут также и законодательные акты, связанные с созданием аудиовизуальной продукции, доступной людям с ограниченными возможностями, в качестве обязательства, а не рекомендации.

АО — это описание визуальных элементов аудиовизуальной передачи, осу-

ществляемое посредством аудиоканала, для слепых (с врожденной или приобретенной слепотой) и слабовидящих. Им описывают основные элементы, необходимые для восприятия: действия, героев, их движения, жесты, пейзажи, костюмы и так далее. Записанный текст добавляется в паузы между диалогами. Он не должен служить помехой важной музыке или звуковым эффектам и должен смешиваться с оригинальной звуковой дорожкой.

Безусловно, выгоды от АО для слепых и слабовидящих очевидны. Они смогут более полно отслеживать развитие сюжета, не прибегая к помощи других людей. Таким образом они могут наслаждаться фильмами в кинотеатре, телепрограммами или выставками в музеях в такой же мере как и зрячие люди. АО также пригодится и зрячим людям в тех ситуациях, когда визуальная информация недоступна, например, на природе или в учреждениях культуры, а также пожилым и больным людям, зрительные способности которых ухудшаются. Более того, аудиоописания также можно использовать как аудиокниги для того, чтобы «посмотреть» фильм за рулем автомобиля или мыльную оперу по телевизору, занимаясь работой по дому.

АО относится к разряду межсемиотических переводов, так как передает информацию из визуальной формы (образы) в слова (сценарий) и может осуществляться как в рамках одного языка (внутриязыковой), так и для перевода на другой язык (межязыковой). Ограничения, характерные для АО, связаны с количеством времени между диалогами, а также с тем фактом, что язык следует

задачам повествования. И хотя АО анализируют и исследуют как особый тип текстов, сценариям АО не хватает определенных характеристик текстов, например, согласованности. Вместе с тем они имеют большое сходство с кинематографическими текстами.

Хорошие АО создаются благодаря следованию четырем основным принципам:

- Человек, пишущий сценарий АО, ярко «видит» описываемый образ. Писатель должен выполнять роль режиссера фильма и концентрироваться на отдельных визуальных элементах, которые формируют сюжетную линию и являются важными для поддержания ее логичности для людей с нарушением зрения.
- Человек, пишущий сценарий АО, должен уметь свести доступную информацию к минимально необходимой и достаточной для наиболее полного понимания образа и режиссерской задумки, чтобы вписаться в существующие ограничения по времени. АО должно содержать следующую информацию: где (место), когда (время), кто (описание героя) и что (действия).
- Язык, которым написан сценарий АО, особенно важен. Человек, пишущий сценарий АО, должен иметь богатый словарный запас, чтобы наилучшим образом использовать время, отведенное для описания, и богатое воображение. Из-за повторяемости сценарии АО легко могут стать однообразными, например, в случае с часто встречающимися словами «пошел» или «посмотрел», поэтому успеш-

ный писатель должен использовать весь потенциал языка, чтобы найти различные описания для одних и тех же вещей, по возможности уточняя способ осуществления или соответствующим образом смещая акценты. Для этого можно использовать такие стилистические приемы, как метафоры и сравнения.

- Окончательное восприятие связано с голосом диктора, читающего АО. Речь должна быть разборчивой, голос — соответствовать содержанию программы, а в идеале — принадлежать лицу другого пола, противоположного ведущему программы (если таковой имеется), чтобы избежать путаницы.

Идея реализации АО в греческих СМИ появилась в 2006 году, когда ERT внедрила технологии цифрового телевидения. Один из цифровых каналов ERT, PRISMA+, специализируется на обеспечении максимальной доступности услуг ТВ и сопровождает большинство своих передач сурдопереводом и титрами на греческом для глухих и слабослышащих. АО также заявляется как одна из услуг, которые канал намерен включить в свое расписание. Однако осуществление этого было невозможно, пока ERT, спонсируемый Европейским фондом регионального развития, в начале 2008 года не организовал конкурс на создание общедоступных цифровых телепередач.

Заявление ERT сопровождалось семинаром по вопросам АО, организованным в январе 2008 года в Афинах под эгидой греческого института по проблемам аудиовизуальной коммуникации Hellenic

Audiovisual Institute. Эти мероприятия способствовали повышению осведомленности об АО и стали площадкой, на которой АО были представлены греческой общественности с точки зрения истории вопроса, целевой аудитории, международных стандартов и соответствующего законодательства, действующего в ЕС, технических условий, используемого программного и аппаратного обеспечения, путей, которым идут другие страны в создании АО, а также с точки зрения требуемых затрат, набора и обучения специалистов, передачи знаний и опыта. Среди докладчиков были представители канала PRISMA+, Европейского союза радио и телевидения, производителей программного и аппаратного обеспечения для АО, организаций и компаний, создающих и записывающих сценарии АО, высших учебных заведений, предлагающих соответствующее обучение, а также представители организаций инвалидов, которые высказывали свои мысли и говорили о своих потребностях и пожеланиях.

На сегодняшний день в Греции на институциональном уровне поддержка АО не осуществляется. Единственным законодательным актом, затрагивающим вопросы доступности, в Греции является Закон 2328/95, где в параграфе 20 статьи 3 оговариваются минимальные требования ко всем телестанциям Греции, согласно которым они должны включать в свою программу ежедневно пятиминутные выпуски новостей и каждые две недели 30-минутные информационные, развлекательные или образовательные передачи, сопровождающиеся сурдопереводом и титрами на греческом для глу-

хих. Живую аудиоописания на греческом сегодня предлагаются только в аттральных постановках Very Special Arts (VSA) Hellas, греческого филиала международной некоммерческой организации Very Special Arts, задачей которой является обеспечение инвалидам возможности участвовать и наслаждаться искусством. Помимо прочего, VSA Hellas начала предлагать АО для театров с 2001 года. В среднем в год озвучиваются пять театральных постановок. VSA Hellas также создавала аудиоописания для коротких фильмов для первого кинофестиваля, посвященного людям с ограниченными возможностями, который проходил в Греции в 2007 году, и для художественного фильма, который демонстрировался в Lighthouse of the Blind. Все постановки проходили вживую.

В отличие от «живых» АО, в АО для телетрансляций используются другая методология и другое программное и аппаратное обеспечение. Так как лидером среди европейских стран в области АО является Великобритания, именно туда и обратилась ERT в поисках знаний. Представителей британских компаний, предоставляющих услуги АО, попросили рассказать о подходах к работе с АО на семинаре, который был организован Hellenic Audiovisual Institute в январе прошлого года. В семинаре также приняла участие ECI, имеющая филиал в Афинах с 2006 года. Они поделились своим опытом работы с английскими АО и рассказали о предлагаемом ими плане организации производства сценариев АО в Греции. Также на семинаре подчеркивалась нехватка специалистов в этой области, и обсуждались вопросы необ-

ходимости обучения и сертификации. Было также отмечено, что греки, недавно получившие последипломное образование в области АО в Великобритании, могут сформировать костяк профессионалов, предлагающих свои услуги в этой области на греческом рынке. Способ восполнить нехватку в области образования и обучения специалистов по АО в Греции был представлен колледжем Athens Metropolitan College, который с 2008 года предлагает магистерские программы в области аудиовизуальных переводов на греческий, включающие в том числе и курс по АО, при участии британского университета Рохэмптон.

Понятие о тексте как о посреднике для перевода любого акта коммуникации претерпевает значительные изменения.

ЕСІ разработала и реализовала рабочую модель, которая включает в себя исследования, набор сотрудников, обучение, озвучку и тестирование созданных материалов. Как только начали поступать первые запросы на АО на греческом, эта модель была опробована на практике, чтобы убедиться в соблюдении высочайших стандартов качества при производстве греческих АО, так как в 2009 году компания готовилась заработать на полную мощность.

При отсутствии официальных стандартов и руководств по созданию АО на греческом, помимо некоторых общих рекомендаций, предоставленных ERT как часть конкурсной документации, ЕСІ изучила существующие руководства по созданию АО и сформировала рабочий документ с рекомендациями по созда-

нию греческих АО. Среди использовавшихся руководств — рекомендации Независимой телевизионной комиссии по вопросам аудиоописаний, немецкие руководства Benecke and Dosch, испанские стандарты, французский устав по вопросам АО (Morisset & Gonant), канадские рекомендации, изложенные на страницах сайта Джо Кларка (Joe Clark), а также руководства по вопросам АО, которым следует National Captioning Institute (NCI), головная организация ЕСІ, находящаяся в США.

Одновременно с созданием внутренних правил АО в ЕСІ осуществлялся набор персонала. Объявления о том, что требуются сотрудники для создания аудиоописаний на греческом, были размещены в университетах и колледжах, обучающихся студентов основам аудиоописаний. ЕСІ поддерживает тесные контакты с различными учебными заведениями Великобритании и Греции и предлагает программы трудоустройства и стажировок для их студентов. Таким образом, выпускники программ обучения АО, а также профессиональные специалисты по субтитрам, сформировали основу сотрудников, которых готовили к работе над программами, для которых ЕСІ обязалась создать АО на греческом.

В ходе подготовки к написанию сценариев АО на греческом сотрудники ЕСІ изучили английские сценарии АО, созданные для программ различных типов, чтобы ознакомиться с используемыми стратегиями и подходами к определению приоритетов в информации, содержащейся в текстах различных типов. Дальнейшее обучение персонала осуществлялось при поддержке служб департа-

мента аудиоописаний организации NCI, являющейся лидером в США по услугам создания АО на английском. Был разработан метод работы по образцам, в соответствии с которым первые несколько эпизодов передач, которые ЕСИ получала для создания аудиоописаний на греческом, отправлялись в департамент аудиоописаний NCI с комментариями относительно действий, происходящих в фильме. NCI создавала сценарии АО на английском, которые затем адаптировались на греческий сотрудниками ЕСИ в соответствии со сформированным руководством по созданию АО на греческом, которое попутно пересматривалось и корректировалось, если это было необходимо. Озвучив нескольких передач по этой модели, сотрудники ЕСИ были готовы к самостоятельному созданию сценариев АО сразу на греческом.

Несмотря на то что создание любых сценариев АО должно строиться на одних и тех же принципах, описанных в начале этой статьи, на практике в разных странах выявляется ряд различий. В ходе описанной выше работы были сформулированы несколько заключений относительно различий между английским и греческим языками для целей АО. Их можно обобщить следующим образом:

- Английский язык лаконичен, обладает богатой лексикой, что максимально эффективно используется в сценариях АО. С учетом ограничений, характерных для аудиоописаний, перевод сценариев АО с английского на греческий, как правило, приводит к определенным потерям при переводе, что типично для перевода с английского на греческий текстов

любых типов в случаях, когда присутствуют пространственно-временные ограничения. Например, пластичность английского языка позволяет создавать прилагательные путем объединения двух слов, таким образом вмещая максимум информации в очень небольшое пространство. В греческом языке для этого часто требуется более длинное описание, поэтому информация такого типа может быть исключена при редакции. Кроме того, английский язык особенно богат глаголами, которые описывают общее действие и манеру его исполнения (например, глаголы, описывающие различные способы смотреть). В греческом языке такие глаголы более редки, и в качестве альтернативы используется общий глагол с наречием или причастием настоящего времени, что снова представляет более длинный вариант.

- Язык в АО следует задачам повествования, которые в различных языках соответствуют различным традициям. К примеру, греческие письменные тексты отличаются длинными и сложными предложениями, за исключением тех случаев, когда они предназначены для чтения вслух. Сточки зрения синтаксиса в греческих сценариях АО в одном предложении, как правило, будет выражено меньше мыслей. Короткие согласованные предложения предпочтительнее длинных подчиненных предложений.
- При переводе сценария АО с одного языка на другой необходимо принимать в расчет такие вопросы, не связанные с лингвистикой, как знания

и ожидания аудитории. Поэтому в зависимости от аудитории может потребоваться описание некоторых культурных явлений. Например, героями одной из программ, для которых мы создавали сценарии АО по методу работы по образцам, были служители греческой православной церкви, которых наши американские коллеги описали как «одетые в черные одежды священники с длинными бородами». В греческих сценариях эта информация была исключена, так как греческая аудитория хорошо знакома с тем, как выглядят служители греческой православной церкви. Таким образом, время, отведенное для их описания, можно было использовать более эффективно для описания другой информации.

После того как сценарий АО готов, его зачитывают вслух, проверяют и отправляют диктору, который будет зачитывать его для записи. Мы решили записывать АО на известной студии окончательного монтажа, с которой мы находились в партнерских отношениях, а для озвучивания сценариев воспользоваться услугами профессиональных актеров. Работа на студии окончательного монтажа позволяла нам использовать высококачественное звукозаписывающее оборудование и опыт звукооператора, чтобы справиться с этим оборудованием, а также добавляла гибкости, когда требовалось «очистить» звуковую дорожку АО, ускорить или придать определенную высоту звуку и т. п. Привлечение профессиональных актеров и дикторов, имеющих опыт работы с аудиокнигами, вместо обычных дикторов

с хорошими голосами, было мудрым решением, так как это позволило нам предложить своим клиентам продукцию высочайшего качества, а также большой выбор голосов. Кроме того, такая модель работы позволила нам подбирать разные голоса для программ различных типов — например, более молодой и резкий голос для документальных фильмов о свадьбах, идущих в быстром темпе, и более мелодичный голос — голос сказочника для детских программ.

