

Профессиональный

ПЕРЕВОД

и управление информацией

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ПЕРЕВОД И УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИЕЙ

Инструменты и технологии

Внедряем систему управления качеством

Управление

Проблемы перевода — поиск иголки в стоге сена

Реальная стоимость качественного перевода ПО

Языки

Английские слова в китайском языке — заимствование слов из иностранных языков

Вокруг света

Рынок языковых услуг — Исландия

№ 3 (38) март 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

3

март 2010

Содержание

ИНСТРУМЕНТЫ И ТЕХНОЛОГИИ

- 3** Déjà Vu X: эталонный продукт выдерживает испытание временем
Игнасио Гарсиа и Вивиан Стивенсон
- 11** «Облачные» вычисления распространяются по всему миру *Дэвид Уальд*

УПРАВЛЕНИЕ

- 22** Контроль качества в области переводов: функциональный подход
Кэтрин Руеда
- 28** Стоимость переводческих услуг на международном рынке
Мэрос Хэндзэк
- 30** Выучите новый язык во сне! *Сьюзен Ремкус*
- 32** Инновации, неприятие нового и преодоление трудностей *Адам Эснас*

КОММЕНТАРИИ СПЕЦИАЛИСТОВ

- 37** Геокультурное тестирование, часть 1 *Том Эдвардс*
- 40** Пять типов тестирования в процессе локализации *Ричард Сайкс*
- 50** Опыт тестирования в процессе локализации *Либор Сафар и Йиржи Махала*

ВОКРУГ СВЕТА

- 61** Сотрудничество между Индией и Европой в разработке
технической документации *Пракаш Сате*

ИЗ-ПОД ПЕРА МАСТЕРА

- 64** Стены вселенной (отрывок) *Пол Мелкоу*

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.

Внедряем систему управления качеством

Бетси Родригез (Betsy Rodriguez)

Представьте, что вы устроились на работу в отдел бухгалтерского учета одной переводческой компании. Ваш наставник показывает, куда вводить новые счета-фактуры и как выставлять их для оплаты. Стоит ему уйти на обед, как коллега за соседним столом начинает объяснять другой способ. Не зная, кому верить, и слегка растерявшись, вы начинаете вводить счета-фактуры, но забываете указать срок платежа. В результате происходит задержка оплаты, внештатные сотрудники и поставщики в ярости, а начальство требует объяснений.

Суть этой истории в том, что все компании работают как единое целое, и для создания высококлассного продукта требуется сплоченная команда. Если в организации отсутствуют структурированные процессы, зачастую коллеги за соседними столами или в расположенных рядом офисах не придерживаются единообразных методик и процедур. Системы управления качеством (QMS) очень эффективны, если нужно реализовать программу по непрерывному совершенствованию процессов. Чтобы разработать действенную QMS, нужно собрать информацию у «исполнителей» работы, а не отдавать разработку системы на милость нескольким руково-

дителям, которые считают свой подход правильным. Процесс создания эффективной QMS — это непростая задача, но при условии пошагового планирования и участия всех сотрудников компании она вполне осуществима и, что гораздо важнее, очень полезна.

Участие персонала в процессе создания QMS позволяет разработать системы, ориентированные не только на интересы руководства (то есть фактически навязанные сверху), а системы, учитывающие интересы организации в целом. Описанные ниже процессы, советы и инструкции, связанные с созданием корпоративной схемы, получением мнений из разных отделов и завершающей проверкой качества, могут оказаться полезны большинству организаций.

Подготовка: создание корпоративной схемы

Простой и удобный способ начать это полезное дело — создать схему процесса. В нашу компанию пришел консультант, который путем собеседований выяснил, как люди исполняют свою работу от начала до конца. На основе этих данных консультант составил диаграмму, описывающую процесс зарождения и реализации переводческого проекта. Она расширила

знания нашего отдела продаж о работе производственной группы.

Очень часто корпоративная система контроля качества (QA) создается исключительно на основе производственного процесса, без участия сотрудников по сбыту, подготовке и работе с персоналом, иногда даже без участия руководства. Тем не менее, чтобы люди участвовали в процессе, нужно явно попросить их об этом. После завершения разработки схемы члены команды встречаются, чтобы утвердить ее или внести изменения.

Схема, охватывающая всю компанию, описывает начальную стадию процесса и возникающие по ходу работы взаимодействия. Работая над постоянным совершенствованием процесса, наши команды использовали ее для анализа текущего хода выполнения процесса, разработки более эффективных мер и внедрения необходимых изменений. Для выполнения этой задачи будет достаточно одного или нескольких человек из каждого отдела, после чего нужно провести собрание для обсуждения предложений и внесения итоговых поправок. Пусть сотрудники ответят на вопросы, приведенные ниже. Выслушайте их ответы и встретьтесь с каждой группой перед созданием схемы.

- Какова цель компании?
- Какое впечатление компания хочет произвести на клиентов и конкурентов?
- Как создаются заказы, подаются и регистрируются предложения и как оплаченные заказы передаются на выполнение?
- Что происходит с подписанным предложением? Как производствен-

ная группа получает оповещение о новом задании?

- Что представляет собой производственный процесс? Как задания перемещаются по этапам текущих процессов?
- Каким образом проект помещается в архив и по нему выставляется счет-фактура?
- Как команда по сбыту отслеживает уровень обслуживания клиентов и их удовлетворенность?
- Как эти данные доносятся до сведения высшего руководства и производственной группы?
- По каким критериям организация нанимает сотрудников? Как выполняется обучение? Как оценивается работа персонала?
- Какую роль играет в процессе руководство?

Начните с самого начала — убедитесь, что руководство участвует в процессе

Отсутствие связи между руководством и персоналом встречается сплошь и рядом. Сотрудники поглощены собственными проектами, в то время как начальник занимается управлением. Эффективная система контроля качества предполагает явное участие руководства. В самом начале процесса руководящий состав помогал нам с поисками подходящего заявления о качестве для компании. Решив для себя, какой будет политика, руководители четко проинформировали об этом персонал. Первое, чему мы учим своих сотрудников, — что ориентированная на потребителя компа-

ния стремится к оказанию заказчикам качественных переводческих услуг. Если руководство не пойдет впереди, сотрудник будет не за кем следовать.

Руководящий состав несет ответственность за формулировку и разъяснение общих целей и имиджа компании. Участвуют ли руководители в процессе принятия решений? Как часто они оценивают проблемы, трудности, жалобы и достижения различных отделов компании, и как фиксируются результаты и ставятся новые задачи? Одним из чрезвычайно важных компонентов QMS является то, что руководство имеет представление не только о потребностях клиентов, но также об их ожиданиях. Необходимо активно вовлекать клиентов в процесс, собирая их мнения примерно раз в три месяца и выясняя их отношение к эффективности удовлетворения потребностей при помощи ежегодных опросов.

После сбора информации попросите рецензентов получить общие отзывы персонала из различных отделов. Что доказало свою эффективность, а что можно сделать еще лучше? Назначенные лица должны обработать информацию и провести проверку вновь через некоторое время, чтобы определить эффективность новых систем и изменений в организации. Если руководство участвует в обсуждении идей и разработке процессов, сотрудники склонны чувствовать более тесную связь с компанией.

Задачи персонала в процессе контроля качества

Самая сложная задача для компаний — обеспечить достаточную под-

готовку своих сотрудников. Многие сотрудники, ответственные за инструктаж, тратят всего один день на описание услуг или продуктов своей компании, ее процессов и особенностей работы. При этом предполагается, что новый сотрудник сразу усвоит всю свалившуюся на него информацию. Еще одна крайность, — когда компании тратят бесконечное число часов на подготовку человека к выполнению его должностных обязанностей, не позволяя ему попробовать себя в деле. Неэффективные концепции обучения — это не только пустая трата времени и средств, они могут еще и отпугнуть новичка. В конечном счете, высокая текучка кадров из-за плохого обучения может стать проклятием организации. Во избежание этой проблемы компаниям следует включить отдел кадров в процесс контроля качества. В частности, выявить области потенциального усовершенствования поможет оценка процессов подготовки новых сотрудников, систем учета и документации. Знают ли сотрудники о своих обязанностях и зоне ответственности? Каким образом осуществляется отбор и обучение персонала в каждом секторе? Ведется ли учет? Имеется ли график обучения? Входят ли дополнительные занятия и программы в процедуру обучения, а также насколько регулярно создаются и обновляются внутренние учебные материалы? Как оценивается и фиксируется эффективность таких обучающих занятий? Стратегическим инструментом для любой компании является разработка специальной программы подготовки. Успешные руководители назначают новым сотрудникам в качестве наставников опытных коллег.

Один из моментов, который требует внимания в данном процессе, — это чтобы персонал отдела кадров периодически встречался с представителями других отделов компании, чтобы узнать, имеются ли какие-либо сложности или претензии в отношении обучения. Для этих целей можно использовать анонимный опрос сотрудников, который будет включать как балльные оценки, так и вопросы, требующие развернутого ответа. Обсудите результаты с отделом кадров, оцените их совместно с отделом по контролю качества и производственной группой, задокументируйте ход процесса и сделанные выводы, внесите необходимые изменения и проверьте результаты, чтобы убедиться в эффективности предпринятых мер. Если потребуется доработка материалов, попросите новых сотрудников поучаствовать в подготовке письменных документов, имеющих отношение к их работе, — это поможет им быстрее разобраться в своей работе и выполнять ее эффективнее. Нет ничего лучше, чем личное успешное участие в проекте.

Разговор с отделом продаж

На всех этапах — от сбора сведений и использования их при оценке стоимости работ до ценообразования, производства, учета пожеланий клиента и донесения жалоб и похвал клиентов до персонала компании — существуют процессы, которые можно проследить, изменить, усовершенствовать и внедрить. Откуда сотрудники отдела продаж знают, о чем спрашивать клиентов, собирая их пожелания? Необходимо определить, как фиксируется процесс

сбыта и как данные передаются другим отделам и перемещаются между ними. Может быть, заказчику нужна только Word-версия документа, а не версия для настольной издательской системы?

Задача системы по контролю качества в рамках процесса продажи заключается в том, чтобы определить соответствие всем требованиям. Например, способна ли компания выполнить пожелания клиента и нормативные требования? Имеется ли единообразная процедура выполнения работы? И есть ли что-либо общее в процессах, даже если они разные? Встретьтесь с представителями отдела продаж и обсудите с ними эффективные и экономичные способы сбора информации без ущерба для качества оказываемых услуг. Выясните, есть ли какие-либо жалобы в отношении существующей системы и всего процесса в компании, а также определите наличие возможностей и средств для ее усовершенствования. Процессы должны быть простыми, всеобъемлющими и удобными в использовании. Чем сложнее организован процесс продаж, тем меньше времени у персонала на сами продажи.

Управление проектом и контроль качества при производстве

Итак, теперь персонал отдела продаж лучше понимает то, что он продает, сотрудники ощущают поддержку руководства, а компания знает, как она производит товары. Хотя как выглядит производственный процесс на самом деле? Отдел продаж имеет смысл только при наличии готового товара, а вот прода-

вать что-либо несуществующее весьма опасно. Поговорите с производственной группой, то есть с людьми, которые создают продукт или услугу.

При этом необходимо изучить производственный процесс в целом. Как осуществляется выбор, оценка поставщиков и управление ими? В случае с нашей компанией в отделе кадров появилась новая должность по развитию кадров, занимающий ее сотрудник не только сортировал наших переводчиков и проверял, отвечают ли они требованиям по отраслевому и языковому опыту, по уровню образования и наличию необходимых сертификатов, но также постоянно контролировал и оценивал их работу. Компании должны также уделять внимание алгоритмам отслеживания и планирования проектов, а также используемым средствам и материалам. Возможно ли отслеживание производственной документации, понятен ли сам процесс? Как документы заносятся в архив и легко ли их впоследствии оттуда извлечь? Изучите показатели бюджета и его ведение. Имеются ли потенциальные «подводные камни» в проекте бюджета? Узнайте, как информация доводится до сведения руководства и представителей отдела продаж.

Условием всякого успешного процесса является необходимость «держать руку на пульсе» производственной команды. Уверена ли она в том, что обладает всеми необходимыми средствами для успешного выполнения работы? Если нет, выясните причину и обсудите с командой возможности оптимизации процесса, а также обратите внимание на повторяющиеся жалобы.

После сбора информации назначенный персонал должен встретиться, чтобы обсудить результаты, недоработки в документах и разработать план обучения. По завершении подготовки и внедрения решений требуется повторный аудит для проверки того, успешно ли работает схема. Будьте готовы к проверке систем, приложений и средств. Естественно, будут недовольные, но в конечном счете эффективность и подготовка каждого сотрудника повысится, и они смогут предложить качественный продукт.

Во время проверки продукции мы обнаружили, что требуются дополнительные лицензии на TRADOS. В моменты, когда задействованы все гибкие лицензии, руководителям проектов пришлось ждать, чтобы запустить анализ. Покупка новых лицензий улучшила производительность и снизило время выполнения работы, а также уровень удовлетворения персонала.

Проверка процессов контроля качества

После оценки внутренних систем и их изменения при участии руководства необходимо провести финальную проверку, поскольку требуется контроль самого процесса контроля качества. Наиболее эффективной будет проверка сотрудниками одного ранга. Это позволит каждому принять участие в проекте и узнать, как реализуются процессы в рамках всей организации. Проверка должна быть основана на фактах, а не на субъективном отношении к проблеме, человеку или процессу, а ее результаты проверены специально назначенным со-

трудником по контролю качества до их обнаружения персоналу или клиенту.

Проверка процесса контроля качества может оказаться сложной задачей. Необходимо составить график для всей компании, а затем определить, какие процессы подлежат обязательной или желательной проверке, а какие их компоненты можно пропустить. Кто будет проводить аудит? В случае обнаружения проблемы как будет происходить ее фиксация, исправление и поиск исходной причины в целях предотвращения ее повторного появления? Как при этом будет осуществляться запись информации?

Поговорите со всеми отделами компании, с готовностью выслушивайте предложения по усовершенствованию работы. Все это позволяет проверить процесс аудита и самого проверяющего, а также является неотъемлемой частью общего процесса по сопоставлению жалоб клиентов и собственных недостатков компании. Результаты передаются высшему руководству вместе с выводами и предложениями по оптимизации, собранными по всей компании.

Стоит ли результат затраченных усилий?

Что должна получить компания-поставщик услуг от системы контроля качества? Какие гарантии она может в действительности предложить своим клиентам? «Мы очень доброжелательны и быстро отвечаем на электронные сообщения» — этого уже недостаточно. Многие потребители переводческих услуг контролируются такими органи-

зациями, как Управление по надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов, Федеральное управление гражданской авиации и Комиссия по ценным бумагам и биржам. Они периодически подвергаются проверкам и обязаны продемонстрировать прозрачный и всеобъемлющий процесс. Необходимо, чтобы они могли ожидать аналогичного внимания к вопросам качества от своих поставщиков услуг. Качественная система контроля качества способствует длительному сотрудничеству и удерживает клиентов, не говоря уже о создании репутации поставщика услуг превосходного качества.

Помимо увеличения объемов продаж и создания крепких отношений с клиентами, еще одним интересным преимуществом QMS является то, что она устраняет организационный хаос внутри компании. Регулярная оценка, проверка и оптимизация структур определенно придется по нраву сотрудникам. Наблюдение за дефектами в продуктах будет осуществляться при помощи матриц, которые сделают их появление менее вероятным. Ко всему прочему, на каждый год можно будет установить четкие ожидания и измеримые цели.

Участие всех сотрудников в корпоративных процессах — это направленный вклад всех и каждого в эффективность работы и общий успех компании.

Бетси Родригес — специалист по внутреннему контролю качества и работе с персоналом в Global Language Solutions. Она является дипломированным специалистом по работе с персоналом общего профиля и аудитором на соответствие стандартам ИСО.

На ком лежит ответственность за утверждение переводческих проектов?

Джордж Уитерингтон (George Witherington)

На первый взгляд может показаться, что высокое качество переводов позволяет некоторым поставщикам языковых услуг возлагать на себя полную ответственность за публикуемые переводы.

Однако этот факт отнюдь не является предвестником каких-либо изменений в общих правилах об обязательствах клиента, касающихся отрасли в целом. Принятие поставщиком языковых услуг ответственности за публикуемый материал может показаться непрактичным и даже опрометчивым шагом. И все же при некоторых обстоятельствах поставщики решаются на такой шаг, так как в этих случаях только у них есть необходимые знания целевого языка. Это вынуждает клиентов и поставщиков совместно искать жизнеспособные решения. Некоторые клиенты с более строгими требованиями остерегаются принимать подобные решения и выбирают внутренние издательско-переводческие системы для предприятий. В конечном счете, знания о том, как эти системы спроектированы и управляются, заслуживают даже боль-

шего внимания, чем сам вопрос о назначении ответственного за утверждение готовых к печати материалов.

В последние несколько лет наблюдается существенное улучшение качества опубликованных переводов. Вероятно, этому способствовало (среди других факторов) появление новых глобальных компаний, занимающихся локализацией, и крупных специализированных переводческих агентств, недавним введением таких стандартов качества, как EN 15038 и ISO 9001, а также появлением инновационных технологий, например, платформ для интерактивного перевода с общим доступом и памяти переводов. На первый взгляд, именно ведущие игроки отрасли принимают на себя полную ответственность за опубликованные клиентом переводы и за утверждение готовности материалов к печати. В 2006 году уже рассматривался вопрос о том, действует ли еще неписаное правило отрасли об ответственности клиента за опубликованный перевод (см. «MultiLingual» №81, июль/август 2006 г.).

Для поставщиков услуг перевода этот вопрос до сих пор имеет серьезное зна-

чение, особенно для небольших переводческих агентств и внештатных переводчиков, которые являются фундаментом отрасли. Любое гипотетическое согласие поставщика на полную ответственность за публикуемые переводы будет расценено как пренебрежение существующими естественными ограничениями в моделях работы агентств и внештатных переводчиков. Кроме того, в такой ситуации будут предъявляться нереальные требования к работе последних, ведь именно внештатные переводчики выполняют основную массу переводов. Однако согласие поставщиков на столь обременительную ответственность немислимо, поскольку подобное решение несовместимо со структурой переводческой отрасли и принятой практикой перевода. Это наиболее четко проявляется при более подробном рассмотрении причин невозможности принятия этой ответственности.

Стандартное качество переводов и модель работы агентств и внештатных переводчиков

Традиционная позиция отрасли по поводу публикуемых переводов ясна. Среди компаний-поставщиков языковых услуг и внештатных переводчиков долгое время считалось общепринятым, что ответственность за утверждение материалов для публикации несет клиент. Профессиональные обязательства ограничивались созданием достоверного перевода исходного текста, потенциально готового к публикации. Финальная подготовка текста к публикации считалась обязанностью клиента и не относилась к задачам переводчика.

Полная передача ответственности за публикуемый перевод поставщику языковых услуг означает, что вся работа по финальной подготовке возлагается на поставщика. Вместе с тем, компании-поставщики услуг играют роль основных посредников между разрозненным спросом на переводческие услуги и не менее рассредоточенным предложением услуг внештатных переводчиков. Соответственно, поставщики услуг, которые стремятся извлечь прибыль, по большей части полагаются на часто меняющийся пул своих внештатных переводчиков, а не на штатных сотрудников. В этом и состоит особенность бизнес-модели совместной работы агентств и внештатных переводчиков, которая преобладает на рынке языковых услуг. Несмотря на повышение качества в последнее время, поставщики по-прежнему имеют весьма ограниченный контроль над деятельностью своих внештатных переводчиков. Это ограничивает их возможности по повышению качества услуг до уровня, необходимого для предоставления даже гипотетических гарантий того, что перевод полностью готов к публикации.

