

Профессиональный

ПЕРЕВОД

и управление информацией

Инструменты и технологии

Подкован ли технически ваш поставщик языковых услуг?

Управление

Стратегии получения максимально возможной прибыли для поставщиков языковых услуг

Комментарии специалистов

Тренинг по этике для письменных и устных переводчиков

1

январь 2011

Содержание

ИНСТРУМЕНТЫ И ТЕХНОЛОГИИ

- 3** Подкован ли технически ваш поставщик языковых услуг?
Бенджамин Б. Саргент

УПРАВЛЕНИЕ

- 6** Стратегии получения максимально возможной прибыли
для поставщиков языковых услуг *Ричард С. Пигелоу*

КОММЕНТАРИИ СПЕЦИАЛИСТОВ

- 12** Создание верований *Кэйт Эдвардс*
- 15** Основные принципы профессиональной этики
Бетти Гальяно, Федерико Рамос и Лучана Рамос
- 19** Тренинг по этике для письменных и устных переводчиков *Джо Друган*
- 25** Результаты опроса: этика в сфере локализации *Идалина Гомес-Тейлор*
- 32** Персональная этика и языковые услуги *Терена Белл*
- 37** Курсы электронного обучения этике и соблюдению норм
Андреа Эдмундсон
- 41** Деловая этика и языковая отрасль *Тедди Бенгтссон*

ИЗ-ПОД ПЕРА МАСТЕРА

- 46** Когда я умолкну, знайте — я умер (отрывок) *Джерри Уэйнтрауб и Рич Коэн*

Главный редактор Сергей Гладков
Зам. гл. ред. по производству Нана Чатынян
Научный редактор Маргарита Бажина,
margaritaba@logrus.kiev.ua
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: 123298, Москва,
3-я Хорошевская ул., 11
Телефон: (499) 197-0422
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 3,5 усл.-печ. л.
Журнал выходит ежемесячно. Распространяется по подписке.
Подписной индекс Агентства «Пресса России» — 82558.
Интернет-подписка — www.ITbook.ru, телефон (499) 197-04-22, e-mail: ITJ@mail.ru
© Издательство «Русская Редакция», 2011
© Компания «Логрус», 2011

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

Подкован ли технически ваш поставщик языковых услуг?

Бенджамин Б. Саргент (Benjamin B. Sargent)

Весной 2010 г. компания Common Sense Advisory провела опрос сотен поставщиков языковых услуг со всего мира. Наши данные показали, что количество поставщиков, которые восторженно относятся к техническим средствам, в период с 2008 по 2009 год выросло до 64 %, в то время как количество тех, кто выступает против технических средств или испытывает сомнения, составило в среднем 18–19 %. Отношение к технологическим средствам — первейший индикатор успеха на рынке переводов при условии, что целью является рост.

Как оказалось, ментальность основателей компании накладывает неизгладимый отпечаток на подход поставщиков языковых услуг к техническим средствам. В июне этого года я две недели мотался по северо-западной Европе, стремясь посетить как можно больше опытных пользователей технологий, применяемых для выполнения операций перевода. Даже в просуществовавших десятки лет компаниях по-прежнему отчетливо ощущается первоначальный замысел, пристрастия и предубеждения

основателей компании: любознательность или скептицизм, агрессивность или осторожность.

Одним из открытий, сделанных мною в ходе этого путешествия, стал тот факт, что не все хорошо подкованные и ориентированные на технологии фирмы считали рост одним из своих важнейших приоритетов. В действительности, мне встретилось несколько компаний, владельцы которых умышленно старались замедлить рост. Основное внимание они уделяли балансу, процветанию и благополучию. Вместо того, чтобы рассказывать мне о своих уникальных и потрясающих рабочих платформах (хотя, в конечном счете, речь заходила и о них), они прежде всего знакомили меня со своим уникальным и потрясающим персоналом. Казалось, что основной их целью было создание счастливого, заинтересованного и постоянного коллектива, а технологии были лишь средством для скорейшей реализации этого замысла. Первый вопрос, который они задавали при оценке нового компонента программного обеспечения: «Как оно может повысить эффективность на уровне задач, снизить

нагрузку на сотрудников и способствовать гармонии в организации?»

Поставщики языковых услуг заинтересованы в инвестировании средств в автоматизацию бизнес-процессов и приложения для обработки лингвистических данных. Хотя некоторые производители технологических средств пытаются объединить обе составляющие в единой платформе, в большинстве программ основное внимание уделяется только одной из них. Для управления бизнес-процессами необходимы приложения с широким спектром возможностей работы с базами данных, в которых можно хранить и отслеживать проекты, данные о людях и платежах. В основе приложений для обработки лингвистических данных лежат изоциранные алгоритмические функции, для которых требуются значительные вычислительные ресурсы процессора.

Одна из проблем, с которыми приходится бороться поставщикам языковых услуг, состоит в различии между управлением бизнес-процессами и автоматизацией потоков операций. В первом случае необходимо осуществлять ввод и отслеживание данных по проекту. Это выполняется вручную или путем получения данных из других приложений. Улучшенное планирование и мониторинг могут принести много пользы, однако они могут потребовать от менеджеров проектов выполнения множества операций на компьютере. Автоматизация процессов или потоков операций означает, что выполнение одной задачи инициирует в программном обеспечении событие, после которого начинается новый этап в цепочке процессов. И все

это без какого-либо вмешательства со стороны менеджера проектов. Без автоматизации потока операций, обеспечивающей обновление данных заданий непосредственно в модуле, использование систем отслеживания проектов может потребовать добавления дополнительных этапов, которые выполняются вручную, повышая тем самым рабочую нагрузку на персонал. Поэтому покупатели технологических средств должны выполнить сложную процедуру оценки, чтобы найти оптимальное соотношение между улучшением процессов планирования и отслеживания и повышением рабочей нагрузки на руководителей проектов или дополнительным временем, затратами и нарушением процессов адаптации к приложению для автоматизации потока операций. При этом необходимо решить, для кого выполняется оптимизация: для себя или для среды клиента, и какой компромисс между эффективностью работы поставщика языковых услуг и эффективностью клиента можно считать приемлемым.