Последним тестом перед завершением работы, позволяющим убедиться в том, что наши сценарии АО на греческом воспринимаются так, как ожидалось, и выполняют свои задачи наилучшим образом, была реакция аудитории. Из-за определенных логистических сложностей следовать идеальной немецкой модели, когда слепой человек сидит рядом с дикторами, которые зачитывают созданные сценарии, не представлялось возможным. Тем не менее, мы выбрали наиболее типичные программы в различных жанрах и пригласили членов греческих организаций слепых в наши офисы для их просмотра. Мы попросили прислать нам людей с различной степенью слепоты, различных возрастов и полов, а также людей, имеющих различное образование, чтобы их отзывы действительно были репрезентативны для слепых жителей Греции. Большинство слепых, посетивших эти семинары, были уже знакомы с АО в театральных постановках, но тем не менее мы кратко рассказывали об услуге и о компании. Каждый семинар завершался совместным обсуждением с участием наших сотрудников. Полученные отзывы были

весьма ценными и помогли нам лучше определить приоритеты в подаче информации, важные для нашей аудитории. Например, мы выяснили, что люди с нарушением зрения придают больше важности информации о выражении лиц людей, чем информации об окружающей обстановке, но тем не менее они хотели бы получать максимум информации о каждой сцене. Интересные замечания были получены касательно времени, указанного в сценариях АО, и источников визуальных явлений. Например, горит ли свет в доме, блестит ли бассейн в солнечном свете? В целом, отзывы участников были крайне положительными, и на следующих семинарах мы ожидаем получить еще более интересную информацию.

Последним этапом перед фактической трансляцией программы является отчет комитета по вопросам доступности для инвалидов, который проверяет качество материалов, предоставленных в рамках тендера, и докладывает ERT. Помимо прочих в состав комитета входят представитель Греческой ассоциации глухих и представитель Общегреческой ассоциации слепых, у каждого из которых есть своя рабочая группа, оценивающая качество материала и сопутствующего сервиса. К этому моменту программы уже сняты или находятся в процессе редактирования, титры и

аудиоописания уже добавлены, и часть из них уже находится на пути в комитет ERT. Начало показа этих программ запланировано на октябрь 2009 года, после чего начнут поступать отзывы.

Создание АО на новом языке — непростая задача. К счастью, в случае с греческим языком у нас есть опыт других стран, на котором можно основываться, и мы можем облегчить свой путь. Тем не менее, потребуется проделать огромную работу, закладывая основы, а углубление в эту область также потребует серьезных усилий и профессионализма, если мы хотим в результате получить высококачественный продукт.

Создание аудиоописаний — это не просто работа, это огромная услуга, которая согласуется с представлением о создании лучших условий жизни для всех. Мы надеемся, что АО получат широкую известность в Греции, после того как программы выйдут в эфир, что конечные потребители программ будут более организованно и систематично требовать их, а прочие телеведущие компании последуют примеру ERT и в конечном счете станут предоставлять эти услуги в своих программах.

Йота Георгакопулу — обладает докторской степенью (PhD) в области создания субтитров, полученной в Университете Саррей. Она является управляющим директором Европейского института субтитров.

Пятьсот мнений: перевод редакционных статей

Кирк Андерсон (Kirk Anderson)

Однажды в 2007 году мне позвонил Хенрик Рехайндер (Henrik Rehinder), редактор передовицы *La Opinión*, крупнейшей испаноязычной газеты, которая ежедневно выходила в Соединенных Штатах тиражом свыше 120 000 экземпляров. Он планировал начать публикацию ежедневных редакционных статей *La Opinión* на английском языке. Его идея заключалась в том, чтобы расширить аудиторию передовых статей газеты за счет англоязычных читателей и влиятельных лиц, проживающих в городе, штате и за его пределами. В прошлом я вел курсы по переводу в области журналистики и рекламы в Международном университете Флориды и писал статьи для ряда изданий, поэтому его предложение меня заинтересовало.

В конце 2007 года, после того как я представил несколько образцов своих переводов, моя кандидатура была утверждена. С того времени и до момента выхода этой статьи я перевел свыше 500 редакционных статей, опубликованных в печатном издании и интернет-версии *La Opinión*. Я переводил не все редакционные статьи в течение этого периода, другие высокопрофессиональные переводчики тоже внесли свою лепту, но думаю,

что большая часть работы легла на мои плечи. Но один я бы с этим не справился. Редакционная команда *La Opinión* оказывает мне большую поддержку и дает ценные рекомендации.

С тех пор как я стал вести курсы перевода в 1997 году, я использую редакционные статьи в качестве примеров для перевода на занятиях. Я часто сталкивался с тем, что перевод относительно коротких текстов редакционных статей вызывает много различных переводческих трудностей. Как правило, тексты таких статей достаточно сложны для перевода. И это понятно, ведь цель таких статей не только выразить мнение редактора издания по огромному числу вопросов, но и убедить, спровоцировать и заинтересовать не только целевую аудиторию газеты, в случае с *La Opinión* — это латиноамериканское сообщество Южной Калифорнии, но и высокопоставленных политиков и общественных деятелей.

Одна из важнейших задач для меня как для переводчика, живущего в другом крупнейшем латиноамериканском городе, Майами, состоит в том, чтобы быть в курсе новостей Лос-Анджелеса. Моя супруга часто шутит, что я знаю больше о политической жизни Калифорнии, чем Флориды, и, возможно, она права. Читать *Los Angeles Times* полезно, но одно-

го этого недостаточно: да, это главный рупор местного сообщества, но все же это только один голос в крайне многообразном городе, и его мнение не всегда совпадает с точкой зрения *La Opinión*. Во многих случаях мне приходится переводить последние местные новости, которые еще не появились в *Times*, и искать справочную информацию, читая местные блоги, просматривая местные телепередачи, слушая новости по радио или изучая другие источники в Интернете.

Мнение местного сообщества нельзя искажать. Для того чтобы понимать, писать и переводить статьи о местных проблемах, надо посмотреть на них глазами людей, которые с ними сталкиваются, и часто обращаться к первоисточникам. Например, при переводе какой-нибудь авторской статьи о проблемах местного школьного совета, я читаю протоколы его собраний или просматриваю сайты родительских комитетов. Важно понимать, что «местный» — понятие относительное, и мне приходится изучать все тонкости и отличительные особенности государственных учреждений и административных органов города, округа и штата.

Например, недавний бюджетный кризис в Калифорнии раскрыл мне глаза на то, что благодаря требованию штата набрать две трети голосов для утверждения бюджета, партия меньшинства, в данном случае республиканцы, получает довольно мощный рычаг управления, позволяющий ей фактически приостановить работу правительства штата. И хотя этот довольно несущественный аспект законодательства широко освещался в печати, я также не должен допускать ис-

кажения более мелких деталей государственного устройства, как, например, то, что орган, который в моем родном штате Флорида называется Палатой представителей, в Калифорнии имеет название Законодательного собрания штата. На местном уровне я научился ничего не принимать как должное.

Политические точки зрения — это еще одна сфера, где трудно слухавить. В этом отношении мне повезло, что мое мировоззрение совпадает с точкой зрения *La Opinión*, по крайней мере, по основным вопросам. Если бы это было не так, мне, возможно, было бы трудно проникнуться их эмоциональной реакцией на государственные проблемы, такие как иммиграционная реформа и президентская гонка 2008 г., или даже финансирование местных учебных заведений и бюджетные кризисы. Но политические взгляды простираются дальше чьих-то личных убеждений, особенно когда они принимают форму политической редакционной статьи.

Вообще хорошие передовицы — по крайней мере, те, которые написаны сотрудниками редакции самой газеты, — приводят читателям логические доводы, часто предоставляющие аргументы «за» и «против» или другие доказательства, опровергающие доводы противоположной стороны и подводящие читателя к определенной мысли. По своей природе редакционные статьи отличаются некоторой предвзятостью: они предназначены для того, чтобы убеждать, но в руках профессиональных журналистов они также становятся средством беспристрастного освещения вопросов, принося тем самым пользу обществу.

Все честные политические передовицы похожи одна на другую, но в наше время политического раскола и политики, приводящей к расколу, многие тексты, представленные как редакторские статьи, содержат скрытые мотивы. Их методы убеждения основываются на техниках манипулирования, включающих дезинформацию, сенсационность и, среди прочего, непроверенные заявления, что не соответствует тому, что можно считать журналистской этикой. Несмотря на то, что мне доводилось переводить тексты, в которых было больше пропаганды, чем журналистики, в случае с редакционными статьями *La Opinión* дело обстоит иначе. Хотя порой их высказывания могут быть весьма эмоциональными, *La Opinión* олицетворяет собой журналистскую честность старой школы. Переводчику необходимо помнить об этом и не подменять точку зрения, изложенную в статье, своими личными убеждениями.

Чисто политические редакционные статьи могут быть действенными на нескольких уровнях: муниципальном, окружном, федеральном или на уровне штата с одной стороны, и избирательном, исполнительном, законодательном, судебном или административном с другой стороны. Политическая жизнь Калифорнии также имеет свои особенности: предложения о внесении поправок, инициативы, референдумы, подсчет бюллетеней при городском и окружном голосовании. Для переводчика важно быть в курсе политических проблем на всех этих уровнях и видеть, как их решает местное сообщество, чтобы хорошо понимать, что он переводит. В противном

случае перевод не будет убедительным. Я бы солгал, если бы не признал, что для этого часто требуется серьезная исследовательская работа, особенно при переводе коротких рекомендаций по ряду комплексных избирательных инициатив, в которых может быть много недосказанного. Возьмем, к примеру, одну из рекомендаций по предложениям о поправках к конституции штата, опубликованную в *La Opinión* 17 мая 2007 г. Оригинал на испанском выглядит следующим образом:

Proposición ID: No

El programa First 5 de preescolaridad es exitoso y debe seguir extendiéndose. No es justo que se quiera usar para alivianar el déficit fondos destinados a este fin. Es más, la Proposición 10, que creó este programa, prohíbe específicamente que se use para otros propósitos el dinero obtenido por los impuestos al tabaco.

Для того, чтобы понять смысл текста, я сначала ознакомился с оригинальным документом о голосовании, но пришел к выводу, что нужно копать глубже. Мне нужно было понять суть Программы охраны семьи и детства и затем вернуться к Предложению 10 инициативы по голосованию от 1998 г., чтобы выяснить, что эта первая программа детского развития и дошкольного обучения финансировалась за счет налога на сигареты. Окончательная версия была отправлена в печать в следующем виде:

Предложение №

Дошкольная программа охраны семьи и детства реализуется успешно и должна развиваться дальше. Неправедливо использовать средства, выделенные для этих целей, на попытки сократить де-

фицит. Более того, в Предложении 10, лежащем в основе создания этой программы, особенно оговорен запрет на использование средств, полученных от уплаты табачных налогов, в иных целях.

В наше время информационных перевозок даже самым ответственным местным жителям и другим гражданам, увлеченным политикой, трудно оставаться в курсе всех проблем, поэтому неизбежны ситуации, когда в редакционных статьях освещаются вопросы, о которых я ничего не знаю или просто не имею собственного мнения. Это могут быть вопросы исключительно местного значения или более масштабные региональные проблемы, которым только предстоит возникнуть на моем личном радаре. Несмотря ни на что, я должен буду перевести редакционную статью, изучая и перечитывая ее снова и снова, за какие-то несколько часов, включая время на ее окончательную правку. Такие редакционные статьи часто представляют собой серьезную проблему, особенно когда они совпадают по времени с последними новостями дня, которым только предстоит появиться в печати.

По своей сути, перевод редакционных статей ставит перед переводчиком интересные задачи. Как и во всей журналистике, проверка источников является вопросом первостепенной важности, поэтому мне часто приходится тратить силы на поиск оригинальных цитат или названий на английском, встречающихся в тексте передовицы на испанском. Это могут быть высказывания политических деятелей, таких как губернатор Шварценеггер или министр юстиции Холдер, или выдержки из правитель-

ственных исследований в области здравоохранения или иммиграции. Еще одна особенность процесса перевода заключается в необходимости передачи смысла аутентичным английским языком, характерным для газетного стиля, который бы не выглядел как перевод. Большинство людей, работающих в сфере языковых услуг, знают, что английский — более лаконичный язык, чем испанский, поэтому английская редакционная статья должна быть короче, чем ее испанский эквивалент. Насколько короче — зависит от особенностей конкретного текста, но я привык следить за сокращениями по счетчику слов, чтобы видеть, насколько более сжатым получился английский текст. Конечно, это не помогает мне лучше понять качество текста, но является хорошим способом оценки его краткости или содержательности. Если количество английских слов оказывается слишком близким к количеству испанских, я знаю, что должен поискать места, где можно было бы сократить текст, прежде чем придать ему окончательный вид, затем окинуть его свежим взглядом перед тем, как сдать перевод.

Одной из самых серьезных нагрузок для меня как для переводчика редакционных статей *La Opinión*, является ответственность за перевод на английский одного из важнейших голосов латиноамериканского сообщества США. Больше всего она давит на меня, когда я перевожу редакционные статьи, которые имеют явно историческое значение. Впервые я осознал эту ответственность в начале президентской кампании 2008 г., когда *La Opinión* был одним из первых

испаноязычных СМИ, поддержавших Барака Обаму, сначала как кандидата от демократической партии, а впоследствии как кандидата на пост президента — смелое решение, из-за которого им пришлось вынести немало критики. Чем ближе была победа Обамы на выборах, тем резче становились высказывания. Перевод редакторских статей о финансовом кризисе, предоставлении ссуд корпорациям, войне в Ираке и долгой и утомительной избирательной кампании выматывал. Но самое главное, что перевод на английский язык голоса сообщества, в котором я живу в основном в качестве иностранного обозревателя, а в случае с Лос-Анджелесом только виртуально, заставил меня не раз сомневаться в себе самом.

Хотя я всегда был добросовестным переводчиком, я думаю, что перевод редакционных статей вывел меня на новый уровень понимания особенностей текста. Так, тексты о Соне Сотомайор, которая стала первой латиноамериканкой, назначенной членом Верховного суда и впоследствии утвержденной в этой должности, наполнили меня гордостью за свое латиноамериканское происхождение, другие тексты, такие как редакционная статья по случаю смерти сенатора Теда Кеннеди напомнили мне о десяти годах моей жизни, проведенных в Бостоне, и

помогли мне адекватно передать чувства сотрудников газеты, привнеся в перевод и что-то личное.