Основные требования к публикуемым переводам

Требования, предъявляемые к качеству публикуемых материалов в переводческой отрасли, не соответствуют издательским нормам для одноязычных текстов. В сфере переводов больше внимания уделяется повышению качества перевода для достоверности материалов, но игнорируются технические требования к публикации. Полезно ознако-

миться с рекомендуемыми постановлениями и условиями для переводческой деятельности, составленными Институтом устного и письменного перевода (Institute of Translation & Interpreting, ITI), профессиональным объединением компаний-поставщиков и внештатных переводчиков. ITI придерживается традиционного определения стандарта качества услуг, предоставляемых переводческими компаниями, утверждая, что «если не указано обратного, качество переводов должно быть достаточным «для ознакомления»». Таким образом, для достижения издательского стандарта необходим дополнительный процесс, и ответственности за подготовку публикуемых материалов не возникает. Так называемого уровня «готовности к публикации» текста можно достичь путем «дополнительной обработки» перевода самим переводчиком. Дальнейшее совершенствование текста может выполняться путем проверки, например, на соответствие оригиналу одним, а еще лучше двумя разными редакторами.

Такая небольшая доработка выглядит совсем незначительной, чтобы нести полную ответственность за публикуемый перевод, по сравнению с доскональным редактированием, проверкой оформления и корректировкой штатными или внештатными профессиональными редакторами при подготовке одноязычных изданий. *Свод правил (Code of Practice)*, опубликованный английским сообществом редакторов и корректоров (Society for Editors and Proofreaders, SfEP), предоставляет список существенных правок и изменений, которые необходимо внести в текст до его публикации. Критерии для

утверждения текста редактором, предлагаемые сообществом, касаются проверки стиля изложения, точности фактов, перекрестных ссылок, логической структуры текста, правильного форматирования и нумерации страниц, соответствия нормативно-правовым актам и обеспечения авторских прав, а также отсутствия ошибок при печати и верстке. Соблюдение этих требований всегда относилось к технической стороне публикации, а не к основным задачам переводчика. Причиной этому является тот факт, что до начала выполнения перевода от клиентов ожидают предоставления полностью готового текста на исходном языке. Это одно из фундаментальных требований в сфере переводов. Тексты на исходном языке должны быть отредактированными и отформатированными, а для последующей публикации версии на целевом языке могут быть необходимы только минимальные изменения. В исходном тексте также должны быть учтены все аспекты соответствия нормативно-правовым нормам.

Предположение, что для соблюдения требований, предъявляемых к публикации на целевом языке, будет достаточно редактирования, оформления и соответствия стандартам в тексте на исходном языке, едва ли является убедительным основанием для предоставления поставщиком переводческих услуг каких-либо гипотетических «полных гарантий».

В действительности, различия в правилах редактирования для исходного языка и правилах, принятых в странах целевого языка, неизбежно влекут за собой изменения в системе редактирования переводов для подготовки к пу-

бликации. В особенности это относится к текстам, для которых целевым языком является английский. Правила редактирования для английского языка очень детализированы, свидетельство тому всеобъемлющие справочные руководства, такие как *The Chicago Manual of Style* и *Oxford Style Manual*. Для других языков подробные руководства встречаются крайне редко.

Что касается оформления и набора текста, то здесь также неизбежны расхождения и несогласованности при переводе текста из печатной версии на исходном языке в версию на другом языке. Например, для разных языков возможно изменение длины строки, а также остается потенциальный риск несоблюдения норм. Вследствие различий в государственных стандартах печати, книгоиздания и нормах печатных средств массовой информации соответствующий текст на исходном языке не означает, что версия на целевом языке также будет отвечать требованиям.

Наконец, редактирование, в отличие от практики привлечения к ответственности редакции за публикуемые материалы, поставщик языковых услуг часто выполняет этот этап как часть процедуры по обеспечению контроля качества. Редактирование также может предоставляться поставщиком языковых услуг в качестве дополнительной услуги, иногда даже бесплатно как мотивация к дальнейшему сотрудничеству. В Великобритании есть, по крайней мере, один поставщик, который предоставляет услуги по редактированию текста, но не берет на себя ответственность за употребление числительных. Редактирование — это

одна из наиболее существенных задач для редакторов, так как любая мельчайшая пропущенная ошибка в тексте или оформлении, в том числе и в употреблении числительных ставит под сомнение их профессионализм.

Система работы переводческих агентств и обязательства

Физическое расстояние между внештатными сотрудниками и клиентами в схеме совместной работы агентств и внештатных переводчиков является еще одним препятствием для взятия ответственности за утверждение файлов к публикации. Система работы внештатных переводчиков и агентств не позволяет внештатным сотрудникам получить прямой доступ к клиентам. Такое неконтролируемое прямое взаимодействие, как правило, нежелательно с точки зрения взаимоотношений клиента с агентством, а также с позиции рабочего процесса и защиты коммерческой деятельности. Если предположить, что поставщик предоставит гарантии по подготовке материалов для печати, он будет вынужден установить непосредственный контакт между внештатными переводчиками и клиентами на этапах редактирования готовых для печати или тиражирования копий. Внештатным переводчикам такая основательная проверка может показаться неосуществимой без возможности общения по телефону или электронной почте напрямую с клиентом. Или же поставщику придется положиться на штатных сотрудников, которые занимаются управлением проектами для поддержания связи с клиентом при не-

обходимости внесения каких-либо финансовых правок в переводы, выполненные внештатными переводчиками.

В таких условиях ведения бизнеса поставщик языковых услуг может взять на себя лишь ограниченную ответственность за опубликованные переводы. Ответственность за качество перевода чаще всего сводится к минимуму, чтобы избежать лишних правовых обязательств и защитить поставщиков услуг от любых непредвиденных ситуаций. В условия предоставления услуг одного из поставщиков в Великобритании, которые доступны в Интернете, в этих целях включено условие отказа от участия. Это означает, что если не указано обратного, не предоставляется никаких гарантийных обязательств за выполненные переводы и их соответствие целям клиента. Однако, в последующем пункте тот же поставщик указывает, что могут оговариваться особые условия, включая взаимную договоренность об уровне качества для отдельных проектов. Другой поставщик обязуется предоставить достоверный, идиоматичный перевод, но предупреждает, что в результате качество материала на целевом языке может отличаться от качества оригинала.

Как и в первом примере, второй поставщик услуг также добавляет пункт, позволяющий оговаривать особые условия для различного уровня качества. Поставщики и заказчики услуг всегда могут договориться об особых критериях качества для отдельных или крупных проектов, выполняемых коммерческими поставщиками и, конечно, специалистами по локализации. Однако большинство небольших переводческих

компаний назначают цены на стандартных условиях, которые ограничивают ответственность поставщика услуг за качество перевода. Любое гипотетическое согласие поставщика на принятие ответственности за утверждение публикации материалов вступит в противоречие со статьями договора, где предусматривается официальный отказ от принятия ответственности.

Ответственность

Сомнительная возможность поставщика нести ответственности за публикуемые переводы четко выявляет разницу между этой ответственностью и той, что возлагается на профессиональных редакторов одноязычных текстов. Несмотря на проводимую редакторскую проверку публикуемого документа, редакторы все же отправляют клиенту готовые к публикации файлы или, если проверка выполняется штатными редакторами, файлы проходят еще один этап рецензирования – у более опытных сотрудников. Согласно рекомендациям, которые даны в «Своде правил» SfEP при управлении проектами по редактированию следует заранее определить границы ответственности, подразумевается, что на редакторов автоматически не возлагается ответственность за утверждение публикуемых материалов. Если редакторы, обладая прямым доступом к системам клиентов, отказываются в полной мере нести ответственность за публикуемый перевод, то даже гипотетическое возложение ответственности на поставщика переводческих услуг, который играет роль посредника, покажется бессмыс-

ленным. В любом случае поставщики, как и внештатные редакторы, могут защитить себя при помощи страхования профессиональной ответственности.

Но в некоторых случаях поставщику услуг не избежать ответственности за публикуемые материалы. Ведь все вышесказанное не исключает ответственности поставщика переводческих услуг за перевод, который был опубликован. Возникает это в совершенно очевидной ситуации. Клиенты, которые не знают целевого языка, но вынуждены в сложившихся обстоятельствах публиковать переводимый материал, сталкиваются с непростой задачей. Формально ответственность за публикуемый перевод несут они – ввиду ограниченности предоставляемых поставщиком услуг и принятия обязательств. В результате поставщик, как единственный источник знаний целевого языка, может взять на себя ответственность за предоставление финального варианта публикуемых файлов на максимально подготовленном для этого уровне. И это будет единственным решением. В этом случае импровизация и сотрудничество между поставщиком и клиентом наиболее важны. Передача ответственности за утверждение конечного варианта публикуемых файлов, скорее всего, просто невозможна и бессмысленна.

Организации, которые занимаются локализацией, и крупные переводческие агентства в этом отношении, несомненно, отличаются. Они могут мобилизовать свои множественные ресурсы, чтобы попытаться сократить, возможно, широкий разрыв между качеством исходного перевода и полностью подготов-

ленным, готовым к печати переводом. Кроме того, международные компании обладают возможностями для переработки, редактирования, изменения дизайна и публикации документов. У них, без сомнения, есть все средства для подготовки локализованных текстов к публикации, которые они используют в этих целях. Впечатление, что ответственность за публикуемый перевод возлагается на поставщика, может складываться из-за того, что разница между локализацией и переводом весьма размыта. Человек, не просвещенный в этом вопросе, легко запутается в этих понятиях.

Модель работы с переводчиком клиента

В некоторых случаях, например, когда нет необходимости полного соответствия версий на исходном и целевом языках достаточно совместных жизнеспособных решений. Клиенты с более четкими требованиями и временными рамками могут также обратиться к локализации или разработать наилучшее решение совместно с поставщиком. Для состоятельных клиентов существуют альтернативы: внутренние структурированные системы с собственными переводчиками (работа которых оплачивается самой организацией), либо привлечение переводчиков по контракту из агентства, где в качестве подстраховки используется аутсорсинг. Такая издательско-переводческая модель встречается реже и, главным образом, в международных организациях или крупных глобальных корпорациях. Обычно необходимы предварительная лингви-

стическая экспертиза и использование ноу-хау переводческих процессов.

Организация внутренних процессов и ресурсов, в отличие от разработки жизнеспособных решений, позволяет этим клиентам отвечать более строгим критериям публикации переводов. Модель, когда задействован переводчик со стороны клиента, предлагает более традиционную, высокоэффективную альтернативу локализации, а именно — полностью идентичную двуязычную или многоязычную публикацию с полным соответствием текстов на исходном и целевом языках. Перевод с точным соответствием текстов на исходном и целевом языках едва ли можно отнести к целям локализации. Заказчики услуг локализации изначально согласны с некоторым расхождением в материалах на целевом языке. Когда речь идет о локализации текста на целевом языке, стараются избегать постановки сложной задачи полного соответствия различных языковых версий в традиционных системах публикации на двух или более языках. И наоборот, заказчики традиционно перевода, особенно крупные организации, такие как Европейский союз или Европейский центральный банк, а также глобальные корпорации часто нуждаются в публикации официальных материалов, представляющие собой сложные прозаические тексты на двух и более языках, выполненные настолько точного, насколько это возможно, без каких-либо расхождений между языковыми версиями. Традиционные схемы такого типа, похоже, запросто позволяют достичь того, что заказчики и поставщики услуг на коммерческом рынке

считают наиболее сложным — эффективного выполнения готового к публикации перевода в производственном масштабе. Здесь наиболее интересным вопросом являются методы, системы и процессы, используемые для достижения этих целей.

Можно привести множество примеров выполнения успешных публикаций переводов, выполненных переводчиком заказчика, но практически ничего не известно о методах, которые для этого использовались. Первая подобная внутренняя издательско-переводческая система была разработана в 1990-х гг. в Европе для распространения финансового исследования в международных банках, и засвидетельствована в документе под названием «Эталонная двуязычная издательская модель?» (*A Benchmark Bilingual Publishing Model?*). Потоки процессов системы были смоделированы в графической форме для легкого понимания процедур и процессов, необходимых для практически одинаковых публикаций, идентичных (отредактированных) версий на исходном и целевом языках, регулятивных соответствий и т. п. На тот момент не было ни единой попытки оценить этот задокументированный образец.

Эта и подобные внутренние многоязычные издательские системы только подчеркивают тот факт, что ответственность за утверждение готовых к печати файлов не является критическим, определяющим фактором в подготовке перевода к публикации. Можно ли научиться чему-нибудь на примере этих дорогостоящих внутренних систем? Как в них решается вопрос об ответ-

ственности за утверждение готовых к публикации переводов? Применимы ли какие-либо их составляющие к модели совместной работы агентств и внештатных переводчиков? Поспособствуют ли они повышению качества публикуемых переводов? Несомненно. Метод управления и структурирования внутренних издательско-переводческих систем с моделью рабочих процессов и является тем критическим, определяющим фактором, позволяющим поддерживать качество переводов в больших объемах.

Библиография

1. Институт устного и письменного перевода. «Recommended Model General Terms of Business for Commissioned Translation Work». Получено со страницы www.itl.org.uk.
2. Сообщество редакторов и корректоров. «SfEP Code of Practice». Получено со страницы www.sfep.org.uk/pub/gen/sfepcor.asp.
3. Witherington, George. «A Benchmark Bilingual Publishing Model?» в материалах *Proceedings of the Bath Symposium*. Под ред. Валерии Пелатт (Valerie Pellatt) и Елены Минелли (Elena Minelli). Ньюкасл-апон-Тайн, Великобритания: Cambridge Scholars Publishing, 2008.
4. Witherington, George. «Translation «for publication» vs. “for information”». *MultiLingual* (#81 июль/август 2006): 47-52.

Джордж Уитерингтон — переводчик с большим стажем работы, в настоящее время работает внештатным переводчиком. Проживает в Великобритании.

Проблемы перевода — поиск иголки в стоге сена

Джей Барт Холлэдэй (J. Bart Holladay)

По мере ускорения развития международных бизнес-отношений растет потребность в переводе юридических документов. При рассмотрении международных судебных процессов основная сложность заключается в извлечении важной информации из большого объема материалов на иностранном языке и в ее представлении в форме, доступной и понятной всем участникам процесса. В этом случае любые ошибки перевода могут оказать существенное влияние на ход всего процесса. Электронные поисковые системы обеспечивают поиск, обнаружение и защиту электронных данных, которые могут использоваться в гражданских и уголовных процессах. Рассмотрим порядок управления данными на нескольких языках с помощью электронных систем поиска.

Электронные системы поиска реализуются с использованием нового программного обеспечения, позволяющего снизить стоимость управления большими объемами данных. Однако как быть при работе с большим объемом данных на иностранном языке? В действительности при работе любой международной компании используются и создаются данные на множестве иностранных язы-

ков, о некоторых из которых вы можете даже не знать. При рассмотрении международных судебных процессов основная сложность заключается в извлечении важной информации из большого объема (до нескольких миллионов страниц) материалов на иностранном языке и в ее представлении в форме, доступной и понятной всем участникам процесса, которые не могут читать исходные документы на родном языке.

До сегодняшнего дня в таких случаях использовались высокопроизводительные системы машинного перевода, качество работы которых иногда оставляет желать лучшего. Возможности традиционных систем машинного перевода в большой степени зависят от используемого программного обеспечения, языка и степени соответствия словаря, загруженного в систему. В общем случае такие системы дают понятность перевода на уровне 30 – 40% (или ниже при переводе отдельных слов). При определении степени понятности предложения было обнаружено, что подлежащее и дополнение играют в предложении более важную роль, чем сказуемое и порядок слов. Мозг человека эффективно распознает сложные синтаксические конструкции или неправильно употребляемые глаголы, однако плохо воспринимает ошибки

при употреблении подлежащего и дополнения даже в соответствующем контексте. В таком случае читатель часто не понимает смысл предложения.

Низкая степень понятности машинного перевода затрудняет его применение. Однако еще большие проблемы могут быть связаны с тем, что степень понятности любого предложения может лежать в диапазоне от 0 до 100%, в результате чего за абсолютно правильно составленным предложением может следовать полностью бессмысленное. Кроме того, неточности в результатах машинного перевода могут привести к серьезным ошибкам при использовании средств поиска и анализа, что может привести к появлению больших объемов неверной информации. По этим причинам в большинстве случаев применение машинного перевода не оправдывает ожиданий.

Однако при необходимости можно использовать машинный перевод в сочетании с другими процессами. Такой подход с применением ранжирования позволяет получать большие объемы важной и верной информации при минимальных затратах. При таком подходе вручную переводятся только важнейшие документы, которые могут использоваться в суде.

Ниже представлена структура решения по управлению многоязычными данными в электронных системах поиска, обеспечивающего эффективный перевод при умеренных затратах.

- Преобразование всех документов в формате изображений (например, PDF, TIFF или JPEG) в машиночитаемый формат с помощью программ

оптического распознавания текста. Обычно в этом процессе преобразуются все документы, предоставляемые противоположной стороной, и не задействуется большинство собственных документов компании. Возможности программ оптического распознавания текста во многом зависят от способности обрабатывать текст на иностранном языке, поэтому важно использовать программы со специализированными языковыми функциями.

- Использование соответствующего программного обеспечения, чтение документов в формате Юникод и других форматах, разделение документов по языковому признаку.
- Классификация, индексация и группировка документов, хранящихся в различных папках по темам (если они еще не определены) с использованием аналитических функций, позволяющих выявлять отношения между файлами в неструктурированных данных. Это позволяет значительно снизить затраты усилий на последующий перевод больших объемов данных и обеспечить доступность важной информации.
- Применение ключевых слов на иностранном языке и других способов идентификации для определения тематики сгруппированных папок, содержащих важную информацию.
- Приглашение рецензентов со знанием обоих языков для анализа определенных папок, содержащих важную информацию, а также папок, подлежащих машинному переводу. Обычно на этом этапе не требуется

приглашение юриста, дипломированного бухгалтера или специалистов в других, не относящихся к лингвистике, сферах. В штате переводческих компаний обычно состоят дипломированные лингвисты, специализирующиеся в соответствующих областях. Таким образом, поставщики услуг перевода могут предлагать услуги дипломированных лингвистов, которые при необходимости могут рецензировать документы в качестве дипломированных юристов.

- Обработка выбранных папок с использованием систем машинного перевода после настройки соответствующих словарей и добавления в них ключевых слов. Это позволяет обеспечить максимальное качество результатов машинного перевода. Список ключевых слов обычно включает в себя относящиеся к конкретному процессу имена людей, названия продуктов, мест, процессов, технические термины, ключевые слова для поиска и другие данные. Применение даже небольшого списка терминов может значительно повысить общее качество перевода. В качестве примера можно привести ошибку при переводе названия продукта *Immobilizer* на японский язык. В системе катакана, предназначенной для записи слов, заимствованных из других языков, название продукта выглядит как *イモビライザ*. При машинном переводе из-за нечеткого разделения слов, характерного для японского языка, был выделен первый слог названия *imo*, означающий «картофель». В результате назва-

ние продукта было переведено как «картофель», после чего следовало непереводаемое сочетание японских иероглифов «*ビライザー*», что привело к полной утрате смысла названия. Ввод правильно переведенного термина *immobilizer* в словарь перед выполнением дополнительного машинного перевода позволил устранить ошибку, связанную с этим ключевым словом, и обеспечить гораздо более высокую степень понятности данных. Применение эффективно составленного словаря для машинного перевода позволяет рецензенту, владеющему только одним языком, значительно повысить степень распознавания соответствующих материалов.

- Выборочное постредктирование (редактирование машинного перевода «вручную») важных документов в целях повышения понятности машинного перевода. Это один из важнейших этапов в оптимизации всего процесса. Документы, не имеющие критической важности, могут быть частично исправлены, чтобы обеспечить достаточную степень понятности при упущении определенных синтаксических недостатков. Более важные документы проходят более тщательное редактирование, что позволяет приблизить качество их перевода к уровню качества, обеспечиваемого при переводе человеком. Стоимость редактирования на таком уровне составляет всего две трети от стоимости перевода человеком. Документы меньшей важности, требующие исправлений, обычно

проходят редактирование по стоимости, составляющей одну треть от стоимости перевода человеком. При этом обеспечивается соответствующее сокращение сроков выполнения процессов.

- Документы с высоким приоритетом, которые могут предоставляться в суд, всегда полностью переводятся человеком и проходят сертификацию соответствия.

Такой комплексный подход по-прежнему предусматривает использование человеческих ресурсов, однако позволяет использовать передовые программные средства для работы с многоязычными данными и настраиваемые системы машинного перевода, обеспечивающие значительное сокращение затрат ресурсов и необходимость перевода человеком только важных документов.