Чтобы максимально повысить собственную производительность, может потребоваться адаптировать или создать единую платформу, которая наилучшим образом отвечает используемым методам работы. Чем больший процент работы можно выполнить с помощью этой оптимизированной платформы, тем лучшими будут результаты с точки зрения прибыли и производительности. Однако чтобы обеспечить максимальное соответствие своей деятельности требованиям многочисленных производителей сред клиентов, будь то прямые заказчики или другие поставщики

языковых услуг, необходимы различные рабочие базовые платформы и возможность сочетать и подбирать компоненты для создания решений под каждого клиента. Чем больше систем, в которых можно комфортно работать, тем шире возможности для получения прибыли и привлечения новых клиентов.

Мир технических средств не стоит на месте, и ИТ-инфраструктура каждой компании постоянно меняется. Независимо от того, разрабатываете вы, приобретаете или собираете производственную среду, в каждом модуле приложения должны регулярно учитываться изменения, вносимые при появлении новых возможностей и новых ожиданий. Неразумно поступают как компании, инвестирующие слишком много средств в ИТ, так и компании, инвестирующие слишком мало. Но наименее рациональное использование технических средств — это внедрение решений, приводящих к несогласованности

рабочей платформы с пристрастиями владельца-оператора, потребностями рабочего коллектива или клиентской базой. Если уделять слишком много внимания внутренней эффективности, не создавая надлежащую клиентскую базу, возможности применения решения могут оказаться ограниченными, а рост доходов прекратится. Если же пытаться делать все и для всех, то можно оказаться мастером на все руки, неспособным ничего смастерить, неэффективным и неубедительным. Согласовав основную идею, лежащую в основе продукта, со своими бизнес-целями и стратегией в отношении технических средств, можно добиться признания покупателей и сделать так, чтобы они выбирали именно вашу фирму и именно по той причине, по которой нужно.

Бенджамин Б. Саргент — старший аналитик и специалист по стратегии глобализации контента компании *Common Sense Advisory*, занимающейся консалтингом и исследованиями.

Стратегии получения максимально возможной прибыли для поставщиков языковых услуг

Ричард С. Пугелов (Richard S. Paegelow)

В день Святого Валентина несколько лет тому назад к нам обратился потенциальный клиент, который хотел, чтобы наша компания перевела стихотворение, написанное им для подруги. Узнав стоимость, он удивленно переспросил, действительно ли мы берем такие деньги за подобную услугу. За все годы работы мы не раз получали аналогичные ответы от людей, которые решили, что мы — общественная служба или неприбыльная организация, работающая из любви к языку, а не за настоящую плату. Учитывая такое отношение, как же нам выживать?

Составить экономическое обоснование для начинающей переводческой компании, или поставщика языковых услуг, довольно проблематично. Прежде всего, сложно себе представить отрасль с большим уровнем конкуренции. Компания Common Sense Advisory составила базу данных из более чем 23 000 поставщиков языковых услуг. Она оценила, что на каждые 100 компаний в их базе данных приходится еще восемь поставщиков, о которых ничего не извес-

тно. Следовательно, речь идет о выходе на рынок в отрасли, где уже работают практически 25 000 конкурентов.

Помимо этого ситуация усложняется тем фактом, что с точки зрения неискушенного наблюдателя между переводом, выполненным независимым, недипломированным внештатным переводчиком, и переводом, созданным опытным дипломированным переводчиком, отредактированным вторым таким же квалифицированным специалистом и застрахованным на предмет точности на Лондонском Ллоиде, нет никакой осязаемой разницы. И в довершение всего этого оба перевода можно приобрести на одинаково хорошо разработанных веб-сайтах. Из-за этого поставщиков крайне сложно отличить друг от друга, пока не будет сделана покупка и доставлен продукт. Новая компания, занимающаяся переводами, в буквальном смысле столкнется с миллионами конкурентов — мягко говоря, далеко не радужная перспектива.

Еще одна проблема связана с экономикой нашей отрасли. Учитывая тот факт, что многие начинающие покупа-

тели, менеджеры по закупкам и государственные органы тяготеют к наименьшим расценкам, которые только можно найти на рынке, поставщики языковых услуг с хорошо обученными дипломированными переводчиками, придерживающиеся принципа независимого редактирования, будут вынуждены выслушивать жалобы потенциальных клиентов на то, что другие выполняют эту работу лишь за часть цены, предлагаемой поставщиком языковых услуг. Помимо труднодостижимой валовой прибыли (цена за слово, выплачиваемая внешним покупателем, оказывается ниже, чем прямые издержки, связанные с оплатой труда переводчика и редактора), поставщик языковых услуг неизбежно должен нести издержки, связанные с продажей и маркетингом, что делает экономическое обоснование еще более непривлекательным.

Когда я в начале 1990-х приобрел находящуюся в упадке лингвистическую школу, у которой из всех активов был факсимильный аппарат да пишущая машинка в кладовке, два инструктора школы предложили свои услуги по развитию направления перевода. Комиссия, которую они называли, составляла 50 % от доходов за переводы! Первое мое впечатление о бизнесе переводов было самым неблагоприятным: никакой вам маржи, никакого баланса между доходами и расходами, а теперь еще кто-то хочет забирать себе половину доходов.