Одновременно с этим пришло другое, более глубокое понимание того, что как переводчик, живущий на пересечении разных культур, я все время нахожусь в сложном положении человека, говорящего за других людей и выдающего их ценности за свои. Это заставило меня пересмотреть мое мнение о том, что значит быть выходцем из Латинской Америки или латиноамериканцем в США и о том, какую роль играет язык в этом определении. Но самое главное, я понял, что перевод чужих высказываний — это то, что делают все переводчики, переводят ли они редакционные статьи или что-то другое; и независимо от того, разделяют они эти мнения или нет, хорошие переводчики могут вникнуть в их суть и адекватно ее передать. Но конечно, это только мое мнение.

Кирк Андерсон — внештатный переводчик из г. Серфсайд, штат Флорида. Андерсон переводит с французского и испанского языков на английский и с английского языка на испанский, имеет сертификат переводчика Ассоциации переводчиков Америки (American Translators Association, ATA) и специализируется на переводе в области юриспруденции, международной торговли, а также производства продуктов питания и вин.

Геополитическая корректность

Том Эдвардс (Tom Edwards)

Я должен признаться: эта статья будет довольно пафосной. Нет, я не стану заниматься фанатичной политической критикой какого-либо рода, но скажу несколько громких слов о восприятии мотивов локализации и культурализации контента. Для специфической аудитории читателей этой колонки это, скорее всего, не будет ни откровением, ни сюрпризом, так как локализация гораздо чаще неверно характеризуется теми, кто не связан с данной сферой. Например, в индустрии видеоигр, где минимум 50 % прибыли зависит от локализации, она часто рассматривается разработчиками только как дополнение — чем-то вроде «неизбежного зла». Это как рассматривать важность увеличения дохода от продукта с помощью покрытия большего количества регионов распространения как своего рода глобальное неудобство и противоречие целям бизнеса.

Не так давно я дискутировал с группой коллег, которые работают вне области локализации, и в какой-то момент всегда прагматичный менеджер проектов подчеркнул, что если сроки поджимают или расходы превысили ожидаемые, они легко могут пренебречь локализацией. Более того, они легко урежут любые

работы, связанные с геополитическими или культурными вопросами в контенте. Их аргументация была основана на мнении, что «Я лучше позабочусь о том, чтобы продукт был сделан правильно, чем о политкорректности». Правда? Давайте минутку поразмышляем над этим утверждением. В этом глобализованном, взаимосвязанном, многоязычном, постоянно взаимодействующем через национальные барьеры мире, в котором мы живем, более важным считается получить «правильно» сделанный продукт, чем волноваться, кто в этом мире на самом деле будет им пользоваться. Разумеется, я за словом в карман не полез, но выразался конструктивно и дипломатично, конечно.

К сожалению, утверждение этого менеджера отражает мнение большинства, как я понял из опыта своего общения с разработчиками программного обеспечения и медиапродуктов. Оно поддерживает как минимум два заблуждения о локализации и особенно культурализации, которые, как кажется, остаются неизменными, хотя люди и приобрели о них лучшее представление на протяжении последних десяти лет или около того. Первое заблуждение состоит в том, что локализация не видится абсолютно необходимой для определения конечно-

го качества продукта и/или услуги. Откровенно говоря, это устаревший образ мыслей, и я бы очень хотел, чтобы разработчики контента наконец преодолели это старомодное представление о качестве как о количестве листов со списком ошибок в программах, которые относятся только к функциональности интерфейса и основе кода. Никто не будет подвергать сомнению ценность планирования проекта и базовой разработки, мы все знаем, что продукт должен нормально работать, чтобы быть успешным, и никто не преуменьшает важность вклада каждого участника проекта. Однако понятие качества должно быть расширено за рамки функционирования продукта и его внешнего вида; качество — это также вопрос восприятия продукта конечным пользователем, то, как контент соотносится с ожиданиями и традициями местного рынка. И помня об этом, я бы хотел предложить официальный некролог о модели разработки нелокализованного продукта:

Модель производства контента для единственного рынка: *рождение* — середина XX века, *смерть* — начало XXI века. Эта модель производства контента для общественного потребления исчезла на этой неделе, став жертвой растущего понимания необходимости создавать контент для глобальной, многокультурной аудитории. Модель единственного рынка сделала головокружительную геоцентрическую карьеру, которая была основана на уверенности в том, что оскорбления и недопонимания будут продолжаться вечно, пока контент отдельного рынка будет выпускаться где-либо еще в мире. Эта модель была из-

вестна тем, что производство в рамках местного региона становилось проще, но распространение за рубежом — намного сложнее. Модель производства контента для единственного рынка выживает за счет множества своих приверженцев, которые продолжают считать, что локализация и культурализация должна оставаться исключительно второстепенным процессом.

Давайте проясним одну вещь: любой продукт или услуга, который рассчитан на глобального пользователя, должен окупить инвестиции и оказаться успешным в современном мире, что в свою очередь подразумевает необходимость локализации. Даже при производстве более успешных продуктов и услуг приходится прилагать эти усилия и использовать методы культурализации, которые поднимают контент с уровня простой «удобочитаемости» до «понятности». Мы понимаем, конечно, что некоторые виды контента просты для локализации и иногда требуют немногих усилий для внедрения на глобальный рынок. Например, стабильная интеллектуальная собственность наподобие Микки-Мауса в основном говорит сама за себя. Много ли нужно сделать, чтобы Микки был одинаково привлекателен для разных культур? Вряд ли. Вместе с тем, Дисней хорошо известен культурализацией своего брэнда и своего главного героя, так что он ощущается настолько местным, насколько это возможно (Микки в Диснейленде Гонконга одет в традиционный китайский наряд, а в Диснейленде Токио — в японский). Некоторым могут показаться неуместными действия компаний по превращению своих известных брендов

в соответствующие местному рынку, но нужно понимать, что многие локальные потребители пытаются сделать это самостоятельно, так же как и превратить свои местные бренды в глобальные.

Так что давайте посмотрим на положительную сторону. Вместо некролога, я бы хотел объявить о рождении следующей модели:

Модель производства многокультурного контента: *рождение* — начало XXI века. Эта модель производства контента для общественного потребления была на этой неделе встречена во всем мире с распростертыми объятиями. Эта модель стала конечным результатом осознания компаниями того факта, что в разработке любого контента для современной глобальной аудитории необходимо учитывать лингвистические и культурные различия на всех этапах производства — от идеи до распространения. Владельцы получают повышение доходности и снижение отторжения продукта на локальном рынке.

Второе большое заблуждение в утверждении этого менеджера проектов состоит в том, что культурализация контента воспринимается как стремление к «политкорректности», что сейчас является популярным понятием. На данный момент я уверен, что большинство людей слышали слово «политкорректность» или его вариации, но я бы хотел привести немного истории этого термина. Поверхностный взгляд на исследование показывает, что слово «политкорректность» появляется как минимум два века назад в Соединенных Штатах и используется во множестве других стран в различных контекстах и

в разных значениях. Однако негативная коннотация возникает в 1980-х — 1990-х годах в связи с правосторонними политиками (в сравнении с левосторонними). Термин, часто сокращаемый как ПК, выражает любую хитрую попытку перестроить слова, термины и понятия в целях минимизации потенциальной оскорбительности. На данный момент в Соединенных Штатах слово «политкорректность» имеет негативную окраску. Поэтому, когда кто-нибудь использует его в предложении, оно почти всегда является критикой каких-либо действий. Действий, предпринятых ради чрезмерного удовлетворения интересов определенной части населения. Учитывая вышесказанное, вы легко поймете, почему я несколько раздражаюсь, когда сравнивают локализацию и культурализацию с «политкорректностью». Это не только неверное применение термина, но и абсолютно невежественное представление о локализации и культурализации.

Наконец, может быть, я придаю слишком много значения мнению одного менеджера проектов. Может быть, я слишком чувствительно отношусь к тому, как воспринимается моя сфера деятельности и моя профессия. Я, безусловно, достаточно открыт для того, чтобы признать множество своих ошибок, но на данном этапе я счел подобное заявление грубым заблуждением. Те, кто работает в сфере разработки контента, должны полностью понимать глобальное влияние своих продуктов. Мы живем в мире, где контент распространяется повсеместно. Как только что-то появляется на цифровой странице, оно начинает виртуально существовать везде, или

как минимум там, где есть связь с сетью. Это отражает значительную ответственность создателей контента: все зависит от того, заботятся ли они о восприятии и понимании их работы в местной культуре, и заинтересованы ли они в защите потенциального дохода своих работодателей. Я никому не пожелаю зла, но я уже слишком много видел, что для тех, кто пренебрегает локализацией как неизменной частью создания качественного продукта или отбрасывают ее как «по-

литкорректность», хорошая порция отторжения на местном рынке — все, что нужно, чтобы вернуться к реальности, которая призывает «думать глобально и действовать локально».

Том Эдвардс — владелец и главный консультант компании Englobe в Сиэтле, предоставляющей консультационные услуги в области геостратегического управления контентом. Эдвардс проработал 13 лет в корпорации Microsoft в должности географа и ведущего специалиста по геополитике.

Каковы они — страны Балтии и Балканы?

Джон Фрейвальдс (*John Freivalds*)

Я недавно беседовал со своей приятельницей Дианой Видиной (*Diana Vidina*) о ее работе в Латвии в качестве руководителя компании AD VERBUM Ltd, специализирующейся на локализации и базирующейся в странах Балтии. Обсудили мы и последующее открытие офиса в Болгарии на Балканах (которые также включают Боснию и Герцеговину, Албанию, Хорватию, Косово, Македонию, Черногорию и Сербию). Она осуществила это в 2007 году, поскольку объем работ по локализации в каждой стране, присоединяющейся к Евросоюзу (ЕС), огромен; каждой стране необходимо перевести около 80 000 страниц, а Болгария к тому времени только стала частью Евросоюза.

Рассказ Дианы позволит нам получить представление о том, как маленькие народы воспринимают остальной мир. Немало уже написано о том, как американцы и немцы ведут себя за границей, однако все больше с точки зрения их самих, а не жителей стран пребывания.

Место назначения — страны Балтии

Если вы живете в Нью-Джерси и отправляетесь в Коннектикут, а затем в

Нью-Йорк, вы едва ли замечаете, что уехали из дома. В странах Балтии все иначе. Вы можете просто сесть в машину, и через четыре-пять часов вы уже в Эстонии или Литве, где люди говорят на другом языке, имеют другие обычаи и даже выглядят по-другому. О латышах Диана говорит так: «Как и в любой другой стране, у нас есть свои достоинства и недостатки, однако я склонна согласиться с моим любимым писателем-романистом Куртом Воннегутом (*Kurt Vonnegut*). В возрасте 74-х лет он написал, что за свою жизнь встречал людей столь умных, что не мог в это поверить, людей столь глупых, что не мог в это поверить, людей столь милых, что не мог в это поверить, и людей столь гнусных, что не мог в это поверить. На мой взгляд, это универсальная истина, куда бы вы не отправились». Таким образом, Диана отказалась обсуждать достоинства и недостатки региона.

Балканы. Геополитический и культурный регион в юго-восточной Европе. Регион получил свое название по Балканским горам, протянувшимся через центр Болгарии до восточной Сербии.

Многие локализационные компании пришли в Латвию для выполнения работ по локализации на балтийских языках.

Одна из компаний в Латвии выполняет половину работ по локализации через крупнейшую фирму в локализационном бизнесе, и они постоянно просят меня рекомендовать другие фирмы, к которым они могли бы обратиться. Однако не все приходящие на латвийский рынок фирмы умеют работать с балтийцами. «Нам нравится, если иностранец знает что-нибудь о том, кто мы такие, на каком языке говорим, или даже умеет сказать слово-другое по-латышски», — утверждает Диана. Латыши отличают тех, кто, не будучи латышом, может сказать *Paldies* (Спасибо), *Labdien* (Привет) или любое другое простое слово или фразу по-латышски.

В качестве примера можно привести случай с четырьмя японскими студентами, приехавшими в Латвию на год для изучения латышского языка и работы в латвийской компании по программе обмена для студентов ЕС и Японии. Студенты упорно изучали язык. «Когда одна из них была здесь, мы отправились на особый латышский праздник летнего солнцестояния. Когда все участники обнаружили, что одна из японок говорит по-латышски, это привлекло всеобщее внимание, и все оставшееся время ее пребывания в Латвии к ней постоянно обращались различные люди. Она все-речь планирует организовать бизнес между Японией и Латвией после окончания учебы, и она по-прежнему убеждена, что мы — самая гостеприимная нация на свете. Я думаю, она была поражена, и все это благодаря тому, что она говорила на нашем языке. Латыши, сотрудничающие с Японией много лет, говорят, что мы действительно имеем много общих ценностей, таких как сдержанность, надеж-

ность, точность и перфекционизм», — говорит Диана.

Латыши вроде меня берут свое наследие с собой, куда бы они не направлялись. Когда я начал ухаживать за моей первой женой, а она была из Техаса, я жил в Вашингтоне (округ Колумбия), и моя мать спрашивала, зачем я встречаюсь с иностранкой! И латыши привлекают к себе внимание, несмотря ни на что. В Лексингтоне, Вирджиния, когда я упомянул в разговоре со своим агентом по недвижимости, что я латыш, она немедленно направила меня к другой латышской семье, проживавшей в городе. Я сделал то же самое в Дубьюке, Айова, и был тут же направлен к другому латышу.

Так чего же латыши не любят?

По словам Дианы, латыши и их соседи в Литве и Эстонии не любят, когда в 2009 году иностранцы все еще думают, что они живут в тени Советского Союза, и потому не имеют представления о внешнем мире. «Как это ни удивительно, большинство приезжающих в страну иностранцев бывают поражены тем, что они здесь видят», — говорит Диана. Вопреки распространенному среди иностранцев мнению, граждане балтийских стран — творческие и дисциплинированные люди, они любят технику и всякого рода приспособления, если что-нибудь не производится или не продается в их странах, они пытаются сделать это самостоятельно и заставить работать. «Вы знаете, что Skype и Kaaza родились в Эстонии?» — спрашивает Диана.