В результате стоимость обработки многоязычных материалов с использованием электронной системы поиска составляет лишь малую часть от стоимости традиционного массового перевода без последующего исправления. При стремительном росте стоимости электронных систем поиска применение такого подхода позволяет сторонам судебных процессов оптимизировать затраты времени и средств.

Джей Барт Холлэдэй — руководитель отдела переводов компании Linguistic Systems, свободно владеет японским языком, много лет живет в Японии. Компания Linguistic Systems располагается в городе Бостон (США) и уже более 30 лет специализируется на предоставлении сертифицированных многоязычных услуг по переводу и рецензированию.

Важность человеческого фактора в управлении компанией

Кевин Фаунтукидис (Kevin Fountoukidis)

В послематчевых интервью нападающего, только что выигравшего Суперкубок, и тренера, только что победившего в Чемпионате мира, часто можно встретить такие слова: «Это все благодаря команде. Я бы никогда не смог достичь ничего подобного без этих замечательных ребят». В бизнесе часто злоупотребляют спортивными аналогиями, но если над этим подумать, то так и есть — и нападающий, и тренер на самом деле хороши лишь настолько, насколько хороша их команда. Это должен осознавать каждый менеджер. Когда вы поймете, что являетесь лишь отражением собственной команды, следующим вашим шагом (как бы банально это ни казалось) будет понять, как вы можете привести свою команду к чемпионству.

В компании по переводу и локализации качество услуг, предоставляемых в конечном итоге клиенту, очень сильно зависит от уровня сотрудничества работников из разных отделов с разными обязанностями. Руководитель проекта зависит от переданной ему менеджером по продажам необходимой информации о проекте и клиенте. Специалисты-публикаторы и инженеры по локали-

зации должны очень точно понимать планы клиента по локализации данной линии продукта, и как каждый проект или обновление вписывается в общую схему. Быстрая и эффективная работа компьютеров необходима всем, поэтому хороший отдел ИТ является незаменимым. Компания не может функционировать без денег, и, следовательно, необходим финансовый отдел. Этот список можно продолжать, но в конечном итоге важно понять, что все работники зависят друг от друга в деле достижения успеха и выживания компании и, соответственно, в плане собственного благополучия. Все работники одинаково важны, поскольку все они — члены одной команды.

Так как же добиться, чтобы, работая вместе в зачастую довольно напряженной обстановке, сотрудники не только не обозлились друг на друга, но и составили великолепную команду, предоставляющую клиентам услуги высокого уровня?

Возлюби ближнего своего

Один из обязательных ингредиентов, обеспечивающих хорошую работу в команде — это уважение друг к другу.

Может показаться, что это очевидный здравый смысл, но, как и во многих других случаях, здесь проще сказать, чем сделать. Как я уже говорил, каждый выполняет что-то важное, даже если его работа состоит в выносе мусора. Конечно, уважение заключается не только в этом.

Например, я не в восторге от людей, пытающихся продвинуться за чей-либо счет. Многие компании пытаются мотивировать своих работников, поощряя их соревнование друг с другом. Идея, стоящая за этой стратегией, предполагает, что в конечном итоге все будут работать лучше — но, хотя она, может быть, и хороша для некоторых компаний, в нашем деле она приводит к обратным результатам. Мы не мотивируем людей, ставя им в пример работу других, чтобы они попытались сделать ее лучше. В крайних случаях нам даже приходилось увольнять сотрудников, которые, при всей своей производительности и работоспособности, не соблюдали нашу политику по отношению к другим людям.

Мы подходим к этому очень серьезно, и в результате работники относятся друг к другу профессионально и с должным уважением. Мы всегда говорим людям, что необязательно любить своих сослуживцев или проводить с ними вечер за кружкой пива, но уважать их нужно обязательно. Мы хотим, чтобы работники всегда вели себя профессионально по отношению друг к другу. Нашим клиентам также важно, чтобы наша команда работала слаженно. Уважение — это средство, помогающее сплотить людей.

Учитесь доверять

Одно дело — научить членов команды уважать друг друга, но как удостовериться, что они должным образом выполняют свою работу? Возможно, здесь действует принцип: чем меньше, тем лучше? Зачастую в компаниях используются всевозможные показатели производительности для проверки работы сотрудников. Я никогда не был поклонником такого стиля управления. Если вы создадите систему, люди обязательно постараются найти способы обойти ее. Основной заботой менеджеров в этой «системе» будет лень работников и невыполнение ими своих обязанностей в отсутствие контроля. Без сомнения, эти менеджеры не доверяют своим подчиненным. Если вы относитесь к таким руководителям, я рекомендую вам решиться на смелый шаг и попробовать доверять своим людям. Результаты вас поразят. Очевидно, что вы не можете просто-напросто выдать им ключи и пожелать успеха. Поэтому позвольте объясниться: предоставление работникам максимальной свободы в принятии решений относительно их работы может творить чудеса. Позвольте своим людям участвовать в процессе принятия основных решений, затрагивающих их работу. Пусть они сами выдвигают идеи и воплощают их в жизнь. Поразительно, насколько возрастает мотивация при реализации собственной идеи или плана. Я уверен в том, что хороших людей достаточно лишь направлять, позволяя им самим находить лучший путь. Их мотивация будет выше и они будут работать усерднее, если будут чувствовать, что

выполняют принятое совместно с ними решение, а не чей-то приказ.

Недостаток этого принципа в том, что он работает только для штата, состоящего из хороших и надежных работников. Я не считаю, что он работает для всех людей. Для некоторых, конечно, контроль может быть необходим. Мы выбрали путь доверия нашим сотрудникам, и пока что это отлично работает. Мы ожидаем от сотрудников отдачи при выполнении работы, и это означает, что им, возможно, придется задерживаться после работы и делать все необходимое, чтобы обеспечить своевременный возврат проектов клиентам с минимальным количеством ошибок. Обратной стороной будет то, что при меньшем количестве работы они смогут использовать Интернет в личных целях, болтать с коллегами или даже сыграть в какую-нибудь игру.

Здесь проявляются некоторые проблемы управления, ведь не все отделы находятся в одинаковых условиях. Имеется два типа отделов: «активные» и «реагирующие». В «активных» отделах работники должны сами создавать свою работу. Примером может служить отдел продаж, так как объем работ в нем неограничен. Всегда можно заняться поиском нового клиента или сделать еще один телефонный звонок. Второй тип отделов — «реагирующий». Хорошим примером может служить отдел управления проектами, так как здесь объем работы менеджеров определяется нашими клиентами. Если от клиентов поступает много работы, менеджерам приходится работать не покладая рук и даже задерживаться допоздна. Если работы

поступает меньше, они могут немного расслабиться.

В результате получается ситуация, в которой одни отделы контролируются больше, чем другие. Проблема в управлении может возникнуть, если работник из «активного» отдела посмотрит на работающего в «реагирующем» отделе и спросит: «Почему у них такие большие перерывы? И почему каждый раз, когда я захожу к ним в комнату, они заняты посторонними делами? Почему они так долго обедают?». Ответ очень прост. Этим людям вскоре придется оставаться на работе и выполнять работу до ее завершения; они просто не смогут уйти домой и закончить работу завтра. Однако даже в этих «реагирующих» отделах мы делаем все, что в наших силах, чтобы обеспечить работникам максимальную свободу в создании собственной работы. Мы полагаем, что это существенно для мотивации. В конце концов, все упирается в доверие.

Люди должны сами выдвигать идеи и воплощать их в жизнь. Поразительно, насколько возрастает мотивация при реализации собственной идеи или плана.

Что нас действительно волнует в итоге — это выполнение работы, независимо от типа отдела работника. При этом доверие, о котором я говорю, в результате оказывается только тем работникам, которые могут работать в такой среде — некоторым людям просто жизненно необходимо, чтобы их контролировали, оценивали результат и проверяли. Работники, которым мы не доверяем, у нас не выживают. Те же,

которые пользуются преимуществами предлагаемой нами системы, расцветают. Мы называем это негласным соглашением и, в конце концов, я думаю, оно делает нашу компанию более сильной и привлекательной для работы.

Общение — это все

Выше мы рассмотрели, как добиться уважения и поддержки работников с помощью доверия. Другой способ поддержать работников – предоставить им доступ к как можно большему количеству информации. Я читал об управлении с всеобщим участием и восхищен им. В таких компаниях размеры зарплат и компенсационных пакетов известны всем, сотрудники совместно работают над определением целей, и все разделяют успех компании. Мы еще не пришли к этому, но мы действительно стараемся давать работникам всю возможную информацию о происходящем. Мы регулярно предоставляем сведения о финансовом состоянии компании, о ее доходах и прибылях. Мы всегда держим наших сотрудников в курсе изменения нашей стратегии и успехов в достижении целей. Мы сообщаем им обо всех важных изменениях и принимаемых решениях в нашей компании. Мы публикуем информацию о любых новых инициативах. Информация в организациях может распространяться различными способами. Зачастую в компаниях самыми эффективными являются «сарафанное радио» и другие каналы распространения слухов. Мы решили, что лучше будем сами контролировать информационный канал, чем рассчиты-

вать на каналы, которые нередко искажают сведения.

В результате была представлена одна из наших самых успешных инноваций — блог компании. Нам удалось внедрить практику, когда работники компании читают новости в ее блоге. Это позволяет нам донести необходимую информацию до всех сотрудников, не тратя время на большие общекорпоративные собрания. Некоторые сведения не являются критичными для работы. Иногда это что-то незначительное, например изменения в системе заказа обедов. Но мы также используем это средство и для передачи важной информации. В результате наши сотрудники действительно хорошо информированы обо всем происходящем. Еще один способ поддержать работников — поощрять то, чтобы они приходили к нам со своими проблемами, идеями и заботами. Мы хотим, чтобы они были способны внести что-то новое, а в конечном итоге — помогли нам в управлении компанией. Чтобы добиться этого, нам нужно предоставить им возможность общения со своими руководителями и со мной. Мы хотим создать прямые каналы коммуникации.

У нас есть различные способы предоставления работникам прямых каналов общения. Во-первых, менеджеры поощряют своих работников приходить к ним в любое время со своими идеями и проблемами. Кроме того, в нашей системе аттестации имеется один элемент, предназначенный для улучшения коммуникации. После того как работник был оценен своим руководителем, я получаю сводку его аттестации и провожу 15–30-минутную встречу с каж-

дым работником компании. Argos — не слишком большая компания, но у нас в штате более 80 человек, работающих на полную ставку. Уверен, что некоторые из вас, читая это, думают, что я, должно быть, совсем выжил из ума, если трачу ежегодно столько времени на дополнительные пост-аттестационные встречи, которые фактически ничего не добавляют к аттестации.

Я же твердо уверен в том, что эти короткие встречи очень полезны по ряду причин. Во-первых, это помогает мне не отрываться от реальности. Я думаю, что для меня как исполнительного директора важно слышать и понимать проблемы и вопросы, с которыми встречаются наши сотрудники в своей каждодневной работе. Это позволяет мне быть более объективным. Кроме того, таким образом мы предоставляем работникам ценный канал коммуникации. На этих встречах я часто прошу работников выдвигать идеи по поводу улучшения нашего бизнеса и пытаюсь понять, как можно лучше управлять компанией.

Иногда во время этих встреч я получаю очень ценные идеи.

Подобные беседы с каждым из работников раз в год действительно занимают определенное время, но я думаю, что оно того стоит. Написание постов в блоге, работа над улучшением коммуникации и укреплением доверия и уважения между работниками также требует времени. Тем не менее, я полагаю, что все это дает результат. В итоге работники чувствуют, что они могут изменить компанию. И это правда — они действительно могут изменить ее! Если вы сможете добиться этого, в выигрыше будут все.

Не так-то просто создать конкурентоспособную команду. Для этого требуется время, терпение и усердная работа, но менеджер на самом деле хорош лишь настолько, насколько хороша его команда.

Кевин Фаунтукидис — исполнительный директор Argos Translations, одной из крупнейших европейских компаний по переводу и локализации, работает в офисе в Кракове.

Руководители проектов и менеджеры по продажам — разрешение конфликтов

Тина Каргайл (Tina Cargile) и Эрин Ванг (Erin Vang)

Склоки между отделами — ни для кого не новость; главное здесь — избежать перестрелки в коридорах. Вряд ли найдется зона отношений, более напряженная, чем между руководителями проектов и менеджерами по продажам. Поэтому мы попытались разузнать, что может вывести из себя обе эти стороны.

Хотя и те, и другие разделяют общую цель — всеобъемлющий успех компании — их личные точки приложения усилий в значительной степени различны. Отдел продаж заинтересован в удержании клиента, и в спокойной жизни. Руководители проектов также заинтересованы в удержании клиента и в спокойной жизни, но уже для себя. Но получается так, что одна «спокойная жизнь» зачастую противоречит другой.

Точка зрения: десять лучших способов вывести из себя менеджера по продажам (слово предоставляется Тине)

1. **Скрывать плохие новости.** Когда проект летит к чертям, не говорите мне об этом.
Ну-ну! В мои обязанности входит раздуливание ситуации и предло-

жение клиенту вариантов решений. Ваше своевременное предупреждение поможет мне разработать альтернативные сценарии сдачи проекта. Определенные клиентом контрольные точки часто можно скорректировать, если обсудить это заранее.

2. **Не обращать внимания на рискованные сроки сдачи.** Говорить: «да, хорошо», когда заданы сжатые сроки — это круто, потому что поддерживает хорошие отношения.

Нет, неверно. Если сроки рискованные, дайте мне знать! Лучше вооружить меня встречным предложением немедленно, а не ждать до последней минуты, чтобы объявить, что проект на грани провала или вообще безнадежен. Если клиент просит, чтобы мы озвучили наши «лучшие» сроки, не спрашивайте меня, что именно ему надо, потому что он захочет получить работу вчера. И мы оба знаем, что это невозможно! Вместо этого предложите приемлемые сроки, и я попытаюсь сделать так, чтобы это сработало.

3. **Спорить со мной о бесплатных услугах.** Прибыль есть прибыль.

Иногда стоит поступиться деньгами, чтобы заполучить нового клиента или сохранить недовольного. Я понимаю, что вы хотите удержать свою прибыль на достойном уровне для очередного годового отчета, но помните, что лучше заработать меньше, чем вообще ничего. Можете также вспомнить, что более низкие цены означают и меньший процент комиссионных и для меня тоже. То есть я не то чтобы хочу вас разорить; я жертвую малым, чтобы мы все могли остаться при делах.

- 4. Принимать срочные задания от клиента, несмотря на сомнения в их выполнимости.** Не стоит привлекать особое внимание к проблемам. Я же умею читать ваши мысли!

Ничего подобного. Вы можете ежедневно отправлять мне копии ваших переговоров по проекту, но вы не можете ожидать, что я разберусь в том, когда ваши вежливые слова «никаких проблем» на самом деле означают «БОЛЬШИЕ проблемы». Я не вовлечена в ваш каждодневный процесс работы, и ваши смиренные ответы клиенту выглядят для меня такими же успокоительными, как и для него. Если есть проблемы, скажите об этом прямо и привлечите к ним мое внимание.

- 5. Присылать мне бесчисленное количество вопросов вместо конкретных предложений.**

Любое возможное беспокойство или возражение можно сформулировать как вежливый вопрос.

Это не лучший способ общения! Предполагается, что мы специалисты

в своей области. Многие из наших клиентов не настолько хорошо подкованы, а консультирование по лингвистическим вопросам относится к тем услугам, которые мы продаем. Спрашивать клиента, впервые столкнувшегося с необходимостью локализации, как он хочет решить проблему увеличения объема текста — не самая лучшая стратегия. Вместо этого предложите варианты, исходя из своего опыта. В девяти случаях из десяти клиент будет благодарен за консультацию.

- 6. Говорить мне то, что я хочу услышать (по вашему мнению).** Говорить мне, что все идет по плану и в пределах бюджета, и беспокоиться не о чем.

Хорошее настроение — это личное дело, а мы здесь занимаемся бизнесом. Я должна делать свою работу, и неприятную информацию мне лучше получить как можно раньше. Торжественно обещаю, что я не прибегну к насилию и даже к сарказму. Ладно, полное отсутствие сарказма гарантировать не могу.

- 7. Заставлять меня гадать.** Мне не обязательно знать, что происходит, пока оно не станет безнадежным.

Возможно, все мы работаем круглые сутки и без выходных, но, пожалуйста, позвольте мне (и себе) иметь хоть немного личного времени, сообщая о проблемах до того, как они превратятся в чрезвычайную ситуацию.

- 8. Говорить мне, что вы по уши в работе.** Непохоже, чтобы в настоящий момент это было так.

По уши в работе? Возможно, я тоже. Ну так научитесь просить о помощи,

когда она вам нужна. Ваша работа состоит в выполнении потребностей клиента.

9. Скрывать претензии заказчика.

Лучше держать проблемы в секрете и надеяться, что все сойдет в рук.

Да уж, отличный подход к делу! Как я могу решать вопросы, если я не в курсе происходящего? Я ваш партнер, а не враг. Не переживайте по поводу недостатков; они — урок для вас и возможность постоянного совершенствования. Воспринимайте меня как своего адвоката, поскольку я действительно умею смотреть на проблему с обеих сторон.

10. Злобствовать по поводу моих «гламурных» командировок.

Я только порхаю с места на место, пока вы там трудитесь как пчелки, поэтому вы вправе быть недовольным.

Если бы вы только знали... Да, я часто куда-либо езжу, и я останавливаюсь в приличной гостинице, но это всего лишь очередная гостиница. Мне редко удается увидеть город, в который я приезжаю, а презентация — будь то конференция, лекция или посещение клиента — чревата гудящими ногами, судорогами от постоянной улыбки на лице, необходимостью проводить время вдаль от семьи и злключениями в аэропорту.

Взгляд с другой стороны: десять лучших способов вывести из себя руководителя проекта — для коллег и поставщиков услуг (слово предоставляется Эрин)

1. Скрывать плохие новости.

Ни за что не сообщайте мне, если вы не успе-

ваете к сроку или какой-то из компонентов никак не хочет работать.

Я и так знаю, что составленные графики и списки доступных возможностей отражают наилучший сценарий, которые придется корректировать, как только прояснится ситуация. И лучше, если сразу придется спуститься с небес на землю. Информировать меня о том, что происходит! Если это незначительное изменение, возможно, мне удастся все уладить. Если изменение серьезное, мне придется оказать помощь руководству при разработке запасного плана.

2. Не обращать внимание на рискованные сроки сдачи.

Сообщать о том, что король голый, не входит в ваши обязанности, поэтому можно замалчивать, что установленный официальный график просто нереален.

Как я говорила выше, нас часто просят подписаться под нереальными сроками, хотя все знают, что фактическая дата сдачи будет значительно позже. Но кому это может быть на руку? Боссу? Нет, босс ставит на это свою репутацию, босс хочет знать правду и, возможно, даже не осознает, насколько вы боитесь эту правду сказать. Заказчиком? Нет, у заказчиков есть график производства, зависящий от согласованных с нами дат поставки, и им важно, чтобы мы придерживались установленных сроков, а сроки как таковые второстепенны.

3. Спорить со мной о деталях.

Почему мы не можем отображать цены в йенах с двумя разрядами для центи-йен?

Иногда бывает сложно проработать все тонкости местной специфики —

как, например, формат валюты, не подразумевающий десятичных разрядов. Я понимаю, что это сложно, но цены в японских йенах не содержат десятичных долей (за исключением индекса Никкей). И если мы не разберемся с этими десятичными разрядами, то это все равно, что не включать поддержку йены вообще. Это не просто мелкая придирка, а обязательное условие!

4. **Пожимать плечами, говоря: «Конечно, мы это сделаем», даже если вы знаете, что это невозможно.** Закатывание глаз должно передать, что вы на самом деле имели в виду. Вы можете закатывать глаза и думать, что я понимаю, что это означает, но если вы сказали, что можете что-то выполнить, я жду от вас именно этого. Если это что-то невозможно сделать, невозможно выдержать сроки или просто есть какие-то сомнения, так и скажите! Мы должны отталкиваться от правды. Пустые обещания ни к чему нас не приведут.
5. **Отправлять мне длинный список сомнений вместо наиболее вероятного прогноза.** Вам обязательно надо перечислить миллион вещей, которые могут не получиться (коллеги), или сослаться на ценовое предложение по проекту (поставщики услуг). Послушайте, я знаю, что вам надо прикрыть свои, гм, тылы на случай, если готовый результат будет заметно отличаться от оговоренного, но неужели действительно стоит подробно останавливаться на любом возможном риске? Нельзя ли просто оговорить базовые сроки и предло-

жить план разрешения противоречий на случай непредвиденных обстоятельств?