Средства бухгалтерского учета во спасение

Поскольку лингвистическая школа по-прежнему несла убытки, я был вы-

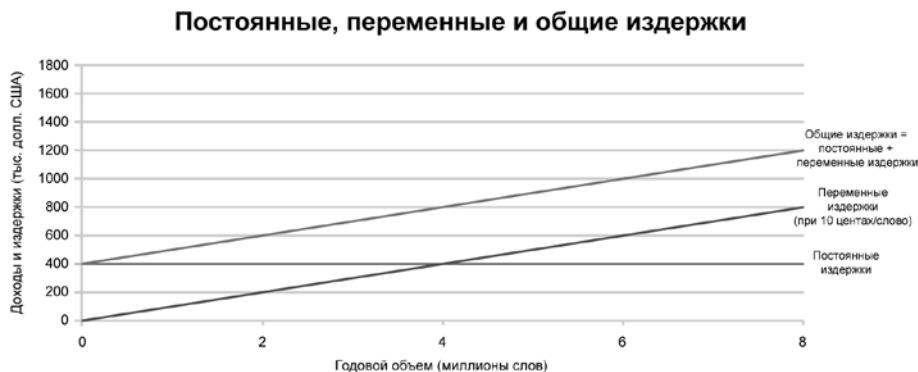
нужден обратить свое внимание на побочный переводческий бизнес. Несмотря на сомнительное экономическое обоснование, у меня не было другого выбора, кроме как попытаться полностью реорганизовать это направление. К счастью, благодаря опыту, полученному на предыдущей работе, связанной с производственной бухгалтерией, я смог в общих чертах определить с постоянными и переменными издержками, а также выполнить анализ безубыточности, который часто используется управляющими, направляемыми банками и кредиторами для спасения утопающих компаний.

Для краткосрочного выживания крайне важно знать постоянные и переменные операционные издержки. Начнем с нескольких определений. Постоянные издержки — это затраты, на которые не влияет изменение объемов работ в краткосрочной перспективе. Примерами таких издержек могут служить аренда помещения, постоянный штат сотрудников, аренда оборудования, коммерческое страхование и так далее. Чем выше постоянные издержки, тем больше риск, поскольку эти издержки будут существовать даже тогда, когда объемы упадут до нуля.

Переменные же издержки колеблются в зависимости от объемов. Примерами таких издержек могут послужить выплаты внешним подрядчикам, почтовые издержки, страхование от ошибок и так далее. В крайнем случае, при нулевом объеме работ переменные издержки также падают до нуля. Таким образом, переменные издержки почти всегда предпочтительнее, чем постоянные.

На **рис. 1** показаны возможные годовые постоянные издержки в размере

Рис. 1. Возможные годовые постоянные издержки



400 000 долл. США для компании, предоставляющей языковые услуги, которая состоит из владельца и четырех профессиональных менеджеров проектов, арендует 2000 кв. м офисной площади и платит сторонним переводчикам по 0,1 долл. за слово. Постоянные и переменные издержки, как правило, складываются вместе, чтобы получить линию общих затрат, которая начинается на оси Y на уровне постоянных издержек, а затем поднимается вверх по мере роста объемов, отражая изменение переменных издержек компании.

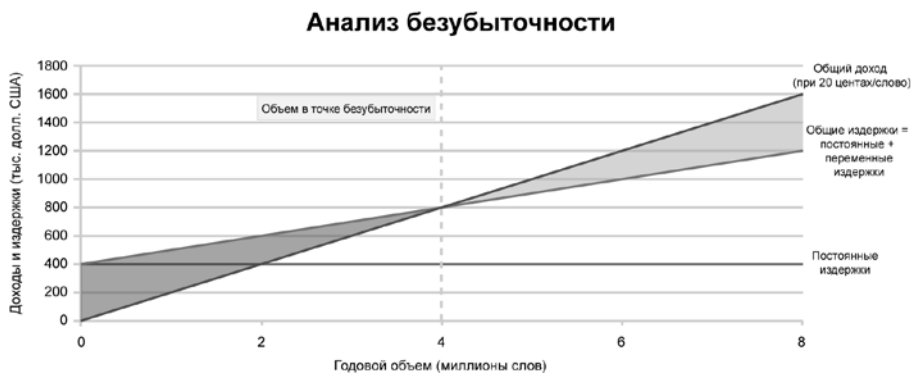
В нашем примере (рис. 2) средняя цена, предлагаемая поставщиком языковых услуг клиентам, составляет 20 центов за слово. Когда объем работ равен 0, доход равен 0. Если объем составляет 500 000 слов, то доход — 100 000 долларов. Объем в два миллиона слов предполагает доход в 400 000 долл. и так далее. При этом никак не учитываются комиссионные от продаж, которые могут существенно снизить цену нетто за слово. В этом примере владелец несет ответственность за маркетинг и предложения

потенциальным клиентам. Менеджеры проектов ведут дела, используя существующую базу клиентов и расширяя ее за счет новых клиентов, которые приходят по рекомендации.

Каков же объем необходим нашему гипотетическому поставщику языковых услуг для покрытия постоянных и переменных издержек? На рис. 2 видно, что на уровне четырех миллионов слов общий доход в размере 800 000 долл. равен сумме постоянных издержек в размере 400 000 долл. и переменных издержек в размере 400 000 долл. Эта точка называется точкой безубыточности.

Достижение точки безубыточности — большое событие, особенно потому, что с этого момента владелец может начать забирать себе свой полный базовый вклад, который должен учитываться при расчете постоянных издержек. Конечно, нужно стремиться поднять бизнес выше точки безубыточности, чтобы по крайней мере наверстать упущенное за то время, когда компания работала ниже этой точки, а владелец получал отрицательное жалование.

Рис. 2. Точка безубыточности для гипотетического поставщика языковых услуг



Примечание. Чтобы выполнить анализ безубыточности в своей компании, нужно определить основные постоянные и переменные издержки, средневзвешенную цену за слово и затраты на основе средневзвешенных первичных цен и издержек на слово в своей компании. Для поставщиков языковых услуг, которые пользуются услугами внештатных переводчиков, первичными переменными издержками следует считать цену за переведенное слово. По сравнению с ними величина других многочисленных переменных издержек из расчета на слово, например почтовых издержек, страхования от ошибок и упущений, относительно невелика, и их можно просто исключить из анализа.