Но чужаку лучше не насмехаться над ними, ведь балтийцы склонны объеди-

няться в тяжелые времена, хотя и вышучивают друг друга и жалуются друг на друга, когда неприятности отступают. Сейчас на YouTube популярен ролик о немелом латышском водителе в Литве. Так вот, латыш рассердился, достал из багажника палку и долбанул ею по крылу автомобиля другого парня. «Латыши смеются над эстонцами, эстонцы смеются над латышами, а литовцы — над всеми сразу, но мы все равно не можем жить друг без друга», — говорит Диана.

Страны Балтии — это три страны в северной Европе, все являющиеся членами Евросоюза: Эстония, Латвия и Литва. После столетий иностранного господства балтийские государства вернули свою независимость (в 1918 – 1920 гг.), что стало одним из результатов Первой мировой войны.

Другой мой латвийский друг рассказывал, что, когда он расширял свой рекламный бизнес, то тщательно скрывал, что это латвийская фирма выходит на рынки других балтийских стран. Он создал холдинговую компанию в Германии и вел переговоры с компаниями как германская фирма. Никто не возражал против покупки германской фирмой, но чтобы другой прибалтийской? Ни за что.

Наконец, следите за тем, на каком языке вы говорите, находясь в странах Балтии. Эстонцы — это балтийские финны, поэтому исторически активно сотрудничают с Финляндией и другими скандинавскими странами. Также не стоит говорить с эстонцами по-русски из-за их застарелой враждебности по отношению к России, лучше уж по-английски.

Балканы

Последнее из воспоминаний Дианы: когда она была еще студенткой и писала диссертацию на степень бакалавра в Нью-Йорке, кто-то спросил ее, откуда она родом. Она сказала: «Из Латвии». На что тот человек поинтересовался, где это. Она ответила: «На Балтике». «А-а, — сказал он, — возле Черного моря». А она ответила: «Не совсем. Это Балканы возле Черного моря».

По иронии судьбы, балтийская фирма, в которой работает Диана, теперь присутствует и на Балканах, в Болгарии. Это совершенно другая культура, и это требует определенных усилий по адаптации. «Болгары доброжелательны, они почти никогда не отказываются, если их о чем-нибудь попросить. Они много улыбаются и смеются. Я попросила Марию, нашего регионального менеджера в Болгарии, коротко рассказать, что она, как болгарка, думает о болгарях. Она сказала мне, что есть две главные особенности. Болгары обычно думают, что все иностранное лучше, однако, с другой стороны, большинство болгар считает себя умнее всех остальных». Диана прогнозирует, что в течение ближайших 10 лет Болгария станет столь же привлекательным туристическим направлением, как Италия или Испания, поскольку здесь уже наблюдается стремительный рост туризма после вступления в ЕС, а потому и уровень жизни поднимается очень быстро.

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

Значение роста торговли между Европой и Китаем

Росио Тксабарриага (Rocio Txabbarriaga)

Можем ли мы сегодня называть английский язык «языком бизнеса»? Ответить на этот вопрос непросто, как и нет никакого сомнения в том, что Китай все больше и больше наращивает инвестиции за границей, включая европейский континент. Правительственные и частные организации во всем мире, не имевшие существенных экономических связей с Китаем в последнем десятилетии двадцатого века, сейчас ведут торговлю с этим гигантом, причем некоторые из них — достаточно интенсивно. Каким же образом эти страны работают с Китаем? Делают ли они это на английском, так называемом «языке бизнеса»? Или пользуются лингвистическими услугами? Если второе, то кто под кого подстраивается? Изучают ли китайские предприниматели другие языки или люди в других странах учат китайский? Переводят ли поставщики лингвистических услуг (Language Service Provider, LSP) больше с китайского языка на европейские языки или наоборот?

Это экономика, liebe Freunde

Еще 20 лет тому назад торговля между Китаем и Европой носила случайный и (по статистике) незначительный характер. В первой половине 2009 года

Евросоюз (ЕС) стал крупнейшим торговым партнером Китая с объемом в 224,69 миллиардов долларов США, опережая Соединенные Штаты. Китай также является крупнейшим получателем экспорта ЕС. Хотя возросшее присутствие Китая на рынках Европы и развивающуюся экономику некоторые называют приспособленческими, дело в том, что в Китае наблюдается продолжительный и взрывной рост в течение практически всего последнего десятилетия — составляя в среднем 10-процентное увеличение валового внутреннего продукта, в то время как экономика Европы, США и большинства других стран мира сокращалась.

Глобальная рецессия была на горизонте уже в 2007 году, и китайские предприниматели увидели возможность инвестировать и напрямую приобретать компании в многочисленных отраслях по всему миру, многие из которых были уже на грани банкротства во время их приобретения. Участие в офшорных контрактах по развитию инфраструктуры, крупные приобретения предприятий по переработке минералов и металлов, а также увеличение импорта западных товаров — все это часть сложного экономического ландшафта глобального, могущественного Китая.

Протекционистские меры в отношении торговли в США быстро перевели внимание Китая на Европу и некоторые страны с быстро развивающейся экономикой, такие как Бразилия и Индия, а у некоторых евторынков китайские инвесторы открыто ищут расположения в попытке поддержать экспорт и увеличить инвестиции. В числе прочих китайские инвесторы приобрели основные доли и целые компании, размещенные в Германии и Италии. В то же время, согласно Евростату (Европейское статистическое бюро) экспорт между Европой и шестнадцатью азиатскими странами возрос примерно на 60 % к 2007 году, до того как рецессия нанесла серьезный удар. Сейчас Китай является основным торговым партнером Европы, на которого приходится треть всего экспорта и импорта.

Однако это не означает, что Европа, до недавнего времени господствующий международный кредитор, просто капитулировала и открыла свои двери потоку иностранных инвестиций. Китайцы оставили глубокий отпечаток в европейском производстве, и расширение китайской покупательной способности за пределами собственных границ продолжает свое движение. Но хотя торговля значительно увеличилась, все же остается несколько барьеров как для импорта, так и для прямых инвестиций. Европейцы, как и американцы, прекрасно осведомлены о получивших широкую огласку катастрофических случаях проверок качества товаров китайского производства и испытывают неудобства по поводу данных о правах человека в Китае.

Торговые споры между Китаем и ЕС, в том числе спор по вопросу интеллекту-

альной собственности (ИС), также бросают тень на торговую панораму.

Компромисс в некоторых случаях состоит в требовании продолжать вести сложившийся бизнес в находящихся в собственности китайцев европейских компаниях. В других случаях, многонациональные компании применили европейские модели управления и гарантии качества для обеспечения соответствия региональным стандартам и правилам. Для компаний европейского происхождения директивы все еще требуют, чтобы в производстве использовалось более половины деталей и рабочей силы с европейской территории. Примером традиционного определения локализации стали некоторые компании, находящиеся в собственности китайцев, которые переняли европейские наименования и осуществляют большинство действий в Европе, большей частью для того, чтобы усилить европейский опыт.

Модели ведения торговли между Китаем и остальным миром, конечно, меняются. В то время как производство в Китае, осуществляемое компаниями в иностранной собственности, остается сильным, оно больше не проявляет признаков агрессивного роста. Более высокий доход и затраты на душу населения в Китае также означают, что китайцы сейчас интенсивно инвестируют на родине, как иностранные компании делали это в течение десятилетий. Но что все это означает для сферы лингвистических услуг?

Экономические показатели, подобно вышеупомянутым, отражают общую картину укрепления китайско-европейских экономических отноше-

ний. Табл. 1 более подробно иллюстрирует их влияние на специфические отрасли и, по-видимому, потребность в лингвистических услугах.

Реалии языкового перевода между Китаем и ЕС

Четыре года назад китайское Министерство торговли признало острую нехватку компетентных письменных и устных переводчиков, особенно в преддверии летних Олимпийских игр 2008 года. Китайское правительство поощряло граждан, особенно в Пекине, изучать иностранные языки и проходить курсы переводчиков. Однако количество компетентных китайских переводчиков все еще мизерное по сравнению с колоссальными объемами появляющейся информации, не говоря уже об увеличивающемся числе языковых комбинаций.

Английский по-прежнему является самым популярным языком для изучения, вследствие чего количество квалифицированных лингвистов, специализирующихся на других языках, незначительное в обоих регионах. Таким образом, люди на экспортно-импортной арене вынуждены общаться на английском языке с разным уровнем владения и с высоким риском недопонимания. Как недавно высказался в ходе семинара в Стокгольме Леонард Орбан (Leonard Orban), комиссар ЕС по вопросам многоязычности: «Когда вы говорите на родном языке, вы говорите то, что хотите; когда вы говорите на другом языке, вы говорите то, что можете». Поэтому переговоры, как неотъемлемая часть торговли, являются первым этапом риска, с

которым сталкиваются торговые партнеры. Переводчики могут содействовать обмену информацией между деловыми людьми, но сколько из них разбирается, например, в бульдозерных двигателях?

Многие европейцы уже владеют другими европейскими языками, а многие китайцы говорят на адекватном английском языке, но когда дело доходит до других уровней двуязычия, число сокращается во многих случаях до нескольких преподавателей и, конечно, иммигрантов. Немногие языковые школы предлагают мандаринский или кантонский диалекты китайского языка в Европе. Лучший вариант для тех, кому необходимо в некоторой степени овладеть языком, — это учить его самостоятельно или нанять репетитора. Для европейцев, которым необходимо школьное обучение этим языкам, стандартно предлагаются программы обучения на западноевропейских языках в Китае. В то же время (как в Китае, так и в ЕС) число зарегистрированных LSP утроилось за последние два года. В ЕС, когда речь заходит о сотрудниках LSP, специализирующемся на китайском и других неевропейских языках, это чаще всего иммигранты или дети носителей языка, которые создают переводческие бюро в таких странах, как Германия и Франция.

Типичные LSP, предлагающие прямые переводы с/на китайский язык, состоят из одного или двух человек, способных обработать небольшой объем документации и несложные веб-проекты. То же самое относится и к Китаю, где переводческие компании исчисляются тысячами, но подавляющее большинство из них состоит из отдельных переводчиков.

Табл. 1. Примеры китайско-европейской торговли: обзор последних примеров и задействованных языков

Отрасль	Последние примеры	Задействованные языковые пары
<p>Грузы, торговые выставки и логистика</p>	<p>1. В октябре 2008 года Германия приветствовала первый коммерческий грузовой поезд из Китая в Гамбург. Поезд прошел расстояние около 10 000 км за 17 дней — гораздо быстрее, чем транзит океаном. Хотя в настоящее время поезд не действует, ожидается, что он возобновит работу в ближайшем будущем.</p> <p>2. Около 100 китайских производителей приняли участие в этом году в Intermat — крупнейшей европейской выставке по строительству и производству.</p> <p>3. Центр внешней торговли Китая и Messe Frankfurt Exhibition GmbH организуют в марте 2010 года 4-дневную выставку индустриальной автоматизации SPS в рамках Китайской выставки импорта и экспорта в Гуанчжоу.</p>	<p>Немецкий <> Китайский Английский <> Китайский Французский <> Китайский</p>
<p>Автомобильная промышленность</p>	<p>4. China Automobile France начали продавать модели CEO и UFO от Shanghai Tandem Motor во Франции, а запланированное расширение сети составляет 100 дилеров в стране к 2010 году. Переговоры с потенциальными дилерами начались в 2008 году.</p> <p>5. Китайские автопроизводители Lifan и Changhe объединились с Martin Motors в Италии для запуска своих автомобилей в Европе под маркой Martin Motors, с прогнозируемым совместным объемом продаж 10 000 машин в 2009 году. Автомобильные двигатели производятся в Бразилии компанией Tritec Motors, которую Fiat Powertrain Technologies приобрели в 2008 году у Chrysler.</p>	<p>Немецкий <> Китайский Английский <> Китайский Французский <> Китайский Итальянский <> Китайский Португальский <> Китайский</p>
<p>Банковское дело</p>	<p>6. HSBC принадлежит 19 % BoCom, пятого по величине кредитора в Китае. По действующим законам Китая, иностранный банк не может владеть более чем 20 % китайского банка.</p>	<p>Английский <> Китайский</p>
<p>Программное обеспечение</p>	<p>7. Производитель игрового программного обеспечения Think Services провел свою вторую Конференцию разработчиков игр в Китае в октябре 2009 года с целью укрепления своей сети в Китае и создания новых стратегических партнерских отношений с китайскими разработчиками игр.</p>	<p>Английский <> Китайский</p>

Продукты питания	8. Импорт немецких вин в Китай вырос на 73 % в 2008 году.	Немецкий <> Китайский
Телекоммуникационное оборудование	9. Компания ZTE, ведущий производитель телекоммуникационного оборудования, которая заняла шестое место по величине среди производителей сотовых телефонов в мире, 22 мая заявила о планируемом получении кредитной линии в 10 млрд долларов США от Импортно-экспортного банка Китая для поддержки своей экспансии за рубеж. В начале этого года компания получила кредитную линию в 15 млрд долларов США от Китайского банка развития.	Английский <> Китайский
Тяжелое машиностроение и транспортное оборудование	10. Первый самолет Airbus A320, собранный на сборочной линии концерна Airbus в Китае (FALC) выполнил свой первый полет во втором квартале 2009 года. 11. Китайский многонациональный гигант Zoomlion владеет контрольным пакетом акций итальянской компании по производству строительных материалов Cifa.	Французский <> Китайский Итальянский <> Китайский

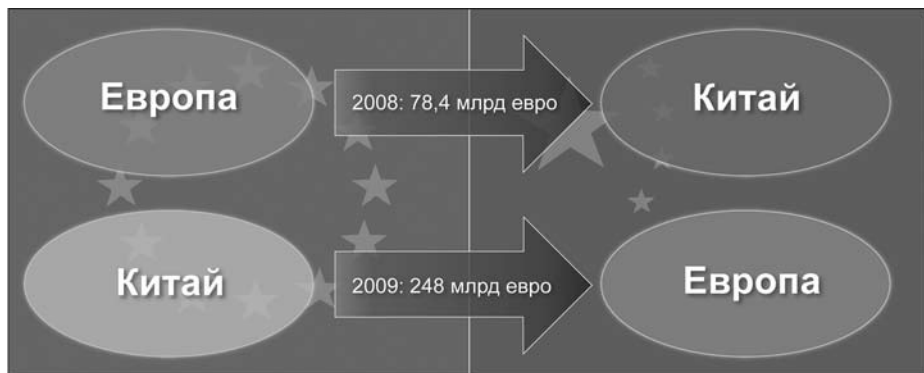
Поскольку англоязычные комбинации до сих пор главенствуют, переводы на уровне предприятий в значительной степени являются ретрансляционным упражнением. Информация сначала переводится на английский, а затем на третий, целевой язык. В ходе этого процесса часть информации в переводе неизбежно теряется. Переводческий цикл также удваивается и, соответственно, дорожает в два раза. Некоторые LSP видят в этой ситуации возможность увеличить прибыль, но так как локализация для многих компаний только планируемый этап, расходы всегда вызывают озабоченность. Таким образом, переводится только самая необходимая, нормативная документация или сведения о защите интеллектуальной собственности. Бизнес патентных переводов сейчас шире, чем когда-либо, но такие переводы считаются узкоспециализированными, поэтому

профессиональных переводчиков для выполнения квалифицированной работы все еще недостаточно.