6. **Говорить мне то, что я хочу услышать (по вашему мнению).** Что бы я ни спрашивала, улыбаться и отвечать: «Будет сделано, мэм». «Ну-ну!» — как выразилась Тина. Если я задаю вам вопросы, то не с целью быть вежливой, а потому, что я действительно хочу получить ваш совет. Поставщики, если мы делаем что-то глупое, скажите нам об этом и помогите найти лучший способ! Коллеги, если мои вопросы кажутся вам странными, не отмахивайтесь от них, а помогите мне понять то, чего я не знаю. Обещаю не вставать в защитную стойку и не смущаться. Впрочем, нет — смутиться я как раз могу.
7. **Заставлять меня гадать.** Мне необязательно знать, что происходит, пока оно не станет безнадежным. Возможно, все мы работаем до поздней ночи, и я понимаю, что вас это беспокоит, но ваша задержка «всего на несколько дней» — это моя головная боль: уведомить 20 человек о том, что поставка задерживается, и что они могли бы все же поехать отдохнуть в эти выходные, если бы еще можно было достать билеты на поезд. Жаль, что я не узнала об этом пораньше, да и они тоже.
8. **Говорить мне, что вы по уши в работе.** Если у вас много работы, то на мои письма, конечно же, можно не отвечать.

Эй! Я не высыпаюсь так же, как и вы. И вы знаете, что на некоторые из моих вопросов ответы требуются незамедлительно, а через две недели они уже бесполезны. Так что будьте добры удостоить меня хоть каким-нибудь ответом: «да», «нет» или «я жду решения такого-то». Возможно, я смогу раздобыть вам решение «такого-то», чтобы подтолкнуть процесс.

9. Скрывать проблемы поставщиков услуг. Если вы не можете понять, что означают наши строки, можно просто сделать пословную замену и надеяться, что заказчик никогда этого не обнаружит.

Или нет? Да, некоторые из наших строк никуда не годятся, но это не означает, что наши заказчики не должны понимать их. Я ваш партнер, а не враг. Не бойтесь задавать вопросы, чтобы не показаться глупыми. На самом деле вы – наши лучшие редакторы, и если бы не вы, даже наш англоязычный продукт был бы в беспорядке. Я благодарна вам, когда вы обращаете наше внимание на проблемы.

10. Злобствовать по поводу моих «гламурных» командировок. Я часто летаю, останавливаюсь в гостиницах и ем в ресторанах на деньги компании, а вы все время сидите дома и поэтому вправе мне завидовать.

Да, дорогие коллеги, у меня есть платиновые бонусные карты в авиакомпаниях, но не думаю, что у меня когда-нибудь найдется время использовать все эти бонусные мили для отпуска. И вы, похоже, не понимаете,

что я нахожусь на виду с 8 утра до 10 вечера, после чего еще принимаюсь разбирать почту. Мне бывает некогда постирать вещи, и мне приходилось носить нижнее белье наизнанку, шиворот-навыворот и задом наперед. Я набираю вес при каждом походе в ресторан, дважды пересмотрела все телевизионные шоу на моем iPod и скучаю по своей собаке.

Мы все сталкиваемся с проблемами и испытываем беспокойство — это и называется работой. Однако, если мы не будем скрывать трудности и будем снисходительны друг к другу в сложные моменты, мы найдем путь к общему успеху (или, по крайней мере, избежим серьезных неудач). Поиск виноватых лишь приводит к конфликтам, в то время как разделение ответственности «в горе и радости» сплачивает нас и позволяет расти нашим партнерским отношениям. Позже мы вместе посмеемся над прошлыми баталиями, если не забудем отпраздновать их за пивом. А успехи, которые достались без труда, быстро забываются.

Тина Каргайл — работала в компании McElroy Translation в качестве руководителя производства и старшего менеджера по проектам с 1988 года. В настоящее время она является менеджером по развитию бизнеса.

Эрин Ванг — работает менеджером международных программ в подразделении JMP R&D компании SAS, которая является крупнейшей в мире частной компанией, занимающейся разработкой программного обеспечения.

Реальная стоимость качественного перевода ПО

Хэнк Боксма (Henk Bokma)

Одним из основных критериев выбора поставщика языковых услуг (LSP) является стоимость перевода одного слова. Это имеет смысл при переводе обычного текста, когда контекст полностью доступен. В таком случае довольно просто провести оценку и выбрать поставщика языковых услуг с оптимальным отношением «цена/качество». Но верно ли это и для локализации программного обеспечения?

Опыт, полученный мной в технических областях, всегда заставлял меня удивляться: почему стоимость перевода отдельного слова остается одним из основных критериев выбора поставщика языковых услуг при локализации программного обеспечения? Стоимость перевода самого ПО составляет лишь часть реальных затрат на перевод. Процесс перевода ПО заметно отличается от перевода обычного текста; локализация программного обеспечения должна быть составляющей процесса разработки ПО. Во многих случаях локализация программного обеспечения считается действием, выполняемым после завершения разработки. Это существенно влияет на длительность, стоимость и качество локализации.



Способ реализации общих требований к переводу ПО позволяет с достаточной степенью достоверности определить окончательные характеристики переводческого проекта, к которым относятся его длительность, стоимость и качество. Представляет интерес тот факт, что большая часть этих требований должна реализовываться разработчиками ПО.

Таким образом, разработчики ПО в большей степени определяют результат перевода, чем поставщик языковых услуг. Чтобы изменить этот результат в желательном направлении, следует также обратить внимание на предотвращение дополнительных расходов. Сейчас же больше внимания уделяется

сокращению имеющихся расходов, а не борьбе с дополнительными расходами. Три фактора разработки продукта (время, стоимость и качество) постоянно противоречат друг другу. Как говорится в известном изречении, можно выбрать любые два фактора из этих трех. Например, своевременное обеспечение качества приведет к повышению стоимости. Сокращение расходов при поддержании высокого качества выльется в более длительный цикл разработки. Это верно в случае, когда производственный процесс остается постоянным.

Однако на локализации программного обеспечения можно сэкономить существенные суммы и в то же время сократить объем работы (то есть время разработки), повысив при этом качество перевода. Для этого необходимо действовать более продуманно. Итак, следует определить, из чего именно складывается стоимость локализации ПО.

Особенности локализации программного обеспечения

Почему локализация ПО отличается от локализации обычного текста? Программное обеспечение содержит строки, сохраняемые в файлах ресурсов — например, в RESX-файлах. У каждой строки имеется уникальный идентификатор. Программное обеспечение использует строки, ссылаясь на их идентификатор. Перевод по сути сводится к замене всех исходных текстов в файле ресурсов на их переводы. Получаемый файл можно загрузить в сборку программного обеспечения, чтобы перевод стал доступен пользователям.

Если не предпринять дополнительных мер, то переводчик получит лишь таблицу со строками. Без контекста ее будет сложно перевести, потому что, например, строка *edit* может быть как существительным, так и глаголом. Кроме того, переводчик не знает, поместится ли переведенная строка в выделенное для нее пространство, так как у программ могут быть ограничения по длине отображаемых строк. Еще одна важная характеристика — это способность средства локализации ПО выводить строки в контексте окна, отображаемого в переводимом приложении. Благодаря этому пользователь получает контекстную информацию.

После завершения работы переводчику хотелось бы увидеть все переводы в контексте целевого приложения. Указания по навигации сообщают переводчику, как добраться до каждой из строк. К сожалению, определенные строки отображаются в ситуациях, которые непросто смоделировать (например, это предупреждения об определенных состояниях).

Перед локализацией программного приложения его необходимо интернационализировать. Цель разработчиков — создание такого программного приложения, которое может быть адаптировано к различным языкам и регионам без внесения технических изменений. К сожалению, во время проведения локализации могут быть обнаружены проблемы, связанные с интернационализацией; о каждой такой проблеме необходимо сообщать разработчикам ПО, обычно посредством запроса на изменения. Затем комиссия по контролю за из-

менениями примет решение, следует ли работать над данной проблемой. Решение зависит от различных критериев и не всегда будет оптимально с лингвистической точки зрения. К примерам проблем, связанных с интернационализацией, относятся жестко запрограммированные строки, слияния строк, повторное использование идентификаторов строк и отсутствие поддержки двунаправленных языков.

Основные причины, по которым локализация программного обеспечения настолько отличается от перевода обычного текста — это зависимость от процесса разработки и отсутствие в переводимых строках полной контекстной информации.

Необходимые условия

Помимо того, что программное приложение должно быть качественно интернационализировано, для получения хорошего перевода ПО необходимо выполнение следующих обязательных требований:

- **Контекст источника и перевода:** переводчику желательно видеть переводимую строку в полном исходном контексте, а переведенную строку — в полном контексте перевода. Просмотр выполняемого перевода в контексте помогает избежать лингвистических, косметических и функциональных ошибок.
- **Навигация:** помимо контекста строк, одновременно отображаемых на экране, переводчику желательно знать способ перехода к окну, содержащему отображаемую строку.
- **Отсечение:** желательно, чтобы переводчик немедленно узнавал о том, что переведенная строка не помещается в выделенное ей пространство в переводимом приложении. Важность ситуации отсечения части строки зависит от вида продукта. Для пользователя приложения для сотового телефона слишком длинная строка окажется всего лишь неудобством, а в медицинском приложении от нее может зависеть чья-то жизнь. Согласно исследованиям LISA, этот вид проблем оказывает непропорционально большое влияние на принятие решений о покупке, даже большее, чем проблемы с функциональностью.
- **Качество:** используемая переводчиком рабочая среда должна поддерживать лингвистический контроль качества. Этого можно достичь посредством проверки единообразия и правильности использования терминов. Среда также должна обеспечивать обнаружение связанных с качеством проблем, например путем сравнения исходного текста и перевода.

Если эти требования игнорируются при разработке продукта на этапе планирования архитектуры, что часто и происходит, то в результате стоимость разработки существенно возрастет, а дополнительная задержка выхода на рынок вызовет потерю потенциальных продаж.

Стоимость локализации программного обеспечения

Дополнительные расходы при разработке продукта обычно скрыты в стои-

мости локализации; численно выразить их сложнее, чем стоимость перевода слова.

Разработчики также принимают участие в процессе перевода, и связанные с этим расходы в принципе могут быть уменьшены. На сегодняшний день многие проекты выполняются с использованием гибкой методологии разработки ПО (Agile Development), предполагающей, что разработчики вносят изменения в файлы ресурсов – создают, обновляют или изменяют исходные строки – по ходу процесса перевода. Переведенные файлы ресурсов, возвращаемые переводчиками, должны интегрироваться в сборку программного обеспечения. Этот процесс интеграции становится непростой задачей без правильного инструментария. Например, в ситуации, когда исходный текст был изменен, его придется переводить повторно.

Обычно переводы выполняются в конце разработки продуктов. На этом этапе разработчики обычно работают в поте лица, чтобы выпустить продукт в срок. Переводчикам периодически приходится запрашивать у разработчиков необходимые сведения о контексте, отрывая их от основной работы.

Если средства локализации программного обеспечения отсутствуют, разработчикам придется самостоятельно создать и поддерживать инструментарий для обеспечения процесса локализации. Такие средства могут становиться довольно сложными и, как правило, их не просто поддерживать. Благодаря использованию профессионального сред-

ства локализации ПО, реализующего ту же функциональность, можно практически полностью исключить такую дополнительную нагрузку на разработчиков. При этом вложения дадут явную отдачу в виде сокращения их трудозатрат. Стоимость разработки и обслуживания сократится, а среда станет менее зависимой от принимаемых решений по архитектуре.

Обычно переводы выполняются в конце разработки продукта. На этом этапе разработчики работают в поте лица, чтобы выпустить продукт в срок. Переводчикам периодически приходится запрашивать у разработчиков необходимые сведения о контексте, отрывая их от основной работы. Ответы на вопросы такого рода могут потребовать существенных трудозатрат даже в проектах среднего масштаба, так как одни и те же вопросы будут периодически возникать у каждого из независимых переводчиков. Иногда переводчики могут обнаруживать и проблемы интернационализации, например жестко закодированные строки или слияния строк. Чем позже в процессе разработки будет обнаружена проблема такого рода, тем дороже обойдется ее устранение. Средства локализации программного обеспечения помогают разработчикам обнаруживать проблемы интернационализации еще в начале цикла разработки.

Основные расходы при локализации приходятся на тестирование, и тут уже нет большой разницы между 19 или 20 центами за слово перевода, на которые часто ориентируется заказчик при выборе поставщика языковых услуг. Во многих случаях инженеры-тестеры не обуча-

лись поиску лингвистических проблем. Они главным образом обнаруживают ошибки в реализации функций продукта и сообщают об этих ошибках разработчикам. Итак, какова скрытая стоимость локализации в этой отрасли?

К счастью, во многих организациях отдел тестирования знает, что переводчикам требуется поддержка. В результате нередко получают технические решения (инструменты), не самые эффективные с точки зрения переводчика. Часто такими инструментами сложно пользоваться, они не обеспечивают надлежащего качества, а их поддержка трудоемка и дорогостояща.

Распространена, например, ситуация, когда у отдела тестирования имеется среда обработки по сценариям, под контролем которой целевое приложение запускается и отрабатывает все возможные варианты, при этом отображаются все экраны приложения и все содержащиеся в нем строки. Полное тестирование может занимать больше одного-двух дней на каждый язык в зависимости от сложности тестируемого продукта. Представим, что в этом примере при реализации процесса обработки по сценариям разработчики смогли относительно просто наполнить базу данных, содержащую сведения о том, на каком экране используется каждая из строк (включая снимки экрана). Следующим шагом будет создание небольшого инструмента или веб-приложения, в котором переводчик сможет ввести идентификатор экрана и просмотреть всю соответствующую контекстную информацию. К сожалению, в такой среде переводчик не может увидеть свой пере-

вод непосредственно в контексте и не сможет определить возможное усечение строки. Сначала необходимо отправить перевод разработчикам, которые импортируют его в сборку ПО, а затем среда выполнения сценариев повторно выполнит сценарии и создаст результирующие снимки экранов с переведенными строками. Этот процесс может занять несколько дней, и лишь затем переводчик сможет продолжить работу. Переводчик сообщает инженерам-тестировщикам, что желательно иметь возможность выполнять переводы в контексте. Для этого тестеры реализуют функцию распознавания текста, которая распознает строки в растровых изображениях экранов и выводит вместо них переводы этих строк. Отлично? Да, но позднее выясняется, что эта функция не работает для подчеркнутых строк. Разумеется, инженеры находят решение, но изначально маленькое приложение начинает медленно, но верно увеличиваться.

Здесь важно подчеркнуть, что приложения, разрабатываемые инженерами отдела тестирования внутри компаний, в первую очередь ориентируются на функциональное, а не лингвистическое тестирование. Как правило, в этих средствах внутренней разработки отсутствуют новейшие функции, реализованные в профессиональных средствах локализации переводов, например подключение к памяти переводов, поддержка нечетких совпадений или поиск по ключевым словам. Сложность заключается в интеграции средств локализации ПО сторонних поставщиков в процесс разработки ПО.

Нагрузка на переводчиков

Перевод может нарушить работу программного кода, скажем, если в переведенном тексте отсутствует переменная, упоминавшаяся в исходном тексте (например, {0}). При работе приложения во время подстановки значения в несуществующую переменную система выдаст исключение.

Проблемы такого рода можно решать двумя способами:

- Предоставить переводчикам полную свободу действий. В результате перед выводом продукта на рынок потребуются дорогостоящее тестирование для каждого из языков.
- Разрешить переводчикам вносить изменения только в строки, относящиеся к новому набору функций. Это решение выглядит разумным с технической точки зрения и с точки зрения управления проектом, но оно может ухудшить лингвистическое качество окончательного продукта. Поэтому при окончательном утверждении продукта его выход может быть отложен до устранения лингвистических несоответствий. Разработчики могут реализовать сценарии, подтверждающие, что переводчики вносят изменения только в строки, относящиеся к текущей области работы.

При использовании среды переводов для локализации ПО ошибки этого рода были бы предотвращены. Формально такое предотвращение ошибок может реализовываться в компоненте контроля качества (QA). Такая функция могла бы, например, сравнивать переведенные строки с исходными и обнаруживать от-

сутствие переменных в переводе. Другой способ предотвращения подобных ошибок более ориентирован на процесс: менеджер проекта должен иметь возможность пометить строки, не относящиеся к текущей области работ, как доступные только для чтения. В таком случае переводчики не смогут изменить эти строки.

Недостаточная поддержка локализации ложится тяжелым бременем на плечи переводчиков и руководителя проекта в повседневной работе. После завершения собственно перевода проходит несколько дней, пока разработчики не обработают перевод и не создадут результирующие материалы. Переводчик проверяет материалы и вносит необходимые изменения, а затем цикл повторяется. В результате и переводчики, и разработчики постоянно отвлекаются и не могут сосредоточиться на одной задаче. Это очень непродуктивно.

У каждого заказчика, а иногда даже у отдельных групп внутри компании-заказчика используются собственные процессы и архитектуры, для работы с которыми переводчику приходится использовать различные среды переводов. Во многих случаях среда перевода в большей или меньшей степени определяется решением отдела разработки. Переводчиков необходимо обучать работе в каждой из этих сред, что фактически является скрытыми издержками. Этого не происходило бы, если бы переводчики располагали унифицированной средой переводов, поддерживающей большинство архитектур и процессов. Переключение между задачами занимает много времени. Иногда переводчику приходится переустанавливать разработанные

внутри компании-заказчика инструментами, чтобы перевести полученные новые материалы.

После завершения перевода, его компиляции в приложении и функционального тестирования инженерами-тестерами строки перевода можно увидеть в контексте. Можно обнаружить ошибки, не замеченные при тестировании функциональности, например проблемы, связанные с двунаправленными языками. В худшем случае такие проблемы могут заметно повлиять на разработку и увеличить время до выхода продукта на рынок. Они даже могут вызвать решение не выпускать продукт на таких языках. Как правило, поздно обнаруженные в процессе разработки ошибки влекут значительные расходы.

Специалист из соответствующей страны проверяет перевод продукта. Обычно у таких специалистов по продуктам бывает плотный рабочий график, а проверка продуктов – не главный род их деятельности. Важно отметить, что процесс проверки должен выполняться эффективно. В идеальном случае специалист должен иметь возможность самостоятельно выбирать время. Неэффективность этого процесса приводит к пустой трате времени специалиста (и, соответственно, денег на его зарплату). Специалисту нужны четкие указания по навигации и список экранов, которые необходимо проверить.

Средства локализации программного обеспечения

Средства локализации ПО, например SDL Passolo и CATALYST, реализу-

ют среду переводов, которая на первый взгляд удовлетворяет самым высоким требованиям. Они поддерживают визуализацию ресурсов для самых распространенных архитектур. Пользователю предоставляется среда, в которой перевод может выполняться в контексте: отображаются и исходная строка, и перевод; средство также контролирует превышение длины строк. Кроме того, доступен компонент контроля качества, выполняющий разнообразные проверки. В этих средствах можно легко переключаться между экранами в проекте, но сами они не реализуют подсистемы сценариев, автоматизирующей переход между экранами для пользователей.

Помимо отсутствия функций навигации, современные средства локализации ПО не поддерживают следующие функции:

- Динамическое содержимое: средства локализации могут отображать в контексте окна строки, генерируемые кодом во время выполнения. Ресурсы окна, загружаемые в средство локализации ПО, не ссылаются на такие строки. Поэтому средство локализации не может отображать строки данного типа в контексте.
- Ресурсы собственных разработок: обычно средства поддерживают большинство архитектур ПО, но что можно сказать об устаревших архитектурах или собственных разработках крупных компаний? Во многих организациях все еще имеются большие объемы ресурсов, которые невозможно визуализировать в современных средствах локализации ПО без доработки.

Поставщиков средств локализации нельзя винить в этом, ведь способ визуализации главным образом зависит от того, как именно разработчики создавали ресурсы. К счастью, существуют отлично действующие решения данной проблемы, но они требуют дополнительных вложений. Практика показывает значительную отдачу от таких вложений.