После определения базовой стоимости, дохода и объема данных, мы получаем ценный инструмент для принятия решений. Предположим, например, что владелец компании в предыдущем примере обдумывает идею привлечения еще одного менеджера проектов, чтобы справляться с прогнозируемым ростом. После добавления 60 000 долл.

к постоянным издержкам на выплату базового оклада и премий, полученная ранее точка безубыточности переместится вверх с четырех миллионов слов до почти пяти миллионов слов, что соответствует 15-процентному росту продаж. Кроме того, при этом значительно сократится премиальный фонд для текущих сотрудников, по крайней мере в ближайшем будущем (рис. 3). С учетом важности сохранения позиции не ниже точки безубыточности необходимо убедиться, что 15 % увеличение объемов обосновано и что дальнейший рост возможен, чтобы гарантировать сохранение премий для владельца и сотрудников.

Работа выше точки безубыточности сулит множество приятных изменений, и с ростом объема их становится еще больше, так как постоянные издержки уже перекрываются с лихвой. Прежде всего, у компании есть растущий источник оборотных средств, которые можно использовать для финансирования дебиторов и своевременных расчетов с поставщиком. Вскоре вы сможете самостоятельно финансировать свой бизнес

Рис. 3. Влияние найма нового сотрудника на точку безубыточности в гипотетической компании



и распрощаться с разорительным финансированием с помощью кредитной карты, выплатить ипотечный кредит, используемый для поддержания бизнеса, и погасить все остальные долги, накопившиеся в результате попыток удержать бизнес на плаву в первые годы. Фактически, можно будет даже начать откладывать какие-то средства на «черный день». Вы будете поражены тем, сколько банков захотят ссудить вам деньги, когда вам это уже будет не нужно. Это заставляет задуматься, где они были, когда вы в них так нуждались. Вы даже не представляете, какое удовольствие вы испытаете, когда сможете дать от ворот поворот этим ненадежным друзьям.

Работа выше точки безубыточности позволяет выплачивать премиальные, ощутимо повышающие мотивацию сотрудников. Конечно, такие выплаты нужно планировать исключительно как переменные издержки и прекращать, когда компания покидает комфортную позицию выше объема безубыточности. Установите, например, уровень доходов, с которого начнется выплата премий,

выше точки безубыточности, и предоставляйте доступ к информации о доходах в течение всего года. Кроме того, не следует ограничивать выплаты премиальных какими-либо рамками: пусть сотрудники смогут даже удвоить свой доход. По мере роста объемов начнут появляться средства для финансирования все более щедрых выплат при условии сохранения исходного уровня постоянных издержек, переменных издержек и рыночных цен.

Кроме описанной выше схемы премиальных выплат в форме переменных издержек, поставщик языковых услуг может также внедрить пенсионную программу, также зависящую от переменных издержек.

Стратегии выживания

Вооружившись базовой концепцией учета издержек и определенными знаниями о структуре издержек компании, крайне важно избегать постоянных издержек или по возможности свести их к самому минимуму. В нашей отрасли

постоянных издержек зачастую можно избежать, заменив их переменными издержками. Вот несколько практических решений, которые позволят поставщику языковых услуг удержаться выше точки безубыточности.

- Не нанимайте администратора или секретаря. Вы и ваш основной персонал, занимающийся управлением проектами, должны взять на себя эти функции и поделить их между собой.
- Не нанимайте бухгалтера. С помощью специализированной программы менеджеры проектов смогут легко обрабатывать счета по своим проектам, а владелец возьмет на себя основные функции бухгалтерского учета. В большинстве случаев профессиональный дипломированный бухгалтер должен лишь подготовить налоговые декларации и официальную бухгалтерскую отчетность.
- Не нанимайте отдельного менеджера по маркетингу и по продажам. Как владелец, вы должны взять на себя инициативу в вопросах прямого маркетинга и продаж. Менеджеров проектов можно научить выполнять рутинные операции по продажам и обрабатывать заказы существующих клиентов.
- Не берите в штат переводчиков или верстальщиков. С точки зрения учета издержек практически невозможно найти обоснование для привлечения штатных переводчиков и версталь-

щиков. Заметим, что привлечение работающих по контракту переводчиков с переменными издержками не означает, что вам придется выбирать самых низкооплачиваемых переводчиков. Как и со многими вещами в жизни, вы получите ровно столько, за сколько заплатите. Самые низкооплачиваемые переводчики зачастую возвращают некачественную работу, которая требует существенных правок при редактировании, что с лихвой перекрывает изначальную бросовую цену.

- Создайте систему премиальных, важным компонентом которой являются переменные издержки, чтобы платить сторицей, когда поставщик языковых услуг находится на комфортном уровне выше точки безубыточности.

В заключение могу еще раз порекомендовать по возможности избегать постоянных издержек, а если это невозможно, стараться сохранять их на максимально низком уровне. Яростно защищайте свои доходы, избегая комиссий с продаж, налогов с валового дохода и всех, кто хочет получить процент вашей прибыли.

Ричард С. Пугелой (Richard S. Paegelow), владелец и руководитель компании Inline Translation Services, Inc, хотел бы поблагодарить за оказанную помощь в написании статьи Джонатана Плото (Jonathan Plaut), недавнего выпускника Колледжа Уиттиера.

Создание верований

Кэйт Эдвардс (Kate Edwards)

На протяжении всей истории религиозные верования и объекты, являющиеся отражением верований, были, наряду с языковыми и этническими аспектами, фундаментальным определяющим фактором культуры. Религиозные системы играли одновременно объединяющую и разъединяющую роль как в рамках отдельных культур, так и в межкультурной среде. Большинство тех, кто занимается локализацией и разработкой контента, охотно соглашаются с важностью влияния религии на культуру локального рынка и часто учитывают ее при распространении контента.