Когда появляется возможность, обратите внимание

Многие из крупнейших мировых переводческих и локализационных компаний присутствовали в Китае на протяжении уже многих лет: либо путем создания китайского филиала, либо путем приобретения, и еще многие LSP планируют открыть офисы в Китае. Также с 2004 года в Китае состоялись многочисленные мероприятия переводческой и лингвистической отраслей: как небольшие встречи (в основном, связанные с научными переводами), так и крупные события (такие как выставка LISA Forum Asia в 2006 году, конференция Localization World в Шанхае в 2007 году и XVIII Всемирный кон-

Рис. 1. Объемы экспорта между Европой и Китаем в 2008 году



Источник: Агентство Common Sense Advisory и Европейская комиссия

гресс переводчиков в Шанхае FIT World Congress в 2008 году).

Тем не менее, многое еще предстоит сделать, чтобы довести переводческий и локализационный бизнес в Китае до развитого уровня, способного удовлетворить партнеров в Европе. До времени, когда люди будут привычно осуществлять прямые переводы между китайским и другими европейскими языками, кроме английского, еще далеко. В то же время те, кто первыми предложат прямые качественные переводы на уровне объемов предприятий, будут устанавливать стандарты. Включение таких инструментов, как машинный перевод и многоязычное авторство, поможет максимально использовать услуги, предлагаемые этими новаторскими LSP. Как будущим клиентам, так и LSP, строящим стратегические планы, следует обратить внимание на следующие возможности:

1. Китайские компании в настоящее время производят технику или осуществляют крупные строительные проекты по всему миру, от Германии

до Австралии, и от Анголы до Мексики.

2. Другие влиятельные страны, не входящие в ЕС, интенсивно ведут торговлю с Китаем: Бразилия, Россия, Индия (вместе с Китаем известные как БРИК). Ожидается увеличение объема переводов в ближайшем будущем между китайским и португальским, русским и хинди/урду. Арабско-китайские проекты также будут чаще востребованы.
3. Наиболее распространенный способ для китайских компаний сбывать свою продукцию на рынке ЕС – через дистрибьюторов и дилеров. Эти отношения необходимо устанавливать с помощью посредников – в начале содействие оказывают устные переводчики, а в ходе процесса регулирования (например, получения одобрения на ввоз китайских автомобилей) добавляются письменные переводчики.
4. Вопросы контроля качества все еще преследуют некоторые ввозимые китайские товары. Обвинения в на-

рушении прав на интеллектуальную собственность — также обычное явление. Судебные процессы требуют перевода большого количества документации, поэтому данная специализация будет все больше востребована у LSP.

5. Основными отраслями, в которых ЕС ведет торговлю с Китаем, являются сельскохозяйственная техника и продукция, автомобили и автозапчасти, авиационно-космическая промышленность, химикаты, продукты питания, логистика и транспортные услуги, тяжелое машиностроение, металлы, минеральные ресурсы и фармацевтические препараты.

В 1990-х годах американские политики часто говорили о «новом мировом порядке». В то время эта фраза относилась к распаду СССР, воссоединению Германии, и то, какое политическое значение имели оба эти события для Соединенных Штатов. В сегодняшнем новом мировом порядке глобализованным миром правят экономические факторы. Они могут создавать и разрушать общества. Правительственные и частные организации должны больше поощрять и финансировать изучение иностранных языков

и переводческое образование, чтобы улучшить свое положение на мировом ландшафте. В конце концов, качественный перевод и услуги по локализации имеют решающее значение для поддержания существующего мирового порядка, будь он политическим, социальным или экономическим.

Список литературы

1. Colliander Lind, Anne-Marie, and Nataly Kelly. «Nordic Languages Remain at Risk in Spite of E.U. Linguistic Diversity Policies.» Common Sense Advisory, Inc., 2009. www.globalwatchtower.com/2009/09/09/nordic-language-survival.
2. Sargent, Benjamin B., and Donald A. DePalma. «The Language Competency Continuum and Chinese LSPs.» Common Sense Advisory, Inc., 2009. www.commonsenseadvisory.com/Research/Report_Abstracts/090805_QT_language_competency_continuum_and_chines/tabid/1741/Default.aspx.

Росио Тксбарриага — главный аналитик агентства *Common Sense Advisory*, проработал более двадцати лет в сфере языковых услуг, выполняя как лингвистические, так и организационные задачи.

Локализация для «Европы» в неожиданных местах

Терена Белл (Terena Bell)

«Техасский немецкий, уникальный вымирающий диалект». Этот заголовок в *Courier-Journal* (Луисвилл, штат Кентукки), конечно же, привлек мое внимание. Будучи человеком, который изучает все, что относится к югу США, и почти все, что относится к лингвистике, я заинтересовалась тем, почему я раньше ничего не слышала о техасском немецком. В итоге я выяснила, что техасский немецкий — это «уникальный диалект, появившийся у немецких переселенцев, оказавшихся в центральных районах Техаса в 40-х годах девятнадцатого века». В результате дальнейшего изучения этого вопроса я узнала о существовании проекта по изучению техасского немецкого диалекта, которым занимается «ведущая организация по исследованию характерной техасской немецкой речи в сообществах центральных районов Техаса».

Большинство из нас слышали о каджунском французском в Луизиане — это академский диалект французского языка, который развивался среди людей, переселившихся из Франции в Канаду, а затем оказавшихся вытесненными в районы, расположенные в низовьях Миссисипи. Многие также слышали о пенсиль-

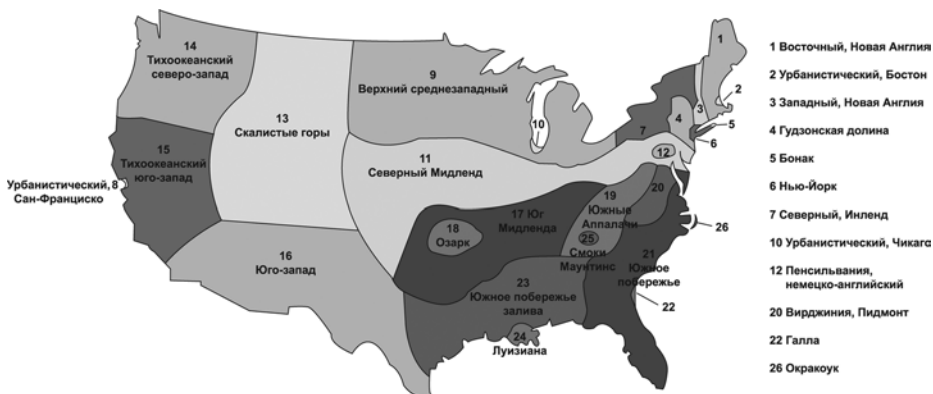
ванском голландском — это диалект немецкого, который, как меня учили, был распространен среди подрастающих амишей, но на самом деле на этом диалекте говорят и меннониты, и лютеране, и «реформированные» немцы, а также много других людей, которые, в отличие от амишей, используют электричество. Помимо этого, в Небраске существует множество диалектов скандинавских языков, которые так великолепно использует Вилла Катер (Willa Cather) в диалогах на страницах своих книг.

Но техасский немецкий? Это шутка?

Не хочу обидеть техасцев, но если бы я занималась локализацией для неанглоязычных жителей этого штата, то в наши дни я бы обратилась к испанскому.

Испанский язык, судя по всему, действительно привлек к себе всеобщее внимание. Если быстро пролистать предыдущие выпуски MultiLingual за последний год, то можно сразу же найти не менее четырех статей, в которых говорится о необходимости локализации продуктов с использованием «правильного» испанского языка для нашего целевого рынка. Появление подобных статей вполне объяснимо, потому что различные диалекты испанского языка, которые, безусловно,

По определению лингвиста Роберта Делани, в США используются 26 различных диалектов



Источник: данные с карты, подготовленной Робертом Делани

существуют, могут целенаправленно заказываться осведомленными клиентами для их собственных нужд. Но многие ли из ваших клиентов заказывали локализацию на тexasский немецкий?

Конечно же, на тexasском немецком вряд ли говорят много людей на большинстве целевых рынков. По словам Уоррен Хан (Warren Hahn), участвующего в проекте по изучению тexasского немецкого диалекта, о котором я уже упоминала, в самые лучшие дни этого диалекта, накануне Второй мировой войны, на нем говорили около 100 тысяч человек. Чтобы было с чем сравнить: в 2000 году, в соответствии с последней переписью в США, для 5 195 182 тexasцев испанский язык был их основным языком общения. Знаете, нет и доли сомнения в том, какой рынок больше.

И все же встает вопрос о том, насколько точной должна быть локализация.

Мы все знаем, насколько в нашей профессии важна точность. И неважно, что жители штата Огайо называют диван, на котором они сидят, кушеткой,

а калифорнийцы — тахтой. Если я живу в Кентукки, то когда я прихожу в мебельный магазин, мне показывают уже софу. Мы все хотим видеть, слышать и читать на том языке, на котором мы говорим, с сохранением всех нюансов. Да, возможно, все мы понимаем, что кушетка, тахта и софа на самом деле означают один и тот же предмет, но если продавец захочет продать мне этот предмет, то я желал бы, чтобы он называл его так же, как и я. В локализации есть одно правило, которое может быть понятно даже самому трудному клиенту: люди не покупают то, что они не понимают. Но какой именно уровень понимания нам нужен?

Как сообщает *Courier*, тexasский диалект немецкого «представляет собой смесь, состоящую в основном из немецкого языка с добавлениями измененного английского. В его устном варианте тexasский немецкий очень похож на современный немецкий язык. Носитель немецкого языка поймет 95 % из речи носителя тexasского немецкого, и наоборот». Я могу ошибаться, но мне кажется,

что, безусловно, эти два языка достаточно перекрываются, и нет никакой необходимости в отдельной локализации текущего немецкого.

Что же касается диалекта французского языка, на котором говорят в Луизиане, то, как мне представляется, различия между этим диалектом и собственно французским языком гораздо более очевидны. По крайней мере, этому уделяется гораздо больше внимания. Исследователи франкоязычной культуры и французского языка Жан-Бенуа Надо (Jean-Benoît Nadeau) и Жули Барлоу (Julie Barlow) пишут в своей книге «История французского языка» (*The Story of French*), что «каджунский диалект французского языка очень сильно отличается от языка, на котором говорят в Париже, и даже в Квебеке. Влияние английского языка значительно, и это заметно не только по словарному запасу, но и по таким калькам как *laisser les bons temps rouler* («пусть не проходят хорошие времена»). Сохранившиеся в каджунском диалекте архаизмы отличаются от архаизмов в канадском французском. В каджунском диалекте появились и собственные идиоматичные выражения, такие как *che pas la patate* (буквально это означает «не роняй картошку», то есть «не сдавайся»)».

В США существует множество локальных лингвистических карманов. Лингвист Роберт Делани (Robert Delaney, не путать с бывшим подающим команды *Minnesota Twins*) выделяет 26 различных диалектов только английского языка. Согласно его карте, я выросла в центре местности, где распространен диалект № 17 — это далеко от границы любой территории, где в ходу диалекты американского английско-

го языка. Но мой дедушка сказал бы, что господин Делани ошибается. Мы жили в сельской местности, и мой дедушка всегда утверждал, что городские не говорят так, как мы. Когда я уже училась в шестом классе, и меня возили в главный город округа на автобусе, я с ним согласилась. Их акцент и выбор слов отличались от наших. У себя дома мы по-прежнему использовали конструкции прямо из книг Чосера («я уже пойду», подразумевая «я ухожу»), а все городские называли хоряка «скунсом». (Если вам это интересно, «скунс» на тexasском немецком будет *die Stinkkatze*. Это слово входит в 5 % различий между этим диалектом и собственно немецким языком. В Германии используется слово *Stinktief*.)

Конечно же, было бы нелепо, если бы какой-нибудь клиент заказал локализацию продукта на диалекте английского языка, используемого в округе Кристен, штат Кентукки. Этого просто никогда не будет. И все же наблюдение моего дедушки возвращает нас обратно к вопросу о точности. Этот вопрос перекликается с вопросом, который я затронула ранее, и суть которого становится очевидной, когда вы понимаете, что европейские языки уже давно используются не только в Европе. Отбросив все шуточки в сторону, могу сказать, что здесь, в США, люди говорят на сотнях различных языков, и многие из этих языков пришли к нам из Европы.

Все эти факты общеизвестны. Невозможно пройти мимо какого-нибудь детского садика, не узнав хоть что-то про иммиграцию и/или про колониализм, даже если это касается только изготовления шляп пилигримов или первого в вашей жизни упоминания имени Майлза Стэн-

диша. Как уже неоднократно говорили многие мудрые люди, разница между языком и диалектом — это целая пропасть. Мы все знаем, кто завоевывал Америку и кто выиграл в этой борьбе — именно на их языках мы разговариваем сегодня.