Рекомендации

Стоимость локализации программного обеспечения часто бывает значительной. Многие составляющие этой стоимости скрыты внутри организации-разработчика ПО, поэтому их сложно измерить.

Стоимость перевода одного слова, напротив, измерить легко; обычно поставщики языковых услуг конкурируют именно по ней. Часто агентства переводов, чтобы выделиться среди конкурентов, упоминают контроль качества и высокое качество терминологии. Бесспорно, эти аспекты очень важны. Но нужно задать вопрос: как можно обеспечить хорошее качество перевода ПО при некачественных исходных материалах? Единственный способ обеспечить качество в такой ситуации — это приложить непомерно большие усилия при тестировании. Качество придется буквально «затестировать» в переведенный продукт.

В большинстве случаев бремя тестирования ложится на отдел тестирования заказчика, так как именно он должен

предоставлять все необходимые материалы переводчикам. Поэтому наш тезис заключается в том, что реальная стоимость локализации ПО главным образом оплачивается отделами разработки, даже если они это и не осознают.

Существуют способы значительного уменьшения стоимости локализации. Можно рекомендовать следующие важнейшие способы:

- Привлечение поставщика языковых услуг или руководителя проекта локализации на ранних этапах процесса разработки. Поставщик языковых услуг будет определять требования с лингвистической точки зрения и влиять на способ разработки приложения.
- Используйте готовые средства локализации ПО, отличающиеся богатым набором лингвистических функций. Старайтесь избегать использования собственных решений.
- Реализуйте пробный проект на ранних этапах. Выявляйте проблемы и внедряйте решения контроля качества. У поставщиков лингвистических услуг имеется отличная возможность предложить на ранних этапах реализации проекта новые услуги с добавленной стоимостью, совершенствующие процессы разработки ПО.

Хэнк Боксма — архитектор по локализации. Хэнк предлагает клиентам свой опыт локализации и интернационализации, работая как независимо, так и в сотрудничестве с RIGI Technologies.

Собственные культурные ресурсы компании

Том Эдвардс (Tom Edwards)

В период экономических сложностей бизнес почти во всех секторах глобальной экономики, вне зависимости от масштабов своей деятельности, ищет способы сократить расходы и одновременно получить максимальную прибыль от любых инвестиций. В равной степени это относится и к области локализации, ключевым условием успеха которой, пожалуй, всегда были непрерывная оптимизация и повышение эффективности. Кроме того, локализационная отрасль всегда демонстрировала хорошо развитые умения по многократному использованию, адаптации и постоянному совершенствованию лежащих в ее основе компонентов, включая память переводов, возможности машинного перевода и т. п. Короче говоря, истинная находчивость появляется вместе с контентом, предназначенным для локализации, особенно когда имеешь дело с такими требованиями, как короткий срок исполнения, скромный бюджет и непрерывно растущие запросы со стороны лингвистических и культурных сообществ.

Все это еще больше усложняет задачу по оценке качественных аспектов локализации, таких как учет геополитических и культурных особенностей разных регионов. Локализация такого кон-

тента требует особого набора навыков и опыта, которых не найдешь в обычном отделе по локализации. По сути, это нетипичный для интернационализации в более широком контексте набор умений. Тем не менее, учет особенностей геокультурного пространства приобретает все большую значимость при подготовке контента для зарубежных потребителей, поскольку бизнес изо всех сил пытается отыскать способы наладить более крепкую и эффективную связь с клиентами и при этом не задеть их чувств неподходящим контентом в условиях чрезвычайно высокой конкуренции на региональных рынках. Что можно сделать в такой ситуации?

Хотелось бы предложить решение, которое кому-то покажется не совсем новым, но, как показывает личный опыт, отличается чрезвычайной эффективностью и экономичностью. Успех организации зависит от успехов ее персонала, состоящего из сотрудников с разным культурным опытом и навыками международного общения. Это относится не только к головному офису компании, где бы он ни находился, но также ко всей сети ее филиалов и работающим в них сотрудникам. В современной рабочей среде, основанной на информационных технологиях, сотрудников ценят за опре-

деленные навыки и опыт, которые способствуют достижению главных целей компании. И все же в основе всех этих практических и теоретических знаний лежат врожденные культурные особенности и уникальное восприятие мира. Этот невероятно богатый культурный багаж редко находит разумное применение, а ведь он действительно может использоваться в интересах компании.

Можно указать по крайней мере две конкретные причины, почему организации неохотно прибегают к этнокультурным знаниям своих сотрудников. Прежде всего, сбор мнений и отзывов сотрудников в отношении того или иного культурного аспекта не входит в число задач первостепенной важности для компаний, которые пытаются оптимизировать свои временные затраты. Другими словами, ни у кого нет времени этим заниматься. Во-вторых, просьба поделиться своим мнением сопряжена с несомненной опасностью, что сотрудники начнут выражать свои религиозные или социальные взгляды. В большинстве компаний действуют четкие принципы относительно национального и культурного многообразия персонала, поэтому для них крайне важно с предельным уважением относиться к личной жизни и мнениям своих сотрудников. Даже с учетом всех этих трудностей можно с уверенностью сказать, что существуют простые способы обеспечить обмен культурными знаниями на благо компании. Представьте, что создатели или разработчики контента хотят собрать мнения по поводу определенного фрагмента текста перед его окончательной обработкой и выпуском на рынок

Ближнего Востока. Допустим, у компании есть свой внутренний веб-сайт, где создатель контента может опубликовать свой текст и запросить мнение сотрудников, основываясь на трех факторах: место проживания, язык и культура. В поле «Место проживания» указывается «Ближний Восток», в поле языка — «арабский», а в поле культуры — «араб». Затем разработчик загружает контент на сайт, нажимает кнопку «Готово», после чего сотрудники получают уведомление о новом запросе на проверку контента. Этот запрос получают не все сотрудники организации. На самом деле он может даже попасть не ко всем, кто подходит по демографическому критерию. Смысл в том, что сотрудники с разным культурным опытом могут отказаться от получения таких запросов на проверку опубликованного на веб-странице контента, то есть участие в этом процессе добровольное. При проверке контента сотрудники могут выбрать оценку из стандартной шкалы «степени важности» (например, от 1 до 5, где 5 соответствует наиболее оскорбительному контенту), а также ввести несколько дополнительных комментариев и предложений по улучшению контента.

Таким образом, создав простейшую веб-страницу и приложив немного усилий по привлечению добровольцев из различных культурных, региональных и языковых групп, компания может организовать практически бесплатный метод сбора сведений о естественной реакции на этот контент от своего персонала, что поможет ей принимать важные решения в отношении контента. Необязательно использовать такой опрос вместо страте-

гической оценки геокультурных рисков, но он, безусловно, станет хорошим началом для компаний без определенного плана действий. Сработает ли такой механизм сбора отзывов? Конечно! Исходя из личного опыта могу сказать, что он работает очень успешно. Хочется призвать компании задуматься о похожих способах использования богатых запасов культурных знаний своих сотрудни-

ков, ведь это минимальные инвестиции в развитие бизнеса.

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

Десять убедительных причин использовать память переводов

Уве Мюгге (Uwe Muegge)

Прошло больше двадцати лет с момента появления коммерческих продуктов памяти переводов. Согласно результатам опросов, подавляющее большинство опрошенных используют системы памяти переводов, но лишь 30 % переводчиков применяют их постоянно. Исследования использования памяти переводов показали, что даже самые технически подкованные пользователи мало знакомы с преимуществами использования памяти переводов, помимо повторного использования существующих переводов.

Ниже мы рассмотрим важнейшие преимущества, доступные пользователям любого из коммерческих продуктов памяти переводов. По мнению автора,



каждого из этих преимуществ само по себе достаточно, чтобы рекомендовать использование средства памяти переводов во всех проектах (возможно, кроме совсем экзотических).

1. Систематическое повторное использование переводов

Эта функция дала название типу средства: возможность совместного хранения исходного и переведенного сегментов, позволяющая системе памяти переводов предлагать перевод, если совпадающий или сходный исходный сегмент будет обнаружен в последующих проектах перевода.

В отличие от традиционных сред перевода, в которых переводчик вынужден самостоятельно искать ранее переведенные предложения, системы памяти переводов автоматически выполняют поиск в памяти и предлагают переводчику совпадения для повторного использования. В среде памяти переводов переводчику уже не приходится переводить то же (или сходное) предложение во второй раз.

Многие коммерческие продукты памяти переводов не только находят совпадения на уровне сегментов, но и позволяют переводчикам выполнять поиск на уровне фраз или отдельных слов. Поиск частей предложений полезен для переводчиков, работающих с текстами, в которых не повторяются предложения, но содержатся повторяющиеся фразы, словосочетания и идиомы.

2. Автоматический поиск по словарю

Два самых важных стандарта в отрасли переводов — ASTM F2575 и CEN EN 15038 — фактически узаконивают переводовые методы создания многоя-

зычных баз терминов для отдельных проектов. Поэтому важен следующий вопрос: как лингвисту быстро и эффективно получить доступ к данным терминологии?

Лингвисты, ведущие глоссарии в таблицах Excel, в файлах Word или в документах PDF, вынуждены прерывать процесс перевода и отдельно проводить поиск каждый раз, когда им встречается незнакомый термин. Кроме того, исход поиска неясен, так как обычно переводчик не знает, найдется ли в глоссарии незнакомый термин.

Среда памяти переводов, напротив, автоматически выделяет в сегменте термины, известные компоненту управления терминологией. При использовании автоматического поиска в словаре переводчик, обнаружив в сегменте термин, просто выбирает его перевод и вставляет в текст. Таким образом, наличие исчерпывающего глоссария позволяет переводчику работать даже с самыми терминологически сложными текстами, не отвлекаясь на поиск.

3. Простая проверка на полноту

Одним из основных требований к качественному переводу является полнота перевода. При работе в традиционной среде перевода не существует простого способа убедиться, что текст действительно переведен полностью. А в среде памяти переводов пустой целевой сегмент сразу бросается в глаза, поэтому очень маловероятно, что переводчики, редакторы и корректоры пропустят отсутствующий перевод.

4. Поддержка различных форматов файлов

Все коммерческие средства памяти переводов поддерживают различные форматы файлов. Говоря другими словами, переводчики могут перевести исходные документы, созданные в приложении, которым они не умеют пользоваться или для которого у них нет лицензии. В частности, переводчик, использующий систему памяти переводов, в состав которой входит фильтр для Adobe InDesign, сможет переводить файлы InDesign, даже если программа Adobe InDesign не установлена на его компьютере.

Эта функция позволяет переводчику не только работать с одним знакомым интерфейсом, предлагая в то же время услуги перевода файлов различных форматов, но, возможно, и сэкономить тысячи долларов на лицензиях и оплате обучения.

Представление традиционного процесса редактирования и корректуры. Редактирование и корректура в средстве памяти переводов могут исключить два или три этапа рабочего процесса, которые не создают добавочной стоимости.



5. Упрощение редактирования и корректуры перевода

Оба основных стандарта качества переводов — ASTM F2575 и CEN EN 15038 — требуют, чтобы редактура и корректура перевода выполнялись не самим переводчиком. В традиционной среде перевода сложно гарантировать, что изменения, внесенные в один перевод, будут перенесены во все подобные переводы в будущем. Простой и эффективной возможности указать переводчикам, что данное предложение необходимо переводить тем или иным образом, в этом случае просто нет.

Но имеются свидетельства того, что даже в средах с использованием памяти переводов редактура и корректура чаще выполняются без задействования средств памяти переводов.

С этой практикой связаны две важные проблемы. Во-первых, при редактировании и корректуре переведенного до-

кумента в целевом (например, Microsoft Word) или промежуточном (например, Adobe PDF) форматах обычно приходится вручную копировать и вставлять текст, чтобы обновить содержимое памяти переводов с учетом выполненных правок. При таком ручном копировании возможны ошибки. Копирование и вставка из одного приложения в другое могут быть весьма трудоемкими, что приводит ко второй проблеме: некоторые лингвисты пренебрегают обновлением памяти переводов после сдачи заказчику переведенного документа. Из-за этого, в свою очередь, при последующих переводах редакторы и корректоры снова встречаются с ошибками, уже исправленными в предыдущих версиях того же документа.

Но если лингвисты применяют память переводов не только при переводе, но и при редактировании или корректуре, оптимизируется часть рабочего процесса после непосредственно перевода (устраняется ряд операций, не создающих добавочной стоимости), а в памяти переводов всегда находятся самые свежие переводы.

6. Более точные оценки стоимости

В любом бизнесе всегда важно правильно рассчитать бюджет и время, необходимые для выполнения того или иного проекта. При работе в среде текстового редактора единственной объективной основой для прогнозов любого вида служит общее количество слов в проекте.

В условиях конкуренции, когда многие поставщики услуг участвуют в тен-

дере по одному проекту, переводчики, основываящие свои оценки исключительно на общем количестве слов, оказываются в невыгодном положении: многие большие документы технической тематики содержат значительную долю внутренних повторений, обнаруживаемых памятью переводов, но не текстовым редактором. Можно даже не упоминать ситуации, когда заказчик предоставляет память переводов вместе с исходным документом и ожидает получить подробное коммерческое предложение, в котором учитывается экономический эффект использования памяти переводов.

Даже когда внешнее давление, вынуждающее предоставлять заказчику максимально конкурентоспособные сметы, отсутствует, функции анализа системы памяти переводов все равно позволяют переводчикам более точно составлять график выполнения проекта. А точные графики позволяют переводчикам работать с большим количеством проектов без перенапряжения и потери качества.

7. Оптимизация эффективности совместной работы

Если над неким документом, требующим постоянных обновлений (например, руководством пользователя), параллельно работает много переводчиков, ответ на вопрос о необходимости использования памяти переводов очевиден. А если в новом проекте над переводом совместно работает лишь несколько переводчиков, а готовая память переводов отсутствует?

Даже в этой ситуации, когда многие переводчики утверждали бы, что традиционный текстовый редактор ничем не хуже средства памяти переводов, автор статьи однозначно отдает предпочтение памяти переводов.

Рассмотрим такие факты: когда в проекте перевода участвует много переводчиков, обеспечение стилистической и терминологической согласованности становится сложной задачей. Некоторые из проблем, связанные со стилистикой, устраняет или смягчает наличие руководства по стилю перевода для конкретного языка. Однако при обмене, консолидации и совместном использовании памяти переводов все переводчики, участвующие в проекте, получают доступ к нечетким совпадениям по сегментам перевода, выполненным другими участниками проекта.

При совместном использовании таких нечетких совпадений достигается большая степень стилистической согласованности, чем в принципе возможно при использовании среды изолированных друг от друга текстовых редакторов.

Другим важным преимуществом использования памяти переводов в среде рабочей группы является возможность исключительно эффективного общего доступа к терминологии по проекту. Использование функции автоматического поиска по словарю позволяет всем переводчикам, участвующим в проекте, использовать одинаковые термины во всех документах.

Такой общий доступ к терминологии не только ускоряет перевод, но и значительно экономит время, которое в про-

тивном случае пришлось бы затратить на этапе редактирования и корректуры на согласование терминологии разных переводчиков.

8. Улучшенный контроль качества

Перевод в системе памяти переводов — это простой и эффективный метод, обеспечивающий полноту перевода, его соответствие глоссариям, а также стилистическое единообразие. Ряд средств, например средства памяти переводов Wordfast и Trados QA Checker, а также специализированные продукты контроля качества переводов ErrorSpy и QA Distiller, имеют развитые функции контроля ошибок.

Все эти системы выполняют автоматический сравнительный анализ, то есть проверяют наличие определенного элемента в исходном сегменте, а затем проверяют наличие его эквивалента в переведенном сегменте. Эти средства могут применяться для автоматического обнаружения ошибок терминологии (отклонений от глоссария проекта), несоответствий перевода (различные переводы одного исходного сегмента), проблем, связанных с числами (совпадение значений, правильное форматирование) и т.п.

Включение автоматической проверки ошибок в процесс контроля качества позволяет лингвистам улучшить качество перевода по формальным критериям в крупных проектах значительно быстрее, чем это возможно в стандартной среде перевода с ее необходимостью выполнения проверок вручную.

9. Повышенная производительность перевода

Как уже было сказано, системы памяти переводов автоматизируют многие связанные с переводом задачи. К примерам задач, которые могут выполняться автоматически, относятся поиск перевода в памяти, вставка совпадений, поиск в словаре, контроль полноты перевода, проверка тегов и т. п.

Кроме того, у работы в среде памяти переводов есть много преимуществ с точки зрения эргономичности: например, исходное предложение и перевод отображаются рядом в одном окне, исходный и переведенный сегменты связаны и перемещаются одновременно, фильтры скрывают отвлекающие элементы форматирования, так что переводчик может сосредоточиться на выполнении перевода, и т. д.

Все эти преимущества становятся доступны с первого же переведенного предложения. Поэтому даже при самом пессимистическом сценарии, когда в исходном тексте ни разу не встречаются полные или частичные совпадения, переводчики все равно смогут работать быстрее, так как среда памяти переводов просто лучше приспособлена к выполнению переводов, чем обычный текстовый редактор.

10. Лучшее соответствие потребностям клиентов

В опросе, проведенном исследовательской компанией Common Sense Advisory среди заказчиков переводов, участникам предлагалось назвать

самые важные факторы принятия решения о заказе услуг перевода. В список ответов после собственно владения языком вошли качество перевода, технические возможности и цена (именно в указанном порядке). В типичных для сегодняшнего дня задачах перевода использование системы памяти переводов однозначно положительно повлияет на показатели деятельности переводчика, наиболее важные для потенциальных клиентов.

Видимое качество. Хотя память переводов не может обеспечить правильную передачу в переводе смысла текста, она поможет переводчику обеспечить полноту перевода (т. е. ни одно предложение не будет пропущено), использование правильной и единой терминологии проекта, стилистическое единообразие перевода, единообразие применения форматирования и т. п. Для контроля и документации качества перевода по формальным критериям могут использоваться встроенные функции контроля качества средства памяти переводов или специализированные средства автоматического контроля качества переводов. Особенно важна эта функция при получении заказов от клиентов, работающих согласно стандартам ISO 9000 или подобным.

Технические возможности. Переводчики, использующие память переводов, могут работать с документами во многих популярных на сегодняшний день файловых форматах, при этом не требуется предварительное извлечение текста, преобразование или полная переобработка в настольно-издательской системе (DTP) после перевода. Переводчик, использую-

щий средство памяти переводов, способ с легкостью интегрироваться в процессы обработки документов своего заказчика, что оказывается значительным конкурентным преимуществом.

Цена. По мере того как переводы становятся все более глобализованным видом деятельности, растет и так довольно жесткая конкуренция между переводчиками за самые привлекательные проекты. Это значит, что переводчикам придется искать новые способы повышения производительности просто для того, чтобы выжить. Понимание реального потенциала средств памяти переводов и соответствующее его использование, которым пока что не отличается большинство переводчиков, представляют для переводчиков многообещающую возможность предлагать услуги переводов по привлекательным расценкам и при этом сохранять или даже повышать собственные доходы.

Литература

1. LAGOUDAKI, E. Translation Memories Survey [online]. [London]: Imperial College, 2006 [cited 27 December 2009]. Доступно в Интернете: <<http://www3.imperial.ac.uk/portal/pls/portallive/docs/1/7294521.PDF>>.
2. HÖCKER, M. AND WHEATLEY, A. Translation Memory Survey. 2003, [cited 27 December 2009]. Доступно в Интернете: <http://ecolore.leeds.ac.uk/downloads/2003.05_bdue_survey_analysis.doc>.
3. LOMMEL, A. 2004 Translation Memory Survey [online]. [Romainmôtier, Switzerland]: Localization Industry Standards Association, 2004 [cited 27 December 2009]. Доступно в Интернете: <<http://www.lisa.org/Translation-518.0.html>>.
4. LOMMEL, A. 2002 Translation Memory Survey [online]. [Romainmôtier, Switzerland]: Localization Industry Standards Association, 2003 [cited 27 December 2009]. Доступно в Интернете: <<http://www.lisa.org/Translation-Memory-S.523.0.html>>.
5. ASTM. F2575-06: Standard Guide for Quality Assurance in Translation [online]. [West Conshohocken]: ASTM, 2006 [cited 27 December 2009]. Доступно в Интернете: <<http://www.astm.org/Standards/F2575.htm>>.
6. BS. EN 15038:2006 [online]. [London]: BSI, 2006 [cited 27 December 2009]. Доступно в Интернете: <<http://shop.bsigroup.com/en/ProductDetail/?pid=000000000030122045>>.
7. SARGENT, B. AND DEPALMA, B. He Said, She Said, about Translation [online]. [Lowell]: Common Sense Advisory, 2007 [cited 27 October 2009]. Доступно в Интернете: <http://www.common-senseadvisory.com/Researchhttp://www.common-senseadvisory.com/Researchhh/Report_Abstracts/070517_R_hesaid_she-said/tabid/1268/Default.aspx>.