При разработке контента для определенных проектов возникает необходимость создавать вымышленные системы верований. Например, в контексте научно-фантастических работ и фэнтези многие авторы разрабатывают новые системы религиозных верований, чтобы обеспечить полноту описания и придать реализма создаваемой ими вымышленной культуре. Существуют бесчисленные примеры новых верований в различных средствах информации: от книг до фильмов, телепередач и видеоигр. Например, созданные Фрэнком Гербертом в серии «Дюна» комбинированные религии, такие как буддизм (смесь буддизма и ислама) дзеншиизм (смесь

дзен-буддизма и шиитского направления ислама), а также объединяющая религиозная доктрина Земли, собранная в единой книге под названием «Оранжевая Католическая Библия». Еще один общеизвестный литературный пример — боконизм из романа Курта Воннегута «Колыбель для кошки», который стал пародией на религиозные системы, требуя от своих последователей принимать ложь за правду. И потом, конечно, есть множество примеров в известных фильмах и видеоиграх: Сила в «Звездных войнах», представляющая собой мистическую вселенскую мощь. В игре *Halo* группировка ковенантов поклоняется древним технологиям (технологиям Halo) давно вымершей расы инопланетян.

Создатели контента часто берут за основу существующее религиозное верование, обычно наиболее распространенное, а затем видоизменяют или объединяют с другим верованием для придания уникальности своей новой религии. К сожалению, авторы и дизайнеры в большинстве случаев не прилагают достаточно усилий для полного отделения объекта вдохновения от своего творения, и потребители нередко проводят аналогии с тем или иным верованием. Поэтому при разработке любых элементов: будь то костюмы, обстановка, типы музыки и что-либо еще, опасно

использовать в качестве вдохновляющей идеи реально существующие объекты.

По большей части избежать аналогий с реальными верованиями крайне сложно, особенно учитывая многообразие систем вероисповедания в различных культурах, существующих сейчас и существовавших на протяжении истории. Однако важно осознать, что во многих творческих работах вариации на тему существующих религий не обязательно предназначены для создания новой группы людей или культуры и чаще всего используются в качестве своего рода насмешки или даже неприкрытой критики реально существующей религии посредством аллегорий. Следовательно, намерения создателя контента в ходе разработки новой религиозной системы являются крайне важным фактором, определяющим то, каким образом конечный продукт будет воспринят потребителями на местном рынке.

Учитывая активный рост, наблюдающийся в сфере создания творческого контента, особенно изобилие фильмов, телепередач и видеоигр, потребность в разработке или изменении религиозной системы возникает гораздо чаще, чем можно было бы предположить. Поэтому, если такая потребность возникнет и у вас, помните, что новую религию для вымышленной культуры или общества следует разрабатывать с большой осторожностью и только после тщательных исследований. Оскорбление потребителя на локальном рынке в вопросах религии — это один из самых грубых видов ошибок, которые только можно допустить. Чтобы помочь в освоении этого узкоспециального аспекта создания кон-

тента, ниже приведены рекомендации по тщательной проработке новой системы верований.

Прежде всего (и к этому моменту это уже должно быть совершенно очевидно), следует избегать прямого копирования религий как в том, что касается их основополагающих верований, так и в том, что связано с их внешними проявлениями. Эта рекомендация касается использования религиозных символов, архитектуры, одежды, музыки, текстов песен, жестов и всех остальных аспектов, по которым можно идентифицировать определенную религию. Обычно самую большую проблему создает заимствование небольших аспектов реально существующих религий. Например, очень узнаваемого символа: традиционного религиозного костюма, песни или псалма либо типа архитектуры культовых сооружений. Я уже приводила этот пример ранее, но, как мне кажется, в данном контексте стоит упомянуть о нем снова. В 2003 году в странах Ближнего Востока и других мусульманских странах, где основной религией является Ислам, из-за использования стиха из Корана в звуковой дорожке к ритуальным песнопениям была запрещена продажа игры *Kakuto Chojin*. Волна протестов против включения столь священного контента в игру была настолько сильной, что игра была изъята из продажи по всему миру, а ее производство было прекращено. Затем в 2007 году разработчики игры *Resistance: Fall of Man* — шутере от первого лица — без разрешения использовали очень точный образ Манчестерского собора, чем сильно огорчили англиканскую церковь. Они вынуждены были принести свои из-

винения, особенно за то, что жестокие действия происходили в самом соборе.

Еще одна рекомендация — избегайте создания гибридных версий настоящих религий. Я понимаю, что это прямо противоречит некоторым литературным примерам, рассмотренным ранее, однако в литературе обычно допустима большая свобода для пародии и сатиры. А вот контент, аналогичный видеоиграм, еще только предстоит вывести на этот уровень творческой свободы как «вид искусства», поэтому крайне важно быть осторожными. Сочетая религии, отнюдь не просто подобрать такие атрибуты различных верований, которые образывали бы абсолютно правдоподобные сочетания. Если только основная задача не заключается в том, чтобы продемонстрировать гибрид, который может возникнуть в обществе планеты Земля в будущем. Например, в юмористическом телесериале «Футурама», вымышленная религия Роботология оскорбляет последователей Саентологии, поскольку является прямой пародией, вариантом их верования, адаптированным для роботов.

За исключением случаев, когда вымышленная религия явно используется для аллегорической критики определенного периода истории, автор контента должен стараться избегать таких параллелей, поскольку пользователи в различных регионах быстро почувствуют критический тон. Например, период инквизиции в истории католической церкви очень часто копируется, моделируется и модифицируется для широкого спектра контента. Как правило, это делается для демонстрации печальных ошибок этого периода. Общественность может под-

держивать такое использование, но для последователей католической веры это, вероятно, является болезненной темой. Вообще говоря, если вымышленная религия предназначена для неприкрытой насмешки и прямого толкования, следует быть готовым к высокой вероятности негативной реакции на локальном рынке. Это также справедливо для случаев, когда вымышленная религия создается для демонстрации слабостей реально существующей веры.