Капитан Майлз Стэндиш (Miles Standish, 1584–1656) — один из основателей Нового Плимута, положившего начало колониям Новой Англии. Майлз Стэндиш прибыл к берегам американского континента в 1620 году вместе с «отцами-пилигримами» на легендарном корабле «Мейфлауэр». Он был известен как военный предводитель колонистов и за свои заслуги получил титул «героя Новой Англии».

Что же касается локализации, то нам в нашей области знаний еще предстоит усвоить тот факт, что, когда мы говорим «американский английский» или подразумеваем один из европейских диалектов американского английского, нам следует быть более точными. Локализация тexasского немецкого или кентуккского английского может оказаться излишней или даже невозможной, но как насчет локализации южного диалекта американского английского или, если в этом возникнет растущая потребность, южных испанских диалектов США? Каждый раз, когда мне звонит какой-либо клиент и просит локализовать его продукт на испанском языке для рынка США, на котором я работаю, мой самый первый вопрос всегда звучит так: «В каком штате?» Как уже до этого было сказано, испанский диалект американского английского — это неправильный термин, который зачастую заменяет собой кубинский ис-

панский или мексиканский испанский, или даже неоднозначный латиноамериканский испанский. В нашей компании, когда клиент заказывает локализацию продукта на испанский английский (США), мы конкретно интересуемся штатом, а затем смотрим данные опросов, надеясь понять, из каких стран, приехали предки сегодняшних жителей этого штата. Так мы пытаемся установить диалект испанского, который, скорее всего, в ходу именно в этом штате.

Но так же, как у любого европейского языка имеется соответствующий американский диалект, каждый поставщик языковых услуг имеет свои возможности и ограничения. Клиенты и поставщики языковых услуг должны работать совместно, чтобы определить необходимую степень точности, — как для самого документа, так и для наших общих деловых отношений. Некоторые клиенты готовы следить за судьбой каждого слова. Другим клиентам абсолютно все равно.

В итоге, независимо от того, какие применяются руководства к самым непонятным задачам, каждый из нас способен на многое, и диалект, в котором это будет воплощаться, не столь важен. Для каждого конкретного случая нам необходимо определить требуемый уровень точности. И к какому бы решению мы не пришли, всем носителям тexasского немецкого диалекта придется с этим смириться.

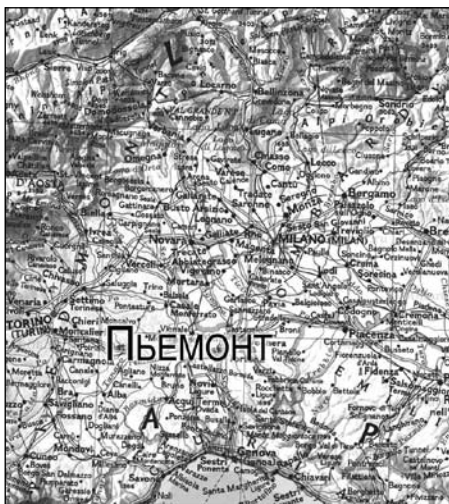
Терена Белл — исполнительный директор переводческой компании In Every Language, расположенной в Луисвилле, штат Кунтукки. Ранее Терена работала внештатным переводчиком французского языка и продюсером телевизионных новостей.

Пьемонтский язык — язык, находящийся под угрозой исчезновения

Джианни Давико (Gianni Davico)

По данным исследования, проведенного институтом IRES (независимый институт социальных исследований), более двух миллионов человек говорят или по крайней мере хорошо понимают пьемонтское наречие, язык Пьемонта — региона на северо-западе Италии. При этом еще миллион человек могут понимать его хотя бы немного. Количество людей, которые могут читать и писать, меньше, что нормально для языка национального меньшинства. Точные данные отсутствуют, но по моим предположениям эта цифра составляет около 100 000 человек. Это на самом деле огромные цифры, которые ставят этот язык на ведущее место среди региональных языков Италии по количеству носителей. Также отмечалось, что в зависимости от используемого определения, в Италии в настоящее время насчитывается от 30 до 300 языков.

Пьемонтский язык, очевидно, происходит из латыни, как западный неолатинский язык с более поздними заимствованиями из французского, провансальского и немецкого. Он использовался в письменной форме по крайней



Пьемонт располагается «у подножия гор» на северо-западе Италии.

мере уже в двенадцатом веке. Первый документ на этом языке называется *Serton Subalpin*, он хранится в библиотеке Национального университета Турина, и в течение последних четырех веков письменный пьемонтский язык не претерпел серьезных изменений. Это означает, что когда пьемонтцы читают текст, написанный 400 лет назад, они могут понять его без большого труда.

Важно отметить, что пьемонтский — это язык, а не диалект в силу как мини-

мум трех причин. В первую очередь, фонетика, морфология и лексика достаточно отличаются от романского языка. Во-вторых, у этого языка есть *koiné* (общий язык), т. е. базовый язык, объединяющий различные диалекты региона. И, наконец, обширная литература, представленная различными жанрами — романы, драматургия, поэзия, журналы и официальные документы.

Орфография языка очень похожа на орфографию итальянского с небольшими, но значительными отличиями. Примеры, иллюстрирующие это:

- Гласная *e* может быть закрытой или открытой (как в английском слове *that* в этом случае она отмечается грависом — диакритическим знаком, отображающимся как знак обратного ударения; пример: *tèila* — тяжелый труд) или, как это еще называется, *mesmuta* (буквально «половина минуты»), отмечается диерезой, как в слове *ghërsin* — сухарик). В последнем случае звук, хотя он отличается в разных регионах, похож на гласный в английском слове *the*.
- Помимо обычного звука *o*, также используется близкий звук *eu*, похожий на гласный звук в английском слове *girl* (например: *reusa* — роза).
- Помимо обычного звука *u* (обозначаемого буквой *o* по историческим причинам), также используется звук *u* (как во французском языке, например, *cup-a* — колыбель).
- Заднеязычный или велярный *n*- не существует в итальянском языке. Пример: *lun-a* — луна.

В целом, пьемонтский довольно сильно похож на французский язык. Это

объясняется тем, что, как уже упоминалось, это западный неолатинский язык, в силу этого он значительно отличается от итальянского, который относится к восточным неолатинским языкам.

Следует сделать важное замечание в отношении будущего этого языка: в лингвистике существует общепринятое мнение, что из приблизительно 6000 языков, существующих в мире на сегодняшний день, половина или даже больше выйдет из употребления к концу века, если не предпринимать последовательных усилий для их сохранения. Очевидно, пьемонтский язык относится к этим языкам, находящимся под угрозой исчезновения, несмотря на значительное число его носителей. Итак, что же предпринимают государственные учреждения, общественные организации и сами носители языка для решения этой проблемы?

На законодательном уровне существует новый региональный закон (принят 7 апреля 2009 г.), называемый *Tutela, valorizzazione e promozione del patrimonio linguistico del Piemonte* (защита, развитие и популяризация лингвистического наследия Пьемонта), который предусматривает ряд мер для защиты пьемонтского языка, например, выплаты в размере 5 000 евро для каждой деревни, в которой на улицах появятся таблички с пьемонтской топонимикой. Это важный шаг для признания пьемонтского языка на общем уровне. Также многие общественные объединения организуют учебные курсы или мероприятия для популяризации красоты этой культуры. Основной подобной организацией является *Ca dë Studi Piemontèis* (Центр изучения пьемонтского языка).

Но реальная ответственность все же лежит на людях. Пьемонтский язык выживет только в том случае, если пьемонтцы будут говорить на нем со своими детьми и со своими соседями, используя родной язык при каждой возможности. Что такое на самом деле язык? Язык — это мост, средство вовлечения людей, которые хотят понимать шутку, участвовать в беседе или обмене информацией. Он не предназначен для исключения из общения всех тех, кто от нас отличается.

Естественным дополнительным средством приобщения является музыка. В Пьемонте существует большое число музыкальных групп, исполняющих фольклорную музыку, и также регион обладает богатой песенной традицией, самая известная из песен — *La bela bergera* («Прекрасная пастушка»). Других путей для выживания и процветания языка не существует. Конечно, единственной альтернативой является превращение языка просто в предмет интеллектуальных упражнений, эзотерическую игру, существующую в умах небольшого числа людей.

Барба Тони (Barba Tòni) и настоящий пьемонтский язык

Для того чтобы лучше понимать структуру пьемонтского языка, я прекращаю философствовать о единственном способе сохранения этого и других подобных языков и познакомлю вас с поэтическим произведением. Автор — Барба Тони (Barba Tòni, 1921–1999) — написал одно из самых лучших стихотворений на нашем языке, которое является и простым, и сложным одновременно.

Стихотворение является сложным из-за использования редко употребляемых существительных, многие из которых не существуют в пьемонтском языке и заимствованы из латыни, провансальского, французского и, кто знает, из каких еще других языков. Тони был настоящим мастером игры словами. Само название стихотворения, *Èl Pi-a-mont-tèis*, является игрой слов *Piemontèis* (пьемонтский) и *Pi a mont tèis* (вблизи горы), что содержит ссылку на тот факт, что слово «Пьемонт» (Piedmont) этимологически означает «у подножия гор». Но это также и простое стихотворение для понимания носителям языка, потому что читается оно скорее от сердца, чем от разума. Это гимн любви к родному языку или, лучше сказать, к языку отцов.

*Èl piemontèis a venta
parlelo. Che meisin-a. Mej che la reva-lenta.
На пьемонтском нужно говорить.
Какое совершенное лекарство! Лучшие
панацеи.*

Здесь следует отметить интересную черту этого языка. Личное местоимение (*a* в этом случае) на самом деле должно стоять перед глаголом — *a venta* = вы должны.

*‘Dcò parlelo ‘n pioranda, sangiutenda
(da ràir),
con l’ès-ciator ancreusa dij sant, lus ëd
j’eu j cìair
Говорить даже в плаче, икая
(ну, иногда) или с величием святых,
светом в ярких глазах.
An giuganda a ‘l paròle
Играя со словами*

Здесь следует отметить мужской род существительного *paròle* (слова). В стандартном пьемонтском языке это слово

было бы существительным женского рода (*le parole*), но как это происходит с пьемонтским языком в обширных регионах Пьемонта, артикль множественного числа женского рода не используется, а заменяется артиклем мужского рода (*ël*, сокращается до *l*, если предшествующее слово заканчивается гласными звуком).

Как уже отмечалось, Тони был мастером своего ремесла. Пример этого можно найти в следующей строчке:

Vòle 'd giòle, sgajòle dè 'l viòle a baticòle,
в которой точное значение слов («свеченные огней, крики радости старушек») не так важно, самое важное — это созвучие и ритм слов.

Për mostrejlo a coj-lì ch'a l'han ël gran' maleur
ëd pa savilo, ahi Dé, argalejne 'l boneur.

Чтобы научить ему несчастных, которые к печали их, с ним не знакомы — о, Боже! Дар удачи!

A venta scrivlo, òh già, e pì da-bin ch'as peul,
a scòla dl'arsigneul, un reul d'an pare an fieul,
dissionari a la man, sacrelo con la rima,
sima dla gòj, la prima.

На нем нужно писать, да так, как хорошо ты только можешь, ухачь у соловья, передавая дух его сыну от отца,

держа словарь и посвящая его рифме, в пик радости — тот, самый первый.

A venta bisodiolo:

j'orassion ant la lenga dj'ëstrachin, dij crasà,
a valo tant ëd pì, an modelo, arnovelo,
dè-dsà pèr ël dè-dlà.

На нем нужно шептать:

молитвы на языке лишенных, угнетаемых, стоят намного больше, они пример для нас, они нас обновляют здесь, для иного мира.

A venta leslo, e tant, dai paco ai dissio-nari
На нем нужно читать, и много! Фольклор любой деревни и до словарей.

Здесь обозначена важнейшая концепция: мысль о том, что, чтобы понимать язык и культуру полностью, вы должны читать все виды документов, от билета для проезда на автобусе до письма с выражением соболезнований, от школьных заданий детей и вплоть до эпических поэм.

A venta 'dcò subielo: ti canta e mi i subij,
d'àutri an conragneran, ciulucrie e cisij.

На нем нужно свистеть: ты пой, а я буду свистеть, другие нас поддержат: и трели птиц, и голоса.

Другая хорошая мысль: если вы верите во что-то, начните сегодня что-то делать для этого. Тогда, если ваша мысль разумна, другие люди присоединятся к вам.

A venta 'dcò balelo, tèrlelo: tèrle e bala
chè l'angel at argala l'ala, al cel at trambala.
На нем нужно плясать, вприпрыжку и в веселье:

так прыгай и танцуй, пока не протянет ангел крыло, которое унесет тебя на небеса.

Не имеет значения, на каком языке вы говорите. Самое важное — говорить на нем как можно чаще, и это лучшее, что вы можете сделать для его процветания и выживания.

Джианни Давико — основал итальянское агентство переводов *Tesi & testi* в 1995 г. В 2005 г. он опубликовал *L'industria della traduzione*, книгу о рынке переводов в Италии.

СХОДСТВО (отрывок)

Тана Френч (*Tana French*)

*Посвящается Энтони
по миллиону разных причин*

Пролог

По ночам, если я сплю одна, мне по-прежнему снится Уайтгорн-Хаус. Во сне всегда видится весна, холодный рассеянный солнечный свет с предвечерней дымкой. Я поднимаюсь по потертым каменным ступеням крыльца и стучу в дверь. Стучу массивным бронзовым молотком, почти почерневшим от времени и тяжелым настолько, что каждый раз пугаешься его громкого стука. Пожилая женщина в переднике, с неприветливым лицом, впускает меня внутрь. Вешает большой заржавленный ключ на пояс и уходит по дорожке под падающими с деревьев лепестками цветущих вишен. Я закрываю за ней дверь.

Дом всегда пуст. В спальнях никакой мебели, и лишь мои шаги отдаются эхом, когда я ступаю по залитым солнцем половицам, поднимая к потолку круговерть пылинок. Аромат полевых гиацинтов, вплывающий в широко открытые окна, смешивается с запахом мастики для натирания пола. С оконных переплетов откалываются чешуйки белой краски, а над подоконником раскачивается усик садового плюща. Где-то за окном воркуют лесные голуби.