Уве Мюлле — директор MedL10N, подразделения наук о жизни CSOFT. На сегодняшний день он является членом комитета TC37 в международной организации по стандартизации (ISO), а также преподает курс по компьютеризованному переводу в Монте-рейском институте международных исследований.

Использование социальных сетей в технической коммуникации

Рамеш Рамамурти (Ramesh Ramamurthy)

Как в личной, так и в профессиональной повседневной жизни наблюдается существенный рост объемов обмена информацией. Развитие социальных сетей, таких как форумы, блоги и вики-ресурсы, значительно изменило облик современного пользователя, превратив его из потребителя в поставщика контента. Все большее число пользователей с различным общественным и профессиональным статусом заинтересованы в более активном использовании электронных источников информации. Помимо профессиональной деятельности, связанной с созданием руководств пользователя, разработчики технической документации все чаще участвуют в создании контента для различных социальных сетей.

Влияние социальных сред

Современная коммуникационная сфера охватывает не только электронную почту, веб-сайты и Интернет. Большое число доступных на сегодняшний день социальных приложений оказывает значительное влияние на процесс обмена информацией.



Развитие социальных сетей дало пользователям широкие возможности по поиску, планированию, чтению и обмену информацией в Интернете. Все это обеспечивает высокую эффективность интерактивного общения. Новые достижения дают неограниченные возможности по работе с информацией. Уникальная информация, существующая в социальных сетях, значительно отличается от доступной в традиционных источниках, таких как газеты или телевидение. Применение социальных сетей оказывает значительное влияние на деятельность современных организаций. Такой подход определяет новые способы взаимодействия между сотрудниками и организациями, позволяя сконцентрироваться

на управлении знаниями и отношениями с клиентами, изучении новых маркетинговых тенденций с помощью социальных групп, а также других методах.

Одной из популярнейших современных социальных сетей является Википедия. Это бесплатный многоязычный проект, посвященный созданию веб-энциклопедии при поддержке некоммерческого Фонда Викимедиа. Этот инструмент для совместной работы позволяет любому пользователю из любой точки земного шара добавлять, просматривать и изменять данные, доступные на существующих страницах Википедии. Любой пользователь может исправлять и редактировать контент, созданный другими участниками проекта. Страницы энциклопедии сгруппированы по нескольким категориям, посвященным техническим, медицинским, фармацевтическим, финансовым, юридическим, социологическим, общественным и многим другим вопросам.

Википедия для профессионалов

В современном обществе важно всегда быть в курсе текущего положения дел. Для этого можно пользоваться услугами традиционных источников, таких как газеты, телевидение, компакт-диски и видеозаписи, освещающих социальные, политические, культурные и другие события. Теперь, благодаря такому удобному веб-инструменту, как Википедия, мы можем получить быстрый доступ к любой информации. Социальными сетями пользуется большинство профессиональных групп, в том числе врачи, инженеры, юристы,

архитекторы, технические специалисты и дизайнеры.

Благодаря достижениям в области исследований, лекарственных препаратов, лабораторного оборудования, групп и ассоциаций удалось добиться значительного прогресса в сфере здравоохранения, что позволило повысить эффективность взаимодействия и поиска нужной информации для врачей и пациентов. Такая информация доступна всем пользователям Википедии. Благодаря этой энциклопедии пользователи по всему миру могут знакомиться с новыми достижениями и становиться ближе друг к другу.

Википедия и техническая коммуникация

Использование социальных сетей в сфере технической коммуникации дает значительные преимущества. Бытовые приборы, в том числе системы безопасности, автоматические электронные замки, телевизоры, холодильники, системы кондиционирования воздуха и т. п. становятся все более сложными в эксплуатации. Работа с такими приборами требует наличия соответствующих знаний и навыков. Дети, оставаясь одни дома, могут случайно или из любопытства повредить технику. Чтобы научить детей обращаться с такими приборами, родителям требуется хорошее знание современных технических достижений. Несмотря на то что инструкции по эксплуатации доступны в соответствующих руководствах к приборам, родители также могут воспользоваться преимуществами социальных приложений. На-

пример, в Википедии можно найти практически любые подробности, связанные с использованием новых технологий или устройств, а также сопутствующие иллюстрации, таблицы и рисунки. Сведения в Википедии представлены в простой форме и доступны людям любых возрастов на множестве языков.

В современном обществе практически в каждом аспекте повседневной жизни используются информационные технологии. Везде, начиная с небольших компаний и заканчивая крупными торговыми сетями, информационные технологии используются в максимальной степени для автоматизации рутинных операций. Ответственность за обучение пользователей применению информационных технологий и работе с ними ложится на плечи ИТ-

специалистов. Часто эта задача может быть сопряжена с определенными трудностями. Однако теперь любой пользователь с минимальными навыками работы с компьютером и доступом в Интернет может открыть страничку Википедии и найти интересующую информацию. В Википедии представлен огромный объем информации, ориентированной на пользователей любых социальных классов. Таким образом, предоставляя доступ к самой последней информации, Википедия помогает нам создавать более чистую, здоровую и безопасную среду.

***Рамеш Рамамурти** — старший технический писатель, работающий над документацией к программным интерфейсам (API) и программным средствам. Выполнял ведущие роли в различных проектах и занимался управлением знаниями и их обменом в рамках организации.*

Интересные факты о лифте

Джон Фрейвальдс (John Freivalds)

Путешествуя по миру, я всегда стараюсь выучить несколько слов на местном языке, запомнить пару тостов и разобраться в правилах популярных в этих странах спортивных соревнований. Пока, правда, мне так и не удалось понять игру в крикет. Кроме того, мне всегда интересно изучать расположение кнопок в лифтах и различные связанные с этим культурные особенности. Побывав во многих городах, от Тегусигальпы до Тегерана, я до сих пор поражаюсь, насколько велики могут быть различия в таких простых вещах в разных странах. Теперь мне бы хотелось поделиться с вами своим опытом. Итак, вы готовы?

Для начала, запомним главное правило расположения кнопок в лифте — нет никаких правил. Где бы вы ни были, вы всегда столкнетесь с какой-нибудь хитростью. Однажды я спросил представителя компании Otis Elevator Company, крупнейшего производителя подъемного оборудования, есть ли какие-либо закономерности в размещении кнопок в лифте, на что получил ответ, что абсолютно никаких правил не существует, и каждый лифт изготавливается на заказ. При этом следует учитывать, что по всему миру сейчас работают миллионы

лифтов и будут установлены еще миллионы других, в каждом из которых используется своя кнопочная панель.

Второе правило гласит, что никогда нельзя быть уверенным, куда вы попадете, нажав какую-либо кнопку лифта. Никто не гарантирует, что, направляясь в вестибюль гостиницы, вы не окажетесь на техническом этаже, где вас встретят тележки с грязным бельем. В итоге, после безуспешных попыток что-либо выяснить у рабочих прачечной, владеющих лишь белуджским языком, вам придется самостоятельно разыскивать путь обратно. Будьте уверены, что улыбки и многозначительные взгляды рабочих в этом случае будут говорить лишь об одном: «Ну вот, еще один «горе-путешественник»».

Третье правило: невозможно быстро найти кнопку открытия двери в тех случаях, когда она закрывается перед носом опаздывающего на лифт пассажира. Помните, что на все оставшееся время вашего пребывания в гостинице этот неудачливый пассажир запомнит ваше невежливое поведение и при случае обязательно одарит вас неодобрительным взглядом.

Правило номер четыре: никогда не пытайтесь удержать руками закрывающиеся двери лифта. Слишком много приходит на ум ужасных историй о за-

крывшихся дверях лифта и застрявших в них руках. Помните, что после закрытия дверей лифт обязательно начинает движение.

Пятое правило: строители большинства зданий, будь то больничные корпуса, гостиницы или офисные центры, мало знакомы с принципами глобализации. Мы с вами знаем все о разработке пользовательского интерфейса, а вот строители — вряд ли.

Впервые я столкнулся с загадочным миром нумерации кнопок лифта в столице Тринидада и Тобаго — городе Порт-оф-Спейн. Отель Хилтон в этом городе расположен на вершине крутого холма. При этом вход в вестибюль находится на самой вершине, а большинство номеров — ниже ее. Только представьте, что первый этаж гостиницы располагается у подножья холма, а вестибюль находится сразу же после 26-го (или что-то в этом роде) этажа. При этом не стоит забывать, что вы прибываете в гостиницу уставшим, и, чтобы разобраться во всех хитросплетениях, вам может потребоваться пара дней. Не успеете вы изучить схему этажей, как приходит пора уезжать.

Не меньшие трудности могут поджидать вас во многих гостиницах Восточной Европы и бывшего Советского Союза. До падения коммунистического режима в этих странах в основном встречались крупные государственные гостиницы, славящиеся низким уровнем сервиса, плохими номерами и полным отсутствием комфорта. В большинстве случаев предприниматели арендуют три или четыре этажа в таких гостиницах и полностью перестраивают их в соответствии с мировыми стандартами.

Здесь-то и кроется проблема. Войдя в вестибюль старой гостиницы, вы вынуждены подниматься на двадцать (или около того) этажей в модернизированную часть гостиницы. Таким образом, к лифту выходит два вестибюля. Попав в современный блок гостиницы, вы обнаруживаете, что здесь действует своя система нумерации, и этажи, в действительности расположенные с 20-го по 25-й, носят номера с 1-го по 5-й. Именно с такой системой я столкнулся в гостинице «Казахстан» города Алматы.

Доктор Джон Джей Бартольди III (John J. Bartholdi, III) из Школы промышленного и системного проектирования при Техническом университете штата Джорджия (США) приводит в пример южную парковку госпиталя Пьемонт в городе Атланта (США) как «шедевр ужасного дизайна». На его месте я бы посоветовал пользоваться услугами такси или даже вызвать скорую помощь. «Потрясает воображение то, что каждому этажу назначено как минимум четыре отдельных кнопки, каждая из которых выполняет особую важную функцию», — пишет доктор Бартольди. Заметки доктора Бартольди настолько заинтересовали меня, что я провел отдельное исследование, пытаюсь пролить свет на крайне запутанную схему расположения кнопок лифта в этом здании.

В большинстве стран континентальной Европы, Британских островов, Содружества и Латинской Америки этаж, расположенный на уровне земли, называется нижним или цокольным (*ground floor*), а первый номер носит этаж, расположенный непосредственно над ним. Например, во Франции нижний этаж на-

зывается *rez de chaussée* и носит нулевой номер. В Испании для этой цели применяется термин *planta baja*. В некоторых европейских языках для обозначения цокольного и вышележащих этажей используются различные названия. Например, в Словении применяется фраза *prvo nadstropje* (соответствует первому этажу в британском варианте английского и второму этажу в американском английском), которая в буквальном переводе означает *первый верхний этаж*. Вы еще не запутались окончательно?

Тогда отправимся в Азию. Один застройщик приобрел собственность в Гонконге и был вынужден поменять номера всех этажей. Над 39-м располагался 60-й этаж, а три последних этажа носили номера 66, 68 и 88 соответственно. Один из гонконгских юристов пожаловался мне: «Если вы говорите, что живете на 88-м этаже, люди вполне справедливо полагают, что вы живете именно на 88-м, а не на 10-м или вроде того этаже».

В статье «Number-Crushing: When Figures Get Personal» (Числовой хаос: магические особенности чисел) журналист *Wall Street Journal* Карл Биалик (Carl Bialik) описал нумерологию как «веру в магическое значение определенных чисел». В кантонском и мандаринском диалектах китайского языка слово, обозначающее цифру «четыре», звучит аналогично слову «смерть», а цифра шесть считается счастливым числом. Поэтому в казино Мандалай-Бэй в Лас-Вегасе (США) пентхаусы располагаются на 60-м, 61-м и 62-м этажах, а 40-е этажи пропущены в пользу приносящих удачу 60-х. В США среди застройщиков ранее была распространена трискайдекафобия, боязнь числа 13, од-

нако сейчас подобные случаи отмечают все реже. Существует теория, что этот страх идет из доисторических времен, когда число 13 было наименьшим числом, которое нельзя посчитать с помощью 10 пальцев и 2 ног. По всей видимости, в те времена считать с помощью пальцев на ногах было невозможно. В Нью-Йорке многие домовладельцы и застройщики высотных зданий вынуждены были проверять «кошерность» лифтов в своих зданиях. Ортодоксальные евреи не могут нажимать кнопки лифта или пользоваться любимыми механическими устройствами по субботам, поэтому «кошерный» лифт должен автоматически останавливаться на каждом этаже.

Еще один интересный случай, связанный с символикой кнопок лифта, произошел в городе Сан-Паулу (Бразилия). Группа активистов обошла все высотные здания в городе и наклеила вокруг кнопок «вверх» в лифтах наклейки с рекламой препарата «левитра» (аналог виагры, предназначенный для лечения эректильной дисфункции). Приведу еще один пример: во время моего недавнего визита в клинику Майо врач рассказал мне о том, что самой антисанитарной вещью по его мнению является (как вы уже, наверное, догадались) кнопка лифта, поскольку никогда не угадаешь, кто нажимал ее до вас.

Пожалуй, в следующий раз я воспользуюсь лестницей.

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

Английские слова в китайском и японском языке — заимствование слов из иностранных языков

Карстен Менде (Carsten Mende)

В любом языке используются заимствованные слова, обогащающие его словарный состав и структуру. Одни из них используются для описания новых слов и понятий, а другие — из-за их непередаваемого звучания. Современный английский является общепринятым языком международного общения. Рассмотрим процесс заимствования английских слов и их использования в китайском и японском языке.

Английские, китайские и японские слогги

В основе любого языка лежат звуки. Для записи этих звуков (слогов) используются соответствующие буквы или их сочетания.

В латинском алфавите возможны различные сочетания букв, образующие огромное число слогов. В английском языке возможны сочетания практически любых из 26 букв (например, *abacus* или *zymosis*), что в сумме дает более 11 000 слогов.

Китайский и японский языки имеют совершенно другую структуру. В мандаринском диалекте китайского языка для записи используются иероглифы, каждый из которых соответствует целому слогу, а не отдельной букве. Китайский язык содержит около 460 слогов, что делает его достаточно гибким.

В японском языке используется три различных системы записи слогов: кандзи (китайские иероглифы), хирагана и катакана. Системы хирагана и катакана предназначены для записи японских слогов, которые сами по себе не несут смысловой нагрузки, в отличие от системы кандзи. Хирагана используется для записи японских слов, отражающих значение слогов системы кандзи. Катакана предназначена исключительно для записи заимствованных слов. Таким образом, мы видим, что в японском языке используется собственная система записи заимствованных слов.

Структура слогов японского языка базируется на так называемой «таблице 50 звуков» (годзюон, 五十音図) и со-

держит ряд дополнительных слогов, в результате чего общее число слогов составляет намного меньше 100.

Ни в японском, ни в китайском языке не предусмотрена возможность полной транслитерации английских слов. В связи с этим для правильного заимствования слов и сохранения их звучания требуется ассимиляция на фонетическом уровне.

Заимствование слов в китайском и японском языке

В общем случае рассматривается три механизма заимствования английских слов в этих языках:

- фонематический;
- семантический;
- заимствование без преобразования.

Помимо этих механизмов мы рассмотрим особые методы, используемые в китайском (сочетание фонематического и семантического механизмов) и японском (японские псевдоанглицизмы или васэй-эйго) языках.

Китайский язык — 洋为中用

Процесс развития Китая, особенно в конце XIX века, во многом базировался на знаниях западных цивилизаций. Именно в это время появился слоган 洋为中用 (знания западных цивилизаций на службе Китая). Этот период также связан с появлением множества инноваций, для описания которых требовались новые слова.

В китайском языке используется четыре способа заимствования слов:

- а) фонематический способ 听得懂, 看不懂

Примеры:

Logic (логика)	逻辑	ло джи
Coffee (кофе)	咖啡	ка фей

Слово транслитерируется на основе его исходного звучания. В этом случае приблизительно сохраняется звучание слова, однако полностью утрачивается его смысловое значение, как показано в предыдущих примерах. Например, первый иероглиф слова *logic* обозначает глагол «охранять», а второй — «изменять». В связи с этим невозможно понять значение слова *logic* при последовательном чтении иероглифов.

Оба иероглифа, обозначающие слово *coffee*, созданы специально для него, однако основываются на схожих иероглифах, имеющих аналогичное звучание.

- б) семантический способ 听不懂, 看得懂

Примеры:

computer (компьютер)	电脑	дянь нао
rail (поезд)	火车	хуо че
software (программное обеспечение)	软件	руан дзянь

Это стандартный механизм заимствования слов в китайском языке. В этом случае не учитывается звучание слова, однако используются иероглифы, позволяющие читателю определить значение слова. Например, в буквальном переводе слово *computer* представлено как «электрический (дянь) + мозг (нао)», а слово *rail* — как «огненный (хуо) + транспорт (че)».

Слово *software* представляет собой интересный случай, в котором используется пословный перевод — «мягкий (soft) + обеспечивать (ware)».

- в) сочетание фонематического и семантического способов 听不懂, 看不懂
Примеры:

internet (Интернет)	因特网	йинь те ванг
Internet café (интернет-кафе)	网吧	ванг ба

Процесс заимствования слов посредством сочетания фонематического и семантического механизмов зачастую достаточно труден для понимания. В этом случае не помогает ни звуковое, ни визуальное восприятие слова. Например, первые два иероглифа в слове *internet* имитируют звучание соответствующих слогов, тогда как последний иероглиф представляет собой буквальный перевод слова *net* (сеть). Во фразе *internet café* используется тот же иероглиф, обозначающий сеть, и иероглиф, имитирующий звучание слова *bar* (бар или кафе).

- г) заимствование без преобразования 听得懂, 看得懂

Для записи некоторых простых слов зачастую используется их англоязычная форма, например, *T-Shirt* (футболка) или *email* (электронная почта). Такие слова используются во фразах на китайском языке как обычные слова.

Японский язык — カタカナ

После начавшейся в 1868 году революции Мэйдзи в Японии значительно возрос уровень взаимодействия с запад-

ными культурами. В японском языке появилось множество новых слов и понятий. Помимо английских слов было также заимствовано множество немецких, например, *Kranke* (больной).

Первые три способа заимствования аналогичны используемым в китайском языке:

- а) фонематический

computer (компьютер)	コンピュータ	конпью-та
internet (Интернет)	インターネット	инта-нетто

Это традиционный способ заимствования в японском языке. В этом случае используется катакана. Слово транслитерируется на основе его исходного звучания. В этом случае приблизительно сохраняется звучание слова, однако утрачивается его смысловое значение. В отличие от китайского языка заимствование слов *computer* и *internet* осуществляется фонематическим способом, а не с помощью сочетания фонематического и семантического механизмов.

- б) семантический

rail (поезд)	鉄道	тетсудо-
democracy (демократия)	民主主義	миншу- шуги

В этом случае не учитывается звучание слова, однако используются иероглифы, позволяющие читателю определить значение слова. В китайском языке для заимствования слова *rail* используется описание термина «поезд», в то время как в японском — описание железнодорожного пути (железо + путь). Процесс заимствования слова *democracy* достаточно прост. В этом случае термину соот-

ветствует понятие «теория власти народа».

в) заимствование без перевода

В японском языке распространено использование англоязычных форм простых слов, например, *love* (любовь), *happy* (счастливый).