Остался один последний момент, который следует учитывать, даже если его вероятность ничтожно мала: авторы контента должны осознавать и понимать, что созданная ими вымышленная религия может привлечь настоящих почитателей. Если созданная система верования очень заманчива и интересна для конечных пользователей, всегда существует вероятность того, что они могут принять ее как достойную почитания, и она превратится в нечто неподконтрольное большинству компаний. Вероятно наилучшим примером такого явления может служить феномен религии джедаев, которой придерживались последователи Силы в «Звездных войнах». Как бы смешно это не выглядело, согласно недавним отчетам, перепись населения в Великобритании показала, что рекордное число людей назвало своей религией религию джедаев. По закону это вынудило возмущенное правительство Великобритании включить джедаизм в число признанных религий, после чего религия джедаев стала четвертой наиболее распространенной религией в стране, опередив даже иудаизм и сикхизм!

Хотя создание вымышленного верования далеко не самое распрост-

раненное занятие, к нему не следует подходить легкомысленно, даже если это делается для насмешки или пародирования. Это как раз тот случай, когда использование воображения и новых идей при создании контента в конечном итоге дает существенное преимущество.

Кэйт Эдвардс — географ и главный консультант компании Englobe в Сиэтле, предоставляющей консультационные услуги в области геокультурной аналитики и стратегии разработки контента.

Основные принципы профессиональной этики

*Бетти Гальяно (Betty Galiano), Федерико Рамос (Federico Ramos)
и Лучана Рамос (Luciana Ramos)*

Этика как норма поведения зависит от культурной среды; она определяет, какое поведение является правильным, а какое нет с точки зрения здравого смысла. Этика возникла только тогда, когда люди стали задумываться о том, какой образ жизни наилучший.

Нравственные принципы лежат и у истоков нашей отрасли. Они постепенно формируются в рамках каждой отрасли, и сфера языковых и технологических услуг — не исключение. Люди, работающие в определенной области, отвечают за то, чтобы в ней соблюдались этические нормы. Несмотря на то, что многие придерживаются норм поведения в бизнесе, главенство этики может казаться утопией. Но это практически возможно

и реально; мы убеждены, что сотрудники компаний должны руководствоваться этическими нормами, придерживаться правил честной работы в обстановке справедливой конкуренции. Чтобы сохранять этические деловые отношения с клиентами, коллегами и сотрудниками, деятельность компании должна основываться на принципах добросовестности, лояльности и приверженности обязательствам, а все заинтересованные стороны обязаны разделять и поддерживать эти ценности. Мы вполне уверены, что большинство из вас согласны с этими строками, но как же приведенные принципы проявляются в отрасли языковых и технологических услуг, частицей которой являемся мы, читатели этого журнала? Задумавшись над вопросом, не оттесняют ли потребности бизнеса

эти принципы на второй план, мы вынуждены были дать неприятный для нас ответ «да», если судить по растущему с каждым днем количеству подтверждающих это случаев.

Всегда ли выгодна добросовестность?

Можно выделить несколько ситуаций, в которых добросовестность должна быть ключевым принципом построения деловых отношений поставщиками языковых услуг, например при проверке уровня подготовки сторонних ресурсов, уточнении целесообразности использования машинного перевода и выяснении фактического объема работ, который могут выполнить сотрудники. Мы часто попадаем в такие условия, в которых склонны вести себя не совсем честно. Мы можем ошибочно полагать, что менее строгий подход ускорит рабочий процесс и принесет быстрые результаты. Первые этапы выполнения проекта непосредственно касаются политики управления поставщиками, в том числе порядка привлечения кадров, методов регулярного оценивания и отслеживания соответствия требованиям. Несомненно, такие задачи отнимают много времени и почти всегда не укладываются в график, да и просто несовместимы с требованием срочного выполнения, которое выдвигается к большинству заказов. Поэтому случается, что рабочие операции делаются некачественно с самого начала, и мы «непредвиденно» получаем плохие результаты, которых вполне могли бы избежать. И несмотря на то, что мы все хорошо это знаем, зачастую нам кажется,

что нас вынуждают, склоняют или обязывают выполнять работу любым способом, и понятие этики трансформируется и искажается так, как нам удобно.

Как сохранить лояльность клиентов

Чтобы стать надежным партнером, требуется время, усилия, а также существенный опыт. Лояльность завоевывается постепенно и обычно с помощью мелких поступков. В свою очередь, благодаря мелким поступкам чаша весов склонится в вашу сторону, если вы приложите дополнительные усилия в следовании принципам добросовестности, сотрудничества, прозрачности и гибкости. Если вы преуспеете в этом, естественно, ваш бизнес будет расти. Следовательно, вам понадобится больше ресурсов для обслуживания своих клиентов. Поэтому с самого основания своей компании необходимо создать такую этическую систему, в которой все участники смогут постоянно соблюдать такие принципы. Ценности должны преподноситься так, чтобы их легко можно было принять и передавать; они должны настолько хорошо укорениться, чтобы ими определялся каждый отдельный мелкий поступок. Кроме того, согласно главному воспитательному принципу наглядный пример поведения должен исходить с верхнего уровня иерархии.

Но что делать, если на это не хватает времени или ресурсов? Измените ли вы свою этическую концепцию, видя, как новая и многообещающая деловая возможность утекает сквозь пальцы? Опасайтесь преступить опасную черту, так

как в этом случае вам, безусловно, будет трудно удержаться на позиции своих первоначально установленных этических норм. В конечном счете, благодаря своей стойкости вы обеспечите длительные и крепкие партнерские отношения с клиентами. Ваша компания не только создаст себе солидную репутацию, но и станет защищенной и подготовленной к решению будущих сложных задач.