В гостиной, отливая в полосках яркого солнца каштановым блеском, стоит

пианино с откинутой крышкой — на него почти больно смотреть. Ветер колыхает пожелтевшие нотные страницы, как будто их перелистывает чья-то незримая рука. Для нас накрыт стол. На нем пять столовых приборов — фарфоровые тарелки и винные бокалы на длинных ножках. В хрустальной вазе букет только что сорванной жимолости. Однако серебряные вилки и ложки потускнели, а плотные камчатые салфетки посерели от пыли. Портсигар Дэниэла лежит на своем месте во главе стола, открытый и пустой, если не считать одинокой обгорелой спички.

Где-то в доме раздаются еле слышные звуки: какие-то шорохи, чей-то шепот. От этого у меня почти останавливается сердце. Остальные никуда не ушли, я ошиблась, подумав, что дом пуст. Они лишь где-то прячутся от меня. Они здесь, рядом, причем навсегда.

Я иду на эти еле слышные звуки и обхожу комнату за комнатой. Но всегда опаздываю. Они ускользают словно мираж, и кажется, что их голоса всегда звучат вот из-за этой двери или наверху той лестницы. Обрывок негромкого смеха, всегда сдавленного, скрип дерева. Я оставляю дверцы платяного шкафа открытыми; огибаю колонну винтовой лестницы и краем глаза улавливаю промельк движения: облезлое зеркало в конце коридора и отражение в нем моего собственного лица. Я смеюсь.

Глава 1

Это история Лекси Мэдисон, а не моя. Я бы охотно рассказала вам ее, оставив свою в стороне, но так не получится. Раньше мне казалось, что я собственными руками сшила обе истории, приложив друг к другу краями, и плотно обметала стежками. Я думала, что могу распороть их в любое время, когда только захочу. Теперь мне понятно, что все гораздо сложнее: корни того, что случилось, уходят куда-то в невидимые глубины, исчезая из поля зрения, становясь неподвластными моему желанию.

Во многом история моя — ведь поступки в ней исключительно мои. Фрэнк сводит все к другим людям, главным образом к Дэниэлу, тогда как, насколько мне известно, Сэм неким непонятным и экстравагантным образом считает, что во всем виновата Лекси. Когда я говорю, что это не так, они искоса поглядывают на меня и тут же меняют тему разговора. Видимо, Фрэнк полагает, будто у меня развилось нечто вроде стокгольмского синдрома. Такое нередко случается с агентами, работающими под прикрытием, хотя это не мой случай. Я не пытаюсь никого прикрывать, да и прикрывать мне некого. Лекси и остальные никогда не узнают, что вину переложили на них, и в любом случае, какая им разница. Впрочем, дело не сводится только к ним. Возможно, карты сдал кто-то другой, но со стола их взяла я и сыграла всеми, до самой последней. На что были свои причины.

Вот самое главное, что вам следует знать об Александре Мэдисон: ее никогда не существовало. Ее придумали мы с

Фрэнком Мэки. Придумали давно, одним солнечным летним днем в его пыльном служебном кабинете на Харкорт-стрит. Фрэнку требовался кто-то, кого можно было бы внедрить в сеть наркодилеров, действовавших в Дублинском университете. Эта работа была нужна мне позарез — за всю мою жизнь мне ничего не хотелось так сильно.

Ходячая легенда — Фрэнк Мэки. В тридцать с небольшим он уже лучший во всей Ирландии специалист по операциям под прикрытием, безжалостный и неустрашимый полицейский, мастер своего дела, канатоходец без страховки и так далее, и тому подобное. Он проник в ячейки ИРА и преступные группировки с той легкостью, с какой обычный человек заходит в местную пивную. Мне рассказывали такую историю. Змей — профессиональный преступник и безбашенный отморозок, который однажды превратил своих подручных в парализованных только за то, что те отказались выставить ему выпивку в баре — заподозрил Фрэнка в двойной игре и пригрозил прибить ему руки к столу строительным пистолетом. Фрэнк Мэки хладнокровно посмотрел ему в глаза, и на его лице не выступило ни единой капельки пота. Он блефовал мастерски и так запудрил Змею мозги, что тот одобрительно похлопал его по спине, и, признав собственную неправоту и излишнюю мнительность, подарил ему фальшивый «ролекс», который Фрэнк носит до сих пор.

Я была зеленым новичком, всего год назад закончила полицейский колледж в Темплморе. За пару дней до нашей встречи Фрэнк прислал заявку на полицейских с внешностью двадцатилет-

них и с университетским образованием. В ту пору я носила пронзительно-желтый жилет, который болтался на мне мешком, и патрулировала улицы небольшого городка в графстве Слиго, где, к моему ужасу, местные жители казались мне неотличимыми друг от друга. По идее, у меня должны были стягиваться колени, но я нисколько не испугалась. Мне так хотелось получить новое служебное задание, что я не думала о возможных последствиях.

Дверь в его кабинет была открыта. Фрэнк сидел на краю стола, в джинсах и выцветшей синей футболке. Он перелистывал папку с моим досье. Кабинет — крошечный, неряшливый — напоминал кладовку. На столе пусто, не было даже семейного фото в рамке. На полке стопки бумаг вперемешку с блюзовыми компакт-дисками и газетами, колода карт и почему-то женский розовый кардиган с магазинными бирками. Я сразу решила, что этот человек мне нравится.

— Кассандра Мэддокс, — произнес он, подняв на меня глаза.

— Так точно, сэр, — ответила я.

Среднего роста, коренастый, но подтянутый, с широкими плечами и коротко стриженными каштановыми волосами. Я ожидала увидеть кого-то совершенно неприметного, с невыразительной внешностью, вроде того типа из «Секретных материалов». Фрэнка, напротив, отличали резкие, грубоватые черты лица и широко расставленные голубые глаза. Казалось, будто он оставлял после себя в воздухе след. Лично мне не нравятся мужчины такого типа, но Фрэнк явно не был обделен вниманием со стороны женского пола.

— Меня зовут Фрэнк. Оставим «сэр» для офисных клерков, — сказал он.

У него был дублинский акцент, слабо различимый и, думаю, нарочитый. В этом читался некий вызов. Фрэнк соскочил со стола и протянул мне руку.

— Кэсси, — представилась я, пожмая ее.

Фрэнк указал мне на стул и снова присел на край стола.

— Здесь пишут, — произнес он, постучав пальцем по папке, — что ты умеешь хорошо работать в критических ситуациях.

Я на секунду задумалась над его словами. Давно, еще на практике в бедняцкой части Корка я отговорила от самоубийства подростка-шизофреника, собравшегося перерезать себе горло опасной, еще дедовской бритвой. Я почти успела забыть о том случае.

— Надеюсь, что так, — ответила я.

— Тебе сколько, двадцать семь?

— Двадцать шесть.

Свет из окна падал мне прямо в лицо, и Фрэнк долго и придирчиво разглядывал меня.

— Легко сойдешь за двадцатилетнюю. Тут еще написано, что ты закончила три курса колледжа. Где училась?

— В Тринити-колледже. На психологии.

Его брови удивленно-насмешливо взлетели выше.

— Вот как. Так ты у нас профессионал. Почему не доучилась?

— У меня развилась неизвестная науке аллергия на англо-ирландский акцент, — призналась я.

Мой ответ ему понравился.

— Не боишься, что Дублинский университет вызовет у тебя аллергическую сыпь?

— Буду принимать антигистаминные препараты.

Фрэнк снова соскочил со стола и пошел к окну.

— Отлично. Видишь вон ту парочку на улице?

По улице, о чем-то оживленно болтая, шли парень с девушкой. Она вытаскивала ключ и вставила в замочную скважину двери дешевенькой квартиры.

— Расскажи мне о них, — попросил Фрэнк.

Прислонившись спиной к окну, он засунул большие пальцы рук за ремень и пристально посмотрел на меня.

— Они студенты, — начала я. — У них сумки с книгами. Ходили за продуктами. Пакеты из магазина «Даннс». Она побогаче его, на ней дорогая куртка. А у него на джинсах заплатка, да и в целом одет не слишком модно.

— Любовники? Друзья? Соседи?

— Они пара. Шли по улице ближе друг к другу, в отличие от обычных друзей.

— Давно знакомы?

Мне понравилась эта проверка, она давала возможность дать мозгам работу.

— Довольно давно. — Фрэнк вопросительно выгнул бровь. Я не сразу нашла объяснение, но тут до меня дошло. — Они не смотрят друг на друга, когда разговаривают. Новые парочки все время поедают друг друга глазами. Тем, кто давно знаком, не нужно каждый раз проверять реакцию собеседника.

— Живут вместе?

— Нет, иначе он тоже машинально полез бы в карман за ключом. Это ее квартира. Хотя у нее есть по меньшей мере одна соседка. Они одновременно посмотрели на окно — проверяют, не задернуты ли занавески.

— Какие у них отношения?

— Хорошие. Он смеется над ее словами. Парни обычно редко смеются над шутками своих подружек, особенно после того, как завершился период ухаживания. Он нес два фирменных пакета «Даннс», а она придержала для него дверь, после того как вошла сама. Значит, они проявляют внимание другу к другу.

Фрэнк одобрительно кивнул.

— Неплохо. Успех работы под прикрытием наполовину зависит от интуиции, причем я не имею в виду всякую там психологическую хренотень. А совсем другое: крайне важно подмечать детали и анализировать их даже прежде, чем успеешь это осознать. Остальное решают скорость и смелость. Если нужно что-то сказать или что-то сделать, не тяни резину. Действуй максимально быстро и убедительно. Потому что стоит помедлить долю секунды, задуматься хотя бы на мгновение, и пиши пропало. Считай, ты покойник. Да, вот еще что. Предупреждаю заранее, тебе придется надолго выпасть из жизни, прервать все контакты. Может быть, на год или два. У тебя семья есть?

— Только дядя и тетя, — ответила я.

— Друг?

— Есть.

— У тебя будет возможность поддерживать с ними связь, правда только в одностороннем порядке. Они согласятся на это?

— Никуда не денутся, — сказала я.

Фрэнк по-прежнему стоял, небрежно прислонившись к окну, но я поймала на себе пронзительный взгляд его голубых глаз. Он пристально за мной наблюдал.

— Мы обсуждаем вовсе не колумбийский кокаиновый картель, и дело тебе придется иметь главным образом с мелкой сошкой — во всяком случае, сначала, — и все же предупреждаю: дело небезопасное. Половина этих типов почти постоянно в отключке, другая — крайне серьезно относится к тому, чем занимается. Из чего следует, что ни те, ни другие не станут заморачиваться, если надумают прикончить тебя. Тебе не боязно от моих слов?

— Нет, — ответила я совершенно искренне. — Ничуть.

— Замечательно, — сказал Фрэнк. — Тогда выпьем кофе и за работу.

Мне потребовалась примерно минута, чтобы понять: я уже в деле. Я ожидала трехчасового собеседования, заполнения целой стопки листов с мудреными тестами и всевозможных анкет с вопросами, касающимися моих родителей, но оказалось, что Фрэнк Мэки работает по-другому. До сих пор не знаю, когда он принял решение взять меня. Я довольно долго ждала подходящего момента, чтобы задать ему этот вопрос. Теперь я больше не уверена в том, действительно ли мне хочется знать, почему Фрэнк остановил свой выбор на мне.

Мы взяли в столовой кофе с каким-то жженым привкусом и пачку шоколадного печенья и до конца дня занимались созданием легенды Александры Мэдисон. Имя я придумала сама. «Так ты его лучше запомнишь», — сказал Фрэнк.

Фамилия Мэдисон очень похожа на мою собственную, а в детстве имя Лекси носила моя воображаемая сестра. Фрэнк откуда-то вытащил большой лист бумаги и нарисовал график ее жизни.

— Ты появилась на свет в клинике на Холлс-стрит 1 марта 1979 года. Отец — Шон Мэдисон, мелкий чиновник дипломатической службы, работает в Канаде. При необходимости это позволит нам быстро тебя вытащить — мол, что-то случилось в семье и тебе в срочном порядке нужно уехать. Такое же объяснение подойдет и для того, почему тебя никто здесь не знает: в детстве ты подолгу жила за границей.

Ирландия страна маленькая, по сути дела — большая деревня. Здесь все, можно сказать, знают друг друга как облупленных.

— Мы могли бы сделать тебя иностранкой, но не хочется тратить время, занимаясь отработкой акцента. Мать — Каролина Келли Мэдисон. Какая у нее профессия?

— Она медсестра.

— Осторожно. Думай быстрее, следи за возможными последствиями. Медсестрам нужна лицензия на занятия медицинской деятельностью в каждой новой стране. Она перестала работать медсестрой, когда тебе исполнилось семь лет, и ваша семья уехала из Ирландии. Понятно? Хочешь иметь братьев или сестер?

— Почему бы нет? Пусть у меня будет брат.

Было в этом что-то опьяняющее. Мне хотелось смеяться, я словно получила какую-то безумную свободу. Передо мной простирались безграничные воз-

можности, родственники, страны — я могла выбрать все, что пожелаю. Я могла вырасти во дворце в Бутане, иметь семнадцать братьев и сестер плюс личного шофера. Я засунула в рот еще одно печенье, чтобы Фрэнк не увидел мою улыбку и не подумал, что я несерьезно отношусь к будущей работе.

— Что твоей душеньке угодно. Он на шесть лет младше тебя и остался в Канаде с родителями. Как его зовут?

— Стивен.

Воображаемый брат. В детстве у меня было богатое воображение.

— Какие у тебя с ним отношения? Как он выглядит? Думай быстрее! — сказал Фрэнк, когда я набрала полную грудь воздуха.

— Он симпатичный засранец. Обожает футбол. Постоянно цапается с родителями, потому что ему пятнадцать, но все еще откровенничает со мной...