г) японские псевдоанглицизмы 和製英語 (васэй-эйго)

オープンカー	о-пенка-	открытый автомобиль	кабриолет
サラリーマン	сарари-ман	служащий	клерк

Это интересная особенность японского языка, которая зачастую может сыграть злую шутку с переводчиком. Эти слова, записанные в системе катакана, выглядят как иностранные, однако в действительности изначально создаются на японском языке. Для понимания таких слов требуется достаточно глубокое знание японской культуры. Слово «о-пенка-» не является указанием открыть автомобиль, а обозначает кабриолет (open car). Слово «сарари-ман» в действительности обозначает обычного офисного служащего (salary man).

Примеры названий брендов или имен спортсменов

Преобразование названий брендов в китайскую или японскую форму со-

Табл. 1.

Английский	Китайский	Китайский	Японский
Coca Cola	可口可乐	ко ку ко ле	ко ка ко ра
BMW	宝马	бао ма	бэ эм ю (или бэ эм дабл ю)

пряжено с некоторыми трудностями. В такой ситуации необходимо выбирать между сохранением единого глобального названия бренда или продукта компании и его адаптацией к традициям и ценностям соответствующей культуры.

В Китае латинские буквы используются достаточно редко, что вынуждает большинство компаний применять второй подход. В этом случае часто выбираются хорошо звучащие переводы. В японском языке часто используется англоязычная форма названия, чтобы подчеркнуть его иностранное происхождение. При необходимости также может использоваться катакана (табл. 1).

В японском языке название *Coca Cola* записывается на катакане. Перевод этого бренда на китайский язык сам по себе является слоганом: «Счастье во рту». Название компании BMW записывается заглавными буквами и в переводе на китайский язык звучит как «благородный скакун» (табл. 2).

Имена спортсменов в обоих языках всегда транслитерируются на основе их исходного звучания. В японском языке имена звучат достаточно близко к реальным. Однако в китайском языке часто возникают сложные ситуации. Например, первый иероглиф в фамилии Уэйна Руни может означать недалекого человека, родовое имя или старое название провинции Шаньдун, а второй иероглиф — буддистскую монахиню. Иеро-

Табл. 2.

Английский	Китайский	Китайский	Японский
Rooney (Руни)	鲁尼	лу ни	ру-ни-
Podolski (Подольски)	波多尔斯基	бо дуо ер си дзи	по до ру су ки-
Maradona (Марadona)	馬拉度納	ма ла ду на	ма ра до- на

глифы в фамилии Лукаса Подольски обозначают понятия «волна», «много», «вы», «этот» и «основа». В фамилии Диего Марадона используются иероглифы, обозначающие понятия «конь», «тянуть», «степень» и «принимать».

Заключение

Процесс перевода или переноса слов на иностранный язык зачастую не так прост, как может показаться. Даже вполне очевидные слова могут звучать на новом языке абсолютно по-другому. В связи с этим всегда следует крайне внимательно и серьезно подходить к общению с клиентом на родном для него языке. Это лучший способ достичь взаимопонимания. Кроме того, значительные трудности могут возникать при адаптации английских имен и названий к особенностям китайского или японского языка. Например, аббревиатура *SJZU* обозначает университет *Shenyang Jianzhu University*, где слово *Jianzhu* соответствует гражданскому строительству и архитектуре.

В качестве другого примера можно привести японское туристское агентство, которое приняло решение выйти на британский рынок под собственным названием. Это название соответствует старому названию региона вокруг городов Киото и Осака. В английском

языке название агентства *Kinki Nippon Tourist Company* носит негативный оттенок (*kinky* — странный, чужаковатый). Когда через несколько недель это выяснилось, название компании на британском рынке было изменено на *knt*.

Библиография

1. Blandina Brösicke, Tilman Lesche, «Klonen und BSE — wie sagen es die Chinesen? Neue Worte in der chinesischen Sprache» <http://www.chinafokus.de/kultur/sprache/neologismen.php>
2. Feng Zhiwei, «The Structure of Chinese Loanwords» <http://www.lingviko.net/feng/structure-zwfeng.pdf>
3. Wolfgang Hadamitzky, «Handbuch und Lexikon der japanischen Schrift, Kanji und Kana, Bd. 1», Langenscheidt 1997.
4. Yong Liang, «Die chinesischen Fachsprachen im 20. Jahrhundert und ihre Erforschung: eine Übersicht», in: Lothar Hoffmann, Hartwig Kalverkämper, Herbert Ernst Wiegand (ed.): Walter de Gruyter 1999, p. 1592-1599.

Карстен Менде — руководитель проектов азиатского языкового направления в *RWS Group GmbH*. Карстен изучал китайскую культуру и макроэкономику в Свободном университете Берлина и Университете Нанкина. По завершении обучения он принимал участие в академической программе *Sprache und Praxis Japan*.

Рынок языковых услуг — Исландия

Альфредо Спанья (Alfredo Spagna)

Многие люди знают Исландию лишь как небольшой покрытый льдами остров с богатым природным миром, расположенный между Европой и Америкой. Однако не все знают, что Исландия обладает крепкой экономикой и представляет собой особый рынок, в том числе и с лингвистической точки зрения.

Для начала приведу немного важной информации об этой стране. Географически Исландия принадлежит к скандинавскому региону. Как будет показано позднее, корни исландского языка лежат в шведском, датском и норвежском языках. Итак, что же это за страна?

Страна больших возможностей

Население Исландии составляет всего 300 000 жителей. Экономика страны находится на стадии устойчивого роста и характеризуется одним из самых высоких значений ВВП на душу населения. В ежегодном рейтинге конкурентоспособности стран мира IMD World Competitiveness Yearbook 2007 Исландия занимает четвертое место среди европейских стран.

Местная экономика имеет достаточно интересную структуру из-за большой

доли инвестиций в зарубежные предприятия со стороны исландских компаний. Кроме того, в подразделениях исландских компаний в 14 странах по всему миру занято более 100 000 сотрудников при том, что внутренний рынок трудовых ресурсов страны насчитывает лишь 170 000 человек.

В то время как во многих странах наблюдается проблема старения населения и увеличения нагрузки на пенсионную систему, Исландия является одной из самых молодых стран по версии Организации экономического сотрудничества и развития. Сумма активов пенсионного фонда страны достигла 120% от совокупного национального ВВП и продолжает расти.

Население Исландии достаточно однородно. В стране действует одна из самых низких в Европе ставок подоходного налога и право на беспошлинный ввоз большинства продуктов, представленных на едином рынке ЕС. Исландия активно использует свое стратегическое положение на полпути между Европой и Северной Америкой и планирует укрепить свою экономику, став новым международным финансовым центром. В Исландии очень гибкий рынок труда и высококвалифицированная, открытая для инновационных решений рабочая

сила. Кроме того, в стране сложилась стабильная политическая ситуация, активно используются альтернативные источники энергии, обладающие конкурентоспособной стоимостью, а также предлагаются многие другие преимущества для компаний, которые ищут новые рыночные возможности.

Лингвистические характеристики

Помимо местного языка, жители Исландии также разговаривают на английском и датском. Оба языка являются обязательными для изучения в школе.

Официальный исландский язык является одним из старейших живых языков Европы. Он принадлежит к скандинавской группе языков и во многом схож с языком, на котором разговаривали первые жители Исландии. Один из моих шведских коллег однажды сравнил исландский язык с древнешведским языком, дополненным современной терминологией.

Рынок услуг локализации

Принимая во внимание характеристики, описанные в начале этой статьи, а также тот факт, что жители Исландии достаточно свободно владеют английским языком, можно выделить основные потребности в услугах по переводу, локализации и адаптации технической документации на рынке этой страны.

В Исландии отсутствует промышленный сегмент, для которого требуются большие объемы технической документации. К основным секторам экономики

страны можно отнести информационные технологии, биологические науки, киноиндустрию и телевидение, а также финансы. В Исландии, в отличие от других скандинавских стран, отсутствуют разработчики технической документации на местном языке. Тем не менее, в Исландии существует национальное общество по обработке информации (www.esrint.com), основной задачей которого является решение проблем, связанных с терминологией и документацией в информационном сегменте рынка. Проведя небольшое исследование, можно обнаружить, что в местной промышленности существует значительный спрос на услуги разработчиков технической документации. Это означает, что в большинстве исландских компаний разработка документации осуществляется силами собственных сотрудников.

Рассмотрим рынок услуг перевода Исландии. Как можно предполагать, этот сегмент местного рынка представлен в основном компаниями малого и среднего размера, а также большим числом внештатных переводчиков. Международный характер рынка Исландии предполагает перевод больших объемов информации, поэтому штат типичной местной переводческой компании состоит более чем из 20 сотрудников. Для развитого рынка услуг перевода и локализации характерна большая доля переводов с родного языка на иностранный. Такую ситуацию можно наблюдать в большинстве скандинавских стран, где сказывается недостаток профессиональных переводчиков, специализирующихся на местных языках. Много ли вы знаете франко- или немецкоговоря-

щих переводчиков, которые могут переводить с исландского на французский или немецкий язык?

Стоит отметить, что в Исландии предусмотрено возмещение 14% от средств, затраченных на производство кинофильмов или телепередач на территории страны. Такой подход значительно повышает прибыльность индустрии создания субтитров. Во всех скандинавских языках распространены фильмы и передачи с субтитрами. В отличие от Германии или Италии, где общепринятой является практика дублирования фильмов, в Исландии такой процедуре подвергаются только мультфильмы и фильмы для маленьких детей.

В связи с высоким уровнем развития ИТ-сектора экономики важную роль также играет сфера локализации. В этом сегменте рынка представлены не только локализация программного обе-

спечения на исландский язык и с него, но и локализация веб-сайтов, технической документации операторов мобильной связи и промышленных решений по автоматизации.

Заключение

Исландия — это небольшая страна с высокоразвитой, находящейся на стадии роста экономикой и устойчивой финансовой системой. На мой взгляд, уже в ближайшее время многие промышленные компании будут заинтересованы в переводе и локализации своих продуктов и услуг для исландского рынка.

Альфредо Спанья — исполнительный директор базирующейся в Хельсинки (Финляндия) компании Arancho Nordic Oy, предоставляющей услуги локализации и перевода.

Веб-глобализация и электронный бизнес в Индии

Мартин Шпетман (*Martin Spethman*) и Нитиш Сингх (*Nitish Singh*)

Индийский субконтинент населяет множество народов, говорящих на 22 языках и диалектах, придерживающихся разнообразных религиозных и культурных традиций и отличающихся уникальными видами потребительского поведения. Чтобы проникнуть на столь разнообразный рынок с помощью Интернета, веб-сайты компаний должны подвергнуться значительным изменениям, чтобы соответствовать местным культурным обычаям и привычкам. Кроме того, они должны быть локализованы в соответствии с местными языковыми стандартами. Если даже веб-сайт рассчитан на людей из Индии, говорящих на английском языке, он должен учитывать местные культурные особенности.

Индия и индийские покупатели

Индия является второй страной (после Китая) по численности населения. В 2007 г. приводились оценки, что в Индии может проживать до 16 миллионов пользователей электронных систем банковского обслуживания, использующих в том числе мобильные устройства. В то время общее число пользователей Интернета достигало 42 миллионов.

Согласно статистике общих сведений о посетителях интернет-кафе, 84% клиентов, делающих покупки через Интернет — это люди со сравнительно высоким доходом, в возрасте от 18 до 35 лет. Однако фактором, ограничивающим такие покупки, является степень готовности продавцов принимать кредитные карточки для оплаты через Интернет. Объем времени, затрачиваемого пользователем Интернета в Индии, увеличивается с возрастом пользователя.

Семейные связи, рассматриваемые как отношения в самой семье, а также между многочисленными родственниками, чрезвычайно важны для индийских потребителей. В семье принято, что ее члены делятся ресурсами и средствами с другими членами, и часто все вместе идут по магазинам, даже просто, чтобы поглазеть на витрины. Общемировые бренды, такие как Hugo Boss или Louis Vuitton, а также высококачественный шоколад и парфюм, пользуются в Индии все большим спросом. Обычно такие товары предназначаются для продажи за границей, но теперь в Индии открывается все больше магазинов, предлагающих высококачественные продукты потребления всем покупателям. Покупатели в

Индии не хотят выглядеть бедными, но при принятии ими решения о покупке очень важным фактором является цена. Индийские покупатели обычно не ищут самые низкие цены, а стараются найти товар с наилучшим соотношением цена-качество. Большое влияние на индийцев оказывают также фильмы, которые часто навязывают определенную моду.

В Индии, с ее древнейшей культурой, имеется огромное число вещей, имеющих особый культурный смысл. Важно знать о них, чтобы избежать грубых промахов и неумышленного использования оскорбительных символов. Например, считается, что ноги являются нечистыми. Поэтому нельзя указывать ногой на другого человека. Кроме того, если кто-то коснется своей ногой или обувью ноги или обуви другого человека, следует извиниться. Указание на кого-то пальцем может рассматриваться как угрожающий жест, поэтому этого делать нельзя. Предполагается, что голова — этоместилище души, поэтому нельзя притрагиваться к голове другого человека. Коров индусы считают священными созданиями, а цветы тропического жасмина ассоциируются с похоронами. В Индии определенные цвета несут конкретный смысл и символизируют некоторые аспекты индийской культуры. Красный цвет означает чистоту и плодородие, желтый — цвет торговцев, а розовый — это цвет женственности. Черный и белый цвета считаются неудачными, в частности — белый, потому что он ассоциируется с горем.

Индия является традиционным обществом, в котором большую роль играют символы, ритуалы, традицион-

ные ценности и контекстные элементы. Согласно работе Гирта Хофстеда (Geert Hofstede), на макро-уровне индийскую культуру можно описать с помощью пяти культурных ценностей. Хофстед показал, что имеются национальные и региональные категории, влияющие на поведение обществ и организаций, и остающиеся неизменными в течение длительного времени. В исследовании также показано, что такие культурные ценности как индивидуализм и коллективизм, дистанция власти, мужественность и женственность, высокий и низкий контекст, а также толерантность к неопределенности могут использоваться для разделения обществ на категории.

Базой для культурной адаптации веб-сайтов является теоретически прочная, проверяемая эмпирически структура, построенная на культурных ценностях, которые принимают во внимание сходство и различие глобальных культур. Отношение к веб-сайтам улучшается, а возможность интерактивного использования и удобство веб-сайтов, а также желание приобретения товаров на веб-сайтах увеличиваются, если веб-сайты соответствуют культурным склонностям соответствующих покупателей.

После определения основных культурных ценностей в стране следующим шагом адаптации веб-сайта является оценка сайта на основе соответствия этим культурным ценностям.

- Индивидуализм: Индия является индивидуалистичной культурой. Независимость, индивидуализм и самовыражение являются здесь предпочтительными ценностями. Веб-сайты, адаптируемые для опреде-

ленного общества, должны выражать ценности, важные для культуры этого общества. К таким ценностям относятся самосознание, строгие положения о конфиденциальности, а также подчеркивание уникальности, надежности и своеобразия продуктов.

- Мужественность: Индия является культурой, ориентированной на мужественность, которая для индийской аудитории может представляться многими способами. Например, ориентация на успешность и долгий срок службы продукта, а также связанное с ним чувство приключения и развлечения.
- Дистанция власти: в Индии отчетливо ощущается дистанция власти, выражающаяся в том, что в обществе больше приняты принципы власти и иерархии, а не уравнивание. В таких культурах граждане, имеющие меньшие властные возможности, принимают неодинаковое распределение власти в обществе. Культурная адаптация может быть достигнута путем добавления элементов, которые подчеркивают эту ценность. Например, демонстрация наград или почетных званий, которые получила компания или торговая марка, является способом утверждения дистанции власти.
- Толерантность к неопределенности: об индийском обществе нельзя сказать, что в нем культивируется отрицание риска, поэтому для него характерен низкий уровень толерантности к неопределенности. Люди из культур с низким уровнем толерантности к неопределенности более терпимы к чужим мнениям. Они более склонны

к соперничеству, риск и приключение для них могут быть более важны, чем безопасность. Такие элементы веб-сайта как электронные журналы, форумы и оценки продуктов соответствуют такому типу культуры, поскольку обеспечивают отзывы потребителей и взаимодействие с ними.

Язык

При переводе документа или веб-сайта важно учитывать, как изменится длина текста после перевода. Увеличение размера текста происходит по многим причинам. Соответствующие фразы в языке перевода могут содержать больше символов или слов, чем в английском языке, и в некоторых культурах предпочтительно использование более формального стиля, чем в других культурах, например, в них стараются избегать сокращений. Кроме того, как в документах, так и на веб-сайтах переносы строк и разрывы страниц могут в локализованной версии отличаться от того, как это делается в английском языке.

Наконец, макет документа или самого веб-сайта может изменяться в зависимости от направления текста. Например, арабский язык является двунаправленным, и текст в нем читается справа налево, в результате чего изменяется не только компоновка текста, но и графики, панели инструментов и навигации, а также связность книги. Аналогично, некоторые языки, такие как китайский и японский, могут отображаться как строками с записью слева направо, так и вертикальными колонками символов, и выбор написания определяет способ компоновки таких эле-

ментов документа как графики, рисунки, таблицы, выноски и т. д. в окончательном документе или на веб-странице. Стандартный язык хинди, вместе с английским языком, является одним из 22 официальных языков Индии и используется для администрирования на уровне центрального правительства. Хинди является индоарийским языком и прямым потомком санскрита, через переходные языки праkrit и *апабхраниша*. Основным шрифтом в Индии для хинди является деванагари, который записывается слева направо, и в нем используется система письма Alphasyllabary. Шрифт деванагари отличается несколькими важными особенностями: согласная буква предполагает наличие присущей ей гласной буквы, которая может изменяться или подавляться посредством диакритических знаков или матры; гласные могут записываться как независимые буквы. Кроме того, они могут записываться с помощью разнообразных диакритических меток над, под, перед или после согласной, к которой они относятся. Если согласные представляются вместе в блоках, для их сочетания используются специальные буквы. Для определения порядка букв используется артикуляционная фонетика. При переводе текста с английского языка на язык хинди длина строки может увеличиться на 30%.

Рыночная стратегия поисковой системы для Индии

Ключом для продвижения веб-сайта на международном уровне является

создание локализованного контента и ключевых слов, регистрация имен локальных доменов, а затем продвижения их посредством локальных поисковых систем, рыночная стратегия, учитывающая местные особенности, обеспечение положения торговой марки в Интернете и в автономном режиме. Рыночная кампания поисковой системы для Индии должна быть многомерной как для краткосрочного, так и долгосрочного успеха. Рекламные кампании с платой за щелчки (pay-per-click) на адаптированных веб-сайтах и в поисковых системах должны иметь свою особенность для Индии, а также для различных географических регионов страны. Может быть приемлемым использование терминов и языков из конкретного региона с целью стать более близкими для потребителей этого региона.

Долговременные планы рыночной стратегии поисковой системы должны включать использование ключевых слов на языке хинди, английском языке и, возможно, на втором местном языке конкретного региона Индии. Доменом верхнего уровня в Индии является .in. Другими популярными доменами в Индии являются .com.in, .info.in, .net.in, .gen.in, .biz.in, а также .com, .org, .net, .info, .biz.

Мартин Шпетман — управляющий партнер компании Globalization Partners International.

Нитиш Сингх — автор работы «Адаптированный к культуре веб-сайт» и помощник профессора в школе бизнеса им. Джона Кука, Университет Сент-Луиса.

Азенкур (отрывок)

Бернард Корнуэлл (*Bernard Cornwell*)

*Моей внучке, Эми Корнуэлл,
с любовью*

Азенкур — одно из самых ярких эпических событий в истории Англии... Это победа слабых над сильными, простонародного войска над конными рыцарями, отваги над гордыней... И еще это повесть о нравах, годных для скотобойни, и откровенных зверствах.

Сэр Джон Киган, «Лик битвы»

...убитых множество и груды трупов; нет конца трупам, спотыкаются о трупы их.

Наум.3:3

ЧАСТЬ ПЕРВАЯ

Святой Криспин и святой Криспиниан

Глава первая

Река Эна медленно вилась по широкой равнине, окруженной невысокими лесистыми холмами. Стояла весна, всюду буйствовала яркая молодая зелень. Длинные гибкие водоросли колыхались в воде там, где река сворачивала к Суассону.

Город состоял из стен, собора и замка — он служил крепостью для охраны Фландрской дороги, ведущей из Парижа на север. Теперь его заняли враги Франции. Одежду крепостной стражи укра-

шал червленый крест Бургундии, над замком развевался пестрый флаг бургундского герцога — лев в малом щите посреди золотых королевских лилий и бургундских полос.

Лев воевал с французскими лилиями, но Николас Хук в этом не разбирался.

— Не понимаешь — и ладно, тебе то что, — отмахнулся от него Генри из Кале еще в Лондоне. — Французы дерутся между собой, и одни нам платят за то, чтоб мы били других. Мое дело — набрать лучников и послать на войну. А твое дело — убивать кого там скажут. Стрелять можешь?

— Могу.

— Поглядим.

Стрелять Ник Хук умел, потому-то и стоял теперь на крепостной стене Суассона под флагом со всеми его полосами и лилиями. Он понятия не имел, где лежит Бургундия, он знал только, что ею правит герцог по имени Иоанн Бесстрашный, который приходится кузеном королю Франции.

— Король у французов помешанный, — говорил в Англии Генри из Кале, — шальной, что твой полоумный хорек. Примерещилось ему, будто он из стекла — сидит теперь и дрожит: а ну как толкнут и разобьют в осколки? Репа у него вместо башки, куда ему воевать против герцога — у того-то голова на месте.

— А за что воюют? — спросил Хук.

— Я-то почему знаю? Мое, что ли, дело? Мне главное — чтоб денежки от банкиров герцог получал вовремя. Держи. — Он бросил на стол харчевни кошель с серебром.

В то лондонское утро на Госпитальном поле за Епископскими воротами Хук выпустил шестнадцать стрел в соломенный мешок, болтающийся на сухом дереве за полторы сотни шагов. Стрелял он быстро, едва успев досчитать до пяти между стрелами, — и дюжину всадил точно в цель, остальные четыре задели мешок по краям.

— Сгодишься, — проворчал тогда Генри из Кале.

Серебро Хук спустил еще в Лондоне. Вдали от дома, без единого знакомого лица рядом, он чувствовал себя потерянным и не задумываясь тратил монеты на пиво и шлюх, а за остаток купил сапоги, развалившиеся задолго до Суассона. Море он видел впервые и едва верил своим глазам, а когда позже силился его припомнить, то представлял себе озеро, только бескрайнее и бурное, несравнимое с прежде виденными водами.

Хука и дюжину других стрелков встретили в Кале двенадцать латников в накидках с бургундским гербом. Королевские стражники в Лондоне носили одежду с такими же лилиями, и Хук подумал, что здешние латники — англичане. Однако язык их оказался непонятен ни Хуку, ни его товарищам.

До Суассона добирались пешком: денег на коней, о которых каждый лучник мечтал в Англии, ни у кого было. Путь сопровождали две конные повозки, нагруженные запасными луками и толстыми пучками стрел.

Компания подобралась странная — старики, хромые, большинство пьянчуги.

— Собираю самых подонков, — поведал Хуку Генри из Кале еще в Лондоне. — А ты-то выглядишь молодцом, парень. Что натворил?

— Натворил?

— Ну, ты же здесь! Значит, преступник?

— Кажется, — кивнул Хук.

— Кажется? Тут уж либо да, либо нет. Что натворил?

— Ударил священника.

— Да-а? — Лысый угрюмый здоровяк Генри даже слегка удивился, затем пожал плечами. — С церковью нынче не шутят, парень. Эти вороны в рясах жгут всех подряд, и король тоже. Молод, да крут наш Генрих. Видел его?

— Однажды.

— Заметил на лице шрам от стрелы? Ударила в щеку и не убила! Видать, он тогда и решил, что Бог ему лучший друг и Божьих врагов надо жечь... Ну да ладно, завтра сможешь забрать стрелы из Тауэра, а потом тебе на корабль — и в Кале.

Так Николас Хук, лучник и преступник, оказался в Суассоне, где ему выдали накидку с красным бургундским крестом и поставили на городскую стену.

Всеми англичанами, нанятыми для службы бургундскому герцогу, командовал сэръ Роджер Паллейр — спесивый латник, редко снисходивший до стрелков. Его приказы обычно передавал сентенар по имени Смитсон, облюбовавший таверну «L'Oie» — «Гусь», где проводил все время.

— Нас тут ненавидят, — с самого начала предостерег он новоприбывших.

— Не хотите получить нож в спину — ночью поодиночке не шляйтесь.

Несмотря на то, что солдаты в крепости были бургундцами, жители Суассона хранили верность своему безумному королю, Карлу VI Французскому. Хук, даже после трех месяцев жизни в крепости не различавший бургундцев и французов, не понимал их вражды: и говорят на одном языке, и герцог бургундский не только кузен сумасшедшему королю, а еще и тесть французскому дофину...

— Семейные дрязги, парень, — объяснил Джон Уилкинсон. — Хуже их не бывает.

Старику Уилкинсону было уже за сорок, его назначили мастерить луки и стрелы для лучников-англичан, нанятых бургундцами. Он жил в конюшенном закутке «Гуся», где аккуратно развесил на стене все свои пилы, надфили, скобели, резцы и стамески. Когда ему потребовался помощник, Смитсон выделил Хука, самого молодого из новоприбывших.

— У тебя-то хоть голова на плечах, — одобрительно проворчал Уилкинсон, — а то присылают всякую дрянь — что людей, что оружие. Лучники, а на пятидесяти шагах в бочку не попадут. А сам-то сэр Роджер! — Старик сплюнул. — Только деньги на уме. Дома-то все спустил, одних долгов, говорят, пять сотен фунтов. Пять сотен! Тебе, поди, и не снилось! А нам за него сражаться эдаким хламьем... — Уилкинсон, вытащив очередную стрелу, покачал седой головой.

— Стрелы дал сам король! — попытался оправдаться Хук, помогавший забирать стрелы из подвалов Тауэра.

Уилкинсон усмехнулся.

— Королю, благослови Господь его душу, просто некуда их деть — стрелы-то еще старого короля Эдуарда. Толку от них никакого, а продать Бургундии — самое то. Так он, небось, и замышлял. Гляди! — Старик перебросил стрелу Хуку.

Длинная — больше Хуковой руки — ясенева стрела оказалась погнутой.

— Кривая, — признал Хук.

— Кривее не бывает! Хоть из-за угла стреляй!

В закутке Уилкинсона стоял жар — в углу пылал круглый кирпичный очаг, поверх которого дымился котел с водой. Старик взял у Хука гнутую стрелу и вместе с дюжиной других уложил на края котла, затем прикрыл ясенева дровяки толстым слоем тряпок и придавил середину камнем.

— Сначала распарить, — пояснил он, — потом придавить, потом, если повезет, выпрямить. Оперение из-за пара отвалится, да что с того — чуть не половина стрел все равно без перьев!

Рядом горела жаровня, на которой стоял второй котел, поменьше, оттуда пахло копытным клеем — им Уилкинсон приклеивал к стрелам гусиные перья.

— И шелка нет, обходишь тут одними жилами, — проворчал он. Жилами обматывалась пятка стрелы вместе с перьями. — А от жил какой прок? Высыхают, съеживаются, рассыпаются... Говорил я сэру Роджеру — мол, без шелка мне никак, да ему-то что! Ему что стрела, что деревяшка, поди растолкуй...

Старик завязал жилу узлом и повернул стрелу, чтобы разглядеть пятку: при выстреле она прилегает к тетиве и потому ее укрепляют насадкой из рога,

чтобы отпускаемая тетива не расщепила ясеневое древко. Уилкинсон попробовал отломить роговой стержень, однако тот не поддался, — и старик, нехотя пробурчав что-то одобрителное, потянулся к дискам за следующей стрелой. Каждая пара дисков из жесткой кожи, прорезанных по краям, держала две дюжины стрел — так их было удобнее перевозить без риска смять тонкое оперение.

— Перья, рог, шелк, ясень, сталь, лак, — бормотал Уилкинсон. — Возьми самый распрекрасный лук и стрелка ему под стать — и все ж без перьев, ясеня, рога, шелка, стали и лака ты сможешь во врагов разве что плевать. Ты людей убивал, Хук?

— Да.

Уилкинсон, заслышав вызов в голосе, усмехнулся.

— В бою? Или так? В бою людей убивал?

— Нет, — признался Хук.

— А из лука?

— Да, одного бродягу.

— Он в тебя стрелял?

— Нет.

— Тогда с чего тебе зваться лучником? Лучник — тот, кто убивает врага в бою. Как ты убил последнего?

— Повесил.

— Почему?

— Он был еретик.

Уилкинсон — худой как куница, мрачный и остроглазый — провел пятерней по редующим сединам и хмуρο взглянул на Хука.

— Вешать еретика? Дрова, что ли, в Англии кончились... И давно за тобой такой подвиг?

— С прошлой зимы.

— Он из лоллардов? — спросил старик. Хук кивнул, и Уилкинсон недобро усмехнулся. — Стало быть, ты повесил человека за то, что он не сошелся с церковью из-за ломтя хлеба? «Я — хлеб живой, сшедший с небес», говорит Господь, а про мертвый хлеб на церковном блюде — ни слова. Он ведь не сказал, что Он затхлый лежалый хлеб — нет, сынок, Господь назвал Себя хлебом живым. Но ты-то, вешая еретиков, уж конечно лучше Него понимал истину.

На вызов, крившийся в словах старика, Хуку ответить было нечем, и он промолчал. Он не задумывался о вере и Боге, пока не услышал голос в конюшне, и теперь временами сомневался, не пригрезились ли ему те слова. Он вспомнил Сару, ее молящий взгляд и свою неудачную попытку помочь. Вспомнил запах жженой плоти и низкий стелющийся дым, обвеваемый ветром вокруг лилий и леопардов на английском гербе. Вспомнил отмеченное шрамом лицо молодого короля, суровое и непреклонное.

— А вот из этой, — Уилкинсон потянул к себе стрелу, обломленную близко к наконечнику, — мы еще сделаем убийцу что надо. Пусть утает в ад дворянскую душу...

Старик положил стрелу на деревянную колоду и выбрал нож поострее, попробовав лезвие на ногте большого пальца. Быстрым движением он отхватил верхние шесть дюймов древка и перебросил стрелу Хуку.

— Займись делом, парень, сними наконечник.

Узкое стальное жало, длиннее Хукова среднего пальца, сходилось к острию тремя гранями без зубцов. Такие нако-

нечники были тяжелее прочих и могли пробить доспех, а на близком расстоянии — если стрелять из мощного лука, для которого нужна Геркулесова сила, — пробивали даже рыцарские латы.

Хук принялся вращать наконечник; наконец клей внутри отверстия отслоился, высвободив древко.

— Знаешь, как закаляют острие? — спросил Уилкинсон.

— Нет.

Старик, наклонившись над обрубком ясеновой стрелы, тонкой пилкой не длиннее мизинца выпиливал клин в отрезанном торце.

— Когда куют, в огонь сыплют кости. Да-да, высохшие мертвые кости. А почему горящие угли с костями обращают железо в сталь?

— Не знаю.

— Вот и я не знаю. А поди ж ты — угли да кости... — Уилкинсон, сдвув опилки с торца, удовлетворенно кивнул. — Я знавал одного в Кенте — тот сыпал кости человеческие. Детский череп, говорит, дает лучшую сталь. Раскопает могилу, вытащит череп, бросит кусками в огонь... Младенческий череп — на угли!.. Подонок был еще тот. Но уж убивать его стрелы умели, этого не отнять. Сквозь доспех проскальзывали — только ахнешь...

Уилкинсон, пока говорил, достал откуда-то дубовое древко в шесть дюймов длиной, его клиновидный выступ точно повторял форму только что сделанной прорези в ясеновой стреле.

— Видал? Ровнее не бывает! — гордо произнес старик, состыковывая в руке оба древка. — Не в первый раз, поди! Теперь ее склеить — и готова убивать.

Подхватив свободной рукой наконечник, старик наставил его на дубовый торец и любовно оглядел стрелу. Дубовый стержень придавал стреле вес и усиливал тяжесть наконечника — так стрела вернее пробьет латный доспех.

— Попомни мое слово, парень, убивать тебе придется уже скоро, — пробормотал Уилкинсон.

— Скоро?

Старик мрачно усмехнулся.

— Король Франции, может, и безумен, да только он не потерпит, чтоб бургундский герцог удержал Суассон. До Парижа рукой подать! Королевское войско вот-вот нагрянет, и тогда нам только и останется, что бежать в крепость. А коль доберутся до крепости — то лучше помереть заранее. Французы англичан не любят, наших лучников и вовсе ненавидят, так что попадись ты им в руки — умирать будешь в мучениях и воплях. — Он взглянул на Хука. — Я не шучу, парень. Лучше перерезать себе глотку, чем попасть к французам.

— Если придут — отобьем, — пожал плечами Хук.

— Ну да, еще бы, — жестко усмехнулся Уилкинсон. — Молись, чтоб герцогское войско явилось раньше. Потому что если в Суассон придут французы — мы окажемся в западне, как крысы в кадушке с маслом.

И теперь каждое утро Хук стоял на городской стене над воротами и оглядывал дорогу на Компьен, ведущую вдоль Эны. Еще чаще он глазел на дома за стеной, в предместье, и особенно на дом красильщика у сточной канавы — там рыжая девка каждый день развешивала во дворе крашенные ткани для просушки

и частенько, взглядывая на Хука и других стрелков, махала им рукой, получая в ответ одобрительный свист. Женщины постарше, однажды поймав ее на заигрывании с вражескими солдатами, отвесила девке ощутимую оплеуху, однако на следующий день рыжая вновь крутила во дворе задом, к удовольствию зрителей. Когда девка не появлялась, Хук глядел на дорогу — не мелькнет ли солнечный блик на доспехах, не заплещется ли на ветру яркое знамя, возвещая приближение герцогского войска или, сохрани Господь, вражеской армии, — однако на глаза попадались лишь бургундцы из городской стражи, тянущие в город съестное. Порой в такие вылазки с ними пускались и стрелки, по-прежнему не встречая по пути никакого противника, кроме хозяев реквизируемого хлебного зерна и живности — крестьяне в таких случаях могли укрыться в лесу, а вот горожанам, чьи дома солдаты перерывали в поисках припасенной еды, деваться было некуда. Мессир Ангерран де Бурнонвиль, командующий бургундским гарнизоном, велел сносить в собор все зерно и засоленное мясо, чтоб было чем прокормить гарнизон и жителей: он ждал французов в начале лета и готовился к долгой осаде.

Ник Хук помогал убирать припасы в собор: здание вскоре заполнил хлебный аромат, который, впрочем, не заглушал острого запаха выделанной кожи — Суассон издавна славился кожевниками, обувщиками и шорниками, и вонь от располагавшихся на юге ям с мочой, в которых выдерживались кожи, при южном ветре неминуемо пропитывала весь город. Хук часто бродил по собору,

дивясь на расписанные стены и богатые алтари в серебре, золоте и эмали, крытые расшитым шелком и льном. В соборах ему прежде бывать не приходилось, и теперь отдающее эхом пространство, теряющиеся в тенях высокие своды, торжественное каменное безмолвие — все наводило его на странные мысли о том, что в жизни должно быть нечто большее, чем луки, стрелы и способность с ними управляться. В чем состоит это нечто — Хук не знал, однако такие мысли преследовали его с самого Лондона, с того мига, когда после разговора со стариком-лучником в голове раздался повелительный голос. Как-то раз Хук, с непривычки чувствуя себя неловко, опустился на колени перед статуей Девы Марии и попросил прощения за то, что не сумел ничем помочь той девушке в лондонской конюшне. Он поднял взгляд на печальный лик Богоматери, и ему показалось, будто глаза ее, ярко выписанные белой и голубой краской, глядят на него с укором. Ответь мне, — взмолился он, однако никаких голосов не услышал. За смерть Сары не будет прощения, он нарушил Божью волю. Он проклят...

— Думаешь, она поможет? — прервал его молитвы резкий голос: рядом с Хуком стоял Уилкинсон.

— Если не она, кто еще?

— Может, ее сын? — ядовито осведомился старик и украдкой огляделся: у боковых алтарей полдюжины священников служили мессы, по нефу спешила стайка монахинь в сопровождении клириков. — Бедняжки, — вздохнул он.

— Почему?

— Думаешь, они шли в монастырь по своей охоте? Нет, парень, просто их

родителям не нужны хлопоты: незаконных дочерей делают монашками, чтобы они не наплодили незаконных внуков. Иди сюда, кое-что покажу.

Не дожидаясь ответа, Уилкинсон заковылял к высокому алтарю, блистающему золотом под необыкновенной красоты арками, ряды которых образовывали полукруг в восточной части здания.

— Взгляни на ларцы, парень, — велел старик, преклоняя колени у алтаря и почитительно склоняя голову.

На алтаре, по обе стороны от распятия, стояли серебряные и золотые ларцы, многие под хрустальными крышками, — внутри, насколько можно было разглядеть под хрусталем, лежало что-то кожаное.

— Что там? — спросил Хук.

— Башмаки, — приглушенно ответил Уилкинсон, не поднимая головы.

— Башмаки?

— Ну да, такие штуки, которые носят на ногах, чтобы песок не застревал между пальцев.

Кожа выглядела старой, тусклой и покоренной. Туфля в одном ковчеге настолько ссохлась, что Хук счел ее детской.

— А зачем тут башмаки? — спросил он.

— Ты слышал о святых Криспине и Криспиниане?

— Нет.

— Они покровители обувщиков и кожевников, и эти башмаки — их работа. По крайней мере, так говорят. Оба жили в Суассоне, здесь же, похоже, и убиты. Замучены за веру — как тот старик, которого вы сожгли в Лондоне.

— Он был...

— Еретик, да. Всех мучеников убивали из-за того, что кому-то из сильных не нравилась их вера. Христа на кресте — самого Христа, парень! — распяли за ересь. За что ж еще? А женщин ты убивал?

— Нет, — выдавил Хук.

— Значит, женщины там были? — спросил Уилкинсон, пристально взглянув на Хука. Ответа ему не потребовалось, он поморщился. — Вот уж порадовался Бог в тот день, ничего не скажешь.

Старик с отвращением покачал головой и полез в кошель на поясе. Достав горсть чего-то металлического — Хук решил, что монет, — он ссыпал их в огромную медную кружку у алтаря, предназначенную для пожертвований. Священник, что подозрительно следил за двумя англичанами-лучниками, при звяканье металла явно успокоился.

— Наконечники стрел, — ухмыльнулся Уилкинсон. — Старые ржавые наконечники, никуда не годные. А теперь помолись святым Криспину и Криспиниану.

Хук помедлил. Господь не мог не видеть, как Уилкинсон всыпал в кружку негодные наконечники вместо денег, — и Ник, словно ощутив подступающие языки геенского огня, поспешил опустить в кружку монету.

— Молодец, — тут же отозвался Уилкинсон. — Епископу твои денежки точно пригодятся, будет, на что пива попить.

— Зачем молиться Криспину и Криспиниану? — спросил Хук.

— Они здешние святые, парень, их дело внимать молитвам из Суассона. Здесь они услышат тебя скорее других.

Хук, опустившись на колени, вознес молитву святым Криспину и Криспиниану — чтобы они испросили ему прощение за лондонский грех, уберегли от беды в Суассоне, где им самим случилось принять смерть, и дали благополучно вернуться в Англию. Молитва получилась не такой сердечной, как обращения к Богоматери, однако Хук считал разумным и дальше молиться обоим местным святым — уж они-то наверняка слышат тех, кто взывает к ним из их родного города.

— Я готов, парень, — объявил Уилкинсон, внезапно оживляясь. На ходу он запихивал что-то в карман, и Хук, подойдя ближе к алтарю, увидел, что от покрыва, свисавшего до полу, грубо откромсан прямоугольный кусок. Старик ухмыльнулся. — Шелк, парень. Если шелк для стрел негде взять — надо стащить.

— У Бога?

— Коль Богу негде взять пару шелковых ниток — значит, плохи Его дела. Ты ведь мечтал убивать французов? Значит, молись, чтоб у меня был шелк для твоих стрел.

Однако помолиться Хуку не пришлось: на рассвете следующего дня французы нагрянули в город.

* * *

Paul Melko, «The Walls of the Universe», USA

Перевод с англ. А. Шипулина

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