Широко распространенным подходом к бизнесу является работа по долгосрочным договорам, при котором, как правило, высоко ценится лояльность с учетом взаимно согласованных положений и условий. Обе стороны согласуют свои бизнес-стратегии, в том числе основные затраты ресурсов, времени и денежных средств, для надлежащего выполнения условий договора, что открывает им новые возможности. Создание взаимовыгодных союзов дает отличное представление об этических нормах в любой области, а способность воспринимать крупных и мелких участников как часть одной экосистемы подтверждает, насколько выгодных результатов можно достичь в обстановке соблюдения этических норм. Стороны должны стремиться к формированию отношений логистической цепочки, а не биологической пищевой цепочки и избегать ситуаций, в которых тот, кто больше, поедает того, кто меньше. Реализации этих стремлений также способствуют те, кто находятся на низшем уровне иерархии.

В нынешнем обществе, и в особенности в отрасли языковых и технологических услуг, Интернет играет роль огромного окна в мир и в вашу компанию, давая возможность выполнять де-

ловые операции в режиме реального времени. И здесь огромное значение имеют безупречные отношения и порядочность в ведении бизнеса. Борьба за одних и тех же клиентов не означает «воровать» клиентов. Для этого существует множество способов, например: укрепить свое присутствие в определенной рыночной нише или выделиться среди других. Вам нужно быть честными в конкуренции и, еще раз подчеркиваем, соблюдать этические нормы. На данном этапе ключевую роль играет прозрачность несмотря на то, что у других может возникнуть искушение «увести» ваших клиентов.

Приверженность обязательствам

Мы ведем свой бизнес на международном рынке в таких условиях, когда предложение услуг, направление оферты, размещение заказа и сдача работы происходят почти одновременно. При этом участники процесса могут разделять материки и океаны, а также разные культуры. В ходе работы над заказами должны соблюдаться определенные требования к языковым стандартам, срокам исполнения, форматам файлов, этапам рецензирования и тестирования и т. д. И вы обещаете выполнять все эти требования, не имея возможности обменяться рукопожатием с заказчиком, возможно, даже не зная другую сторону в лицо. Поэтому вам не остается ничего иного, кроме как придерживаться своего обещания, и это лучшее, что вы можете сделать. Так вы приобретете конкурентное преимущество в этом виртуальном мире. Но как быть, если появятся проблемы или

неожиданно возникнут непредвиденные обстоятельства? Разве вы себе позволите сорвать заказ, когда еще можно принять какие-то меры, просто немного отойти от своих этических принципов? Независимо от причин, которыми люди могут оправдывать свои неправильные поступки, самый безопасный способ для преодоления большинства трудностей, которые могут время от времени возникать, — заранее принимать необходимые меры и вести открытый диалог. Это значит быть честным, не бояться просить о помощи и быть готовым изменить план действий, чтобы справиться с неожиданными препятствиями. Главным условием для успешных деловых отношений, несомненно, является выполнение своих обязательств в отношении сроков и качества, и каждый поставщик языковых услуг это обещает.

Этика как знание

Возможно, трудно согласиться с тем, что несколько простых слов обладают такой силой и могут сделать так много, но в действительности сила не в словах. Все зависит от вас, ваших процессов, методов, мер контроля, постоянной оценки, обратной связи, обширного опыта, своевременных действий, находчивости, стойкости, добросовестности — этики. Соблюдение этических норм должно быть главным правилом при совершении любого действия, и совокупный результат такого поведения станет ключом к успеху. Этика не только обогащает нас в нравственном плане, но и приносит нам знания. В далеком прошлом, когда технологии были слаборазвитыми, Сократ,

мудрец из Афин, назвал знание добродетелью. Его позиция в отношении этики была четкой: «Этика заключается в знании того, как нам следует поступать, и такому знанию можно научиться». Этика основана на ответственности. Если ваши сотрудники и другие стороны ведут себя на равных, чувствуя, что они «в одной лодке», и каждый из них действительно в это верит, это естественным образом принесет благоприятный эффект: согласованную работу в команде, добровольный обмен знаниями и самыми эффективными методами работы.

По сути, этика заключается в том, чтобы не подводить людей — как в штате своей компании, так и вне его. Чтобы объединить ключевые принципы с бизнес-целями, расставить приоритеты и определить самые эффективные методы для выполнения своих задач, требуется здоровое восприятие ответственности и приверженности обязательствам. Количество факторов риска значительно снижается, если план действий составляется с самого начала, когда открыто формулируется политика компании. Этические принципы должны лежать в основе принятия решений — идет ли речь о том, какие проекты подходят для вас или вашей группы в соответствии с вашими областями специализации, уровнем владения технологиями, опытом работы; какие сроки разумно выполняемы, исходя из вашего стандартного объема перевода; какими языками вы уверенно владеете; какие контактные данные принадлежат вашему клиенту; как установить обоснованные и в то же время конкурентные тарифы для каждого участника логистической цепочки, —

вот всего лишь несколько ситуаций. В конечном счете, этическое управление компанией избавит вас от риска неудач.

Чтобы работать в обстановке подлинно этического сотрудничества, всегда оставайтесь личностью и сохраняйте свое лицо, и вы выделитесь на фоне других в нынешнем обезличенном мире, созданном компьютерными сетями. Позиционируя себя, будьте хозяином своего слова и репутации, и уважение к вам придет само собой. Давайте не будем

стремиться к совершенству; его не существует среди участников нашего рынка. Вместо этого давайте стремиться к тому, чтобы всегда быть готовыми в нужный момент оказать помощь клиенту, в то же время не забывая, что наши возможности ограничены.

Бетти Гальяно, Федерико Рамос и Лучана Рамос являются владельцами и директорами переводческой компании из г. Розарио, Аргентина.

Тренинг по этике для письменных и устных переводчиков

Джо Друган (Jo Drugan)

Переводчики иногда рассматривают этику как роскошь, которую они не могут себе позволить. Как сказал один из анонимных участников дискуссии на сайте LinkedIn, «я бы сейчас перевел что угодно при условии, что мне заплатят соответствующее вознаграждение и я не попаду под наблюдение или арест». Других же вопрос этики просто не волнует. Они искренне недоумевают, когда кто-то упоминает об этике в связи с переводами, и никак не могут понять, как они связаны между собой. Обе эти позиции весьма распространены среди студентов переводческих специальностей.

Я в этом однажды убедился на семинаре по переводу. Одна из наших выпускниц обратилась в то утро за советом в связи с дилеммой, с которой она столкнулась в своей практике. Ее попросили перевести инструкцию по эксплуатации оружия для оружейной ярмарки с сомнительной репутацией, основными покупателями на которой будут страны, печально известные своим пренебрежением к правам человека. Предложение поступило от ее крупного клиента, агентства, которое обычно занимается переводами на автомобильную тематику, и ее предупредили, что если она от-

кажется, то потеряет работу в будущем. После того как мы все это обсудили, я предложил узнать, что думают о ее проблеме 15 аспирантов, у которых в тот день было занятие.

Класс единодушно решил, что она должна взяться за работу по двум причинам. Во-первых, ей нужны деньги, ведь ей все же необходимо выплачивать кредит на учебу, и если она не сделает эту работу, ее все равно сделает кто-нибудь другой. Во-вторых, материал уже существует на исходном языке, поэтому переводчик всего лишь играет роль безликого передатчика. Рассматривать акт перевода как неэтичный просто бессмысленно. Это все равно, что считать производителя браузера неэтичным из-за материалов, которые его пользователи могут найти в Интернете. Один из студентов пошел еще дальше и заявил, что было бы неэтично не переводить этот материал, учитывая его законность: почему носителям одного языка отказывают в доступе к знаниям или информации, которые доступны для других? Отказ от перевода можно расценивать как дискриминацию.

Этика на практике

Несмотря на скептическое отношение многих студентов и практикующих специалистов, все чаще можно встретить признаки того, что в современных экономических и политических условиях для письменных и устных переводчиков вопрос этики важен, как никогда.

Во-первых, сами переводчики регулярно поднимают подобные вопросы. В различных интернет-сообществах пе-

реводчиков ведется оживленное обсуждение на тему того, что следует считать этическим профессиональным поведением. В одном из недавних опросов свыше 1500 переводчиков, две трети респондентов, сказали, что они иногда или всегда отказываются от определенных заданий по переводу по «этическим, моральным, политическим или религиозным соображениям», а еще 10 % заявили, что хотя они и не откажутся от работы, они бы хотели, чтобы у них была такая возможность (опрос проводился компанией ForeignExchange Translations 22 июля 2010 г.).

Во-вторых, представляющие переводчиков профессиональные ассоциации все чаще начали разрабатывать кодексы и проводить тренинги по этой теме. Например, у Американской ассоциации переводчиков (ATA) теперь есть Кодекс этических норм и сопутствующая программа сертификации, которую должны пройти все ее члены.

В-третьих, в ряде недавних резонансных полемик, которые велись в нашей отрасли, отчетливо прослеживается этическая составляющая. Как заявляет Натали Келли (Nataly Kelly) в статье «Мифы о краудсорсинговом переводе» (*Multi-Lingual*, декабрь 2009 г.), когда Facebook, LinkedIn и Twitter начали выполнять часть своих переводов по принципу краудсорсинга, переводчики, объясняя свой враждебный настрой, акцентировали внимание не только на угрозе своим доходам, но и на таких этических проблемах, как справедливая компенсация и профессионализм.

Последняя причина, по которой вопрос этики в отрасли приобретает все

большую важность, — политическая обстановка, в которой выполняется письменный и устный перевод. Естественно, во все периоды истории человечества среда осуществления перевода всегда была сильно политизирована, однако, учитывая международное влияние, которое оказывают Соединенные Штаты Америки на сегодняшний день, а также усовершенствованные средства международной коммуникации, военные кампании в Афганистане и Ираке привлекли беспрецедентное внимание к проблемам перевода в этой сложной обстановке. При этом особое внимание уделяется не только этому вопросу, но и этической составляющей работы устных переводчиков. По заявлению Натали Келли и Доналда А. Де Пальма (Donald A. DePalma) в статье «Самое время пресечь бесчинства неквалифицированных устных военных переводчиков» (*Blowing the Whistle on Unqualified Military Interpreters, Global Watchtower*, 9 сентября 2010 г.), устные переводчики, не следующие четко прописанным этическим принципам, создали очень серьезную проблему в Афганистане: «Многие военные подрядчики не привлекают к ответственности устных переводчиков за нарушение ряда каких-либо этических норм или стандартов при устном переводе в военных условиях. Зачастую, такие устные переводчики в значительной мере становятся солидарными с солдатами, с которыми им приходится работать, что еще больше затрудняет для них сохранение нейтралитета и объективности, которые абсолютно необходимы для точного устного перевода».

Однако указывает ли что-то из вышесказанного на необходимость проведения

специальных тренингов по этике для письменных и устных переводчиков? Обычно в таких ситуациях предлагают обратиться к кодексу профессионального поведения и закону. Если письменные и устные переводчики придерживаются этих коллективных соглашений, то зачем им проходить обучение, отдельно размышляя над вопросами этики? Разве не достаточно контракта?

В еще ненапечатанной статье, которую мы написали вместе с коллегой Крис Мегон (Chris Megone), я подробно останавливаюсь на том, что нужно еще с умом интерпретировать кодекс и законы, и именно с этой задачей иногда помогают справиться курсы обучения. Кроме того, письменные и устные переводчики работают в динамически изменяемых условиях. Кодексы и правовые системы не успевают за этими условиями, и в них невозможно предусмотреть все возможные сценарии. Поэтому каждый должен быть в состоянии