Лучи солнца на обшарпанной столешнице. От Фрэнка пахнет чистой кожей и мылом. Он замечательный учитель, я бы даже сказала, непревзойденный. Черная шариковая ручка скользит по листу бумаги, записывая географические названия и события. Лекси Мэдисон появляется на свет из ничего, словно моментальный фотоснимок. Она как будто слетает с листа и повисает в воздухе подобно колечкам дыма, девушка с моим лицом и жизнью из полузабытых снов. Когда у тебя появился первый бойфренд? Где вы жили? Как его звали? Кто кого бросил? Почему?

Франк нашел пепельницу, поставил на стол и, вытащив из кармана пачку сигарет, предложил мне закурить. Когда полоски солнца соскользнули со стола на пол, а

небо за окном начало постепенно темнеть, он крутанул в кресле, взял с полки бутылку виски и плеснул в чашки с кофе.

— Мы заслужили это, — сказал он. — Будем здоровы!

Мы сделали Лекси неумолимой осой: умной и образованной, девушкой хорошей и милой и вместе с тем этакой перелетной птичкой, не умеющей подолгу жить на одном месте. Немножко наивной, чуточку неосторожной, готовой открыто ответить на любой вопрос, причем ответить сразу, не раздумывая.

— Она — наживка, — откровенно признался Фрэнк. — Она обязана стать настоящей наживкой, чтобы на нее клюнули наркодилеры. Нужно, чтобы она была в меру наивной, чтобы эти подонки не увидели в ней угрозы для себя, и в меру уважаемой, чтобы показаться им полезной, а также в меру независимой, чтобы не удивлялись, почему ей захотелось иметь с ними дело.

К тому времени когда мы закончили, было уже совсем темно.

— Славно поработали, — произнес Фрэнк, складывая в несколько раз листок с моей будущей биографией и протягивая его мне. — Через десять дней начинаются подготовительные курсы детективов, я тебя туда запишу. Когда вернешься, мы с тобой снова немного поработаем. А когда в октябре в Дублинском университете начнутся занятия, сядешь на студенческую скамью.

Он снял кожаную куртку, повешенную на угол полки, выключил свет и закрыл за нами дверь. Я шагала к автобусной остановке. Голова шла кругом. Я словно парила, окрыленная каким-то сказочным чувством, ощущая причаст-

ность к тайне, к совершенно новому миру, а в кармане похрустывал листок, на котором была записана вся моя новая жизнь. Как, однако, все быстро и удивительно просто.

* * *

В мои намерения не входит вдаваться в подробности и пересказывать всю долгую и запутанную цепочку событий, в результате которых из отдела секретных операций я попала в отдел домашнего насилия, так называемую «бытовуху». Укороченная версия такова: у одного торчка из Дублинского университета снесло крышу, и он ударил меня ножом; ранение при исполнении служебных обязанностей привело меня в убойный отдел, от работы в котором крышу чуть не снесло у меня самой, и я ушла. Минуло много лет, прежде чем я вспомнила о Лекси и ее прозрачной жизни.

Я не любительница оглядываться через плечо или, по крайней мере, стараюсь так не делать. Что было, то было. Притворяться, что это не так — напрасная трата времени. Однако теперь мне кажется, будто я всегда знала, что история с Лекси Мэдисон непременно будет иметь последствия. Нельзя стать кем-то другим, перевоплотиться в человека из плоти и крови — с его первым поцелуем, чувством юмора, любимым бутербродом, — а потом ждать, как этот человек бесследно исчезнет, обернется строчками на листе бумаги, чашкой кофе с капелькой виски, лишь потому, что он тебе больше не нужен. Мне кажется, что я всегда понимала: в один прекрасный день она еще вернется ко мне.

Ей потребовалось четыре года. Она тщательно выбрала момент. Когда

Лекси, образно выражаясь, снова постучала в мою дверь, было ранее утро в начале апреля. Прошло несколько месяцев с тех пор, как я ушла из убойного отдела. Я находилась в тире.

Тир, которым мы пользуемся, расположен глубоко под землей в самом центре Дублина, под дорожными пробками и толстым слоем городского смога. В принципе я могла не ходить в тир — я всегда считалась хорошим стрелком, а квалификационный тест мне сдавать еще через несколько месяцев. Однако в последнее время я просыпалась слишком рано, чтобы сразу идти на работу — сна ни в одном глазу, я маюсь, не зная, чем себя занять, — и лишь стрелковая подготовка помогала мне выпустить пар.

Я неторопливо надевала наушники, проверяла пистолет и дожидалась той минуты, когда все остальные сосредоточат внимание на своих мишенях, лишь бы только никто не заметил моего наэлектризованного мандража. Я тряслась, что твой герой мультика перед первым выстрелом. Дрянные нервы требуют набора особых умений: вы ловчите, идете на маленькие хитрости, учитесь делать так, чтобы посторонние ничего не заметили. Очень скоро, если вы все схватываете на лету, вам удастся прожить день так, будто вы почти нормальное человеческое существо.

Раньше я была не такой. Мне всегда представлялось, что нервными могут быть лишь персонажи книг Джейн Остен или писклявые девицы, не способные сами заказать себе выпивку в баре. Если бы я нервничала в критических ситуациях, пришлось бы постоянно носить при себе нюхательную соль. Удар ножом,

нанесенный главным торчком Дублинского университета, образно выражаясь, прошел мимо меня. Психиатр из нашего отдела несколько недель пытался убедить меня в том, что я перенесла тяжелую психологическую травму. Этому парню, видно, было досадно меня упускать: не каждый день к вам в руки попадают полицейские, да еще с ножевым ранением. Скорее всего, он надеялся, что у меня появится какой-нибудь редкий комплекс. В конечном итоге горе-спец был вынужден оставить меня в покое, признав, что со мной все в порядке, и разрешил снова приступить к работе.

Стыдно признаться, но из убойного отдела меня вынудили уйти не массовая резня, не захват заложников и не славный, милый тихоня, хранящий в холодильнике человеческие органы. Мое последнее дело в убойном отделе казалось простым как дважды два — мы подобные раскрываем десятками, — ничего такого, что должно было предостеречь нас: убитая девочка, тело обнаружено ранним утром. Когда поступил звонок, я и мой напарник прикалывались друг над другом, сидя в служебном кабинете.

Если посмотреть со стороны, все прошло нормально. Официально мы все выяснили за месяц, общество было спасено от злодея, пресса красочно отобразила наш подвиг, да и для статистики раскрываемости преступлений все было как нельзя лучше. Дело оказалось спокойным, без автомобильных погонь и перестрелок. Я единственная, кому досталось хуже всех, во всяком случае, в физическом отношении: отделалась парой царапин на лице. От них и шрамов не осталось. Короче го-

воря, счастливый конец трагического происшествия.

Но это как сказать. Операция «Весталка»: зайкнитесь о ней кому-то из сотрудников убойного отдела даже сейчас, любому, кто не знает всей истории, и на вас посмотрят так, словно давая понять: мол, я не имею к ней ни малейшего отношения. Потому что, если быть до конца честными, мы тогда облажались, причем по полной программе. Некоторые люди похожи на Чернобыль, они излучают незримую смерть, источают яд: если вы окажетесь рядом с ними, каждый вдох станет для вас губительным. А некоторые — спросите любого полицейского — заразны и неизлечимы и отравляют все, к чему прикоснутся.

У меня развилось множество симптомов, которые заставили бы психиатра скакать от восторга, но, на мое счастье, из-за царапин на лице никому и в голову не пришло отправлять меня к нашему доморощенному Фрейду. Это был классический посттравматический синдром — плохой аппетит, дрожь, никуда не годные нервы, то, как я подкакивала едва ли не к потолку при каждом звонке в дверь или по телефону — плюс несколько индивидуальных штрихов. С координацией происходили странные вещи. Впервые в жизни я начала спотыкаться, врезаться в дверные косяки, ударяться головой о край шкафа.

А еще я перестала видеть сны. Раньше мне всегда снились целые каскады образов, столбы огня на фоне темных гор; стебли лозы, пробивающиеся сквозь камни; олени, мчащиеся по песчаному пляжу в облаке света. После того случая, стоило положить голову на подушку, и я

проваливалась в черную бездну, словно на меня обрушивали тяжеленную кувалду. Сэм — мой бой-френд — утверждал, что со временем все пройдет и я опять приду в норму. Когда я сказала, что сильно в этом сомневаюсь, он лишь кивнул и заявил, что и это тоже со временем пройдет. Иногда Сэм просто невыносим — с ним такое бывает.

Я было решила испробовать традиционный для полицейских способ — алкоголь с утра пораньше без ограничения дозы, — однако побоялась, что дело закончится тем, что я стану названивать неподходящим людям по телефону в три часа утра, чтобы излить исстрадавшуюся душу. Кроме того, выяснилось, что стрельба в тире успокаивает меня не хуже, чем выпивка, плюс не оставляет малоприятных последствий. Поначалу это казалось полной бессмыслицей, если учесть, как я реагировала на громкие звуки, однако со стрельбой все было в порядке. После первых выстрелов где-то в задней части мозга воспламенялся взрыватель, и остальной мир исчезал, уходил куда-то на периферию сознания и крайне слабо давал о себе знать. Рука, сжимавшая пистолет, приобретала твердость камня. В мире оставалась лишь я и мишень, а также хорошо знакомый запах пороха и ощущение того, как при отдаче напрягаются мышцы спины.

Я уходила из тира спокойная и слегка отупевшая, как будто под действием валиума. Когда эффект исчезал, я добивалась его на следующий день упорной работой и больше не натыкалась на острые углы и, вернувшись к себе, действительно чувствовала себя как дома. Мне удалось добиться хороших показа-

телей, я с сорока метров делала девять удачных попаданий из десяти, и старичок, заправлявший в тире, начал посмаковать на меня оценивающим взглядом барышника с лошадиной ярмарки и то и дело заводил разговор о соревнованиях между отделами.

В то утро я отстрелялась к семи. Я была в раздевалке — чистила пистолет и трепалась с двумя парнями из отдела нравов, чтобы не заподозрили, что я помираю с голоду, — когда зазвонил мой мобильный.

— Господи! — шутливо воскликнул один из моих собеседников. — Ты из домашнего насилия, верно? И кто это успел отлупить свою женушку в такую рань?

— Как, говорится, было бы желание! — парировала я, вытаскивая из кармана ключ от шкафчика.

— Наверное, это тайные агенты, — осклабился в улыбке второй, помоложе. — Им, видать, нужны хорошие снайперы.

Парень был здоровый, рыжеволосый и явно положил на меня глаз. Иначе зачем играть передо мной накачанной мускулатурой. Я уже не раз замечала, как он поглядывает на мои руки, нет ли у меня на пальце кольца.

— Должно быть, узнали, что нас нет на месте, — пошутил его товарищ.

Я вытащила из шкафчика мобильный. На экране высветилось имя звонившего: СЭМ О'НИЛ. И иконка еще одного пропущенного звонка.

— Привет! — произнесла я. — Что случилось?

— Кэсси! — раздался в трубке голос Сэма. Голос сразу мне не понравился — какой-то сиплый и сдавленный, как

будто кто-то со всей силы ударил Сэма под дых. — С тобой все в порядке?

Я повернулась спиной к парням из отдела нравов и отошла в угол.

— У меня все нормально. Почему ты спрашиваешь? Что-то случилось?

— О господи! — ответил Сэм и крикнул, будто у него от волнения перехватило горло. — Я звонил тебе *четыре раза*. Хотел уже отправить кого-нибудь к тебе домой. Почему ты, черт побери, не отвечала?

Совсем не в его духе. Второго такого нежного парня как Сэм я не знаю.

— Я сейчас в тире, — ответила я. — А телефон лежал в в раздевалке. Что случилось?

— Извини. Я не хотел... Прости меня. — Он снова издал это дурацкое криканье. — Меня вызвали. По делу.

Сердце гулко бухнуло о грудную клетку. Сэм служит в убийном отделе. Мне бы лучше присесть, однако ноги наотрез отказывались согнуться в коленях. Вместо этого я привалилась спиной к шкафу.

— Кто? — спросила я.

— Что? Нет, господи, нет... то есть, я хотел сказать, что мы знаем, кто. Просто... послушай, ты не можешь сейчас ко мне приехать?

Дыхание вернулось.

— Сэм, что, черт побери, происходит? — спросила я.

— Просто... ты можешь приехать? Мы сейчас в Уиклоу, рядом с Гленскехи. Знаешь это место? Если следовать дорожным указателям, нужно проехать через Гленскехи и дальше двигаться прямо на юг. Проедешь примерно три четверти мили, и там справа будет узкая дорога.

Увидишь ленту полицейского ограждения. Встретимся там.

Парни и отдела нравов с любопытством наблюдали за мной.

— У меня через час начинается смена, — ответила я. — Я не успею, ведь до вас только целый час добираться.

— Я позволю твоему шефу, скажу, ты нам нужна.

— Не вздумай. Или забыл, что я больше не работаю в убийном? Если вы расследуете убийство, то я не имею к нему ни малейшего отношения.

На заднем фоне я различила мужской голос: решительный, с легкой гнусавинкой, такой не пропустишь мимо ушей. Знакомый голос, но, черт, кому он принадлежит?

— Не отключайся! — попросил Сэм.

Я зажала телефон между ухом и плечом и начала собирать пистолет. Если это кто-то незнакомый, значит, дело плохо, иначе бы Сэм так не разговаривал. В Ирландии до сих пор за каждым убийством стоят причины самые банальные: подрались между собой наркоманы, неудачная кража со взломом, поножовщина на бытовой почве, как у нас говорят, «свояк свояка». Например, семейные разборки в Лимерике портят нам картину отчетности вот уже несколько десятилетий. У нас не происходят ужасы, каких полно в других странах: нет у нас ни серийных убийц, ни изуверских пыток, ни подвалов с высохшими от голода трупами.

Tana French, «The Likeness», USA.

Перевод с англ.: Т. Бушуева и С. Масленникова.

Источник: www.bakanov.org (отрывок публикуется с разрешения владельца ресурса www.bakanov.org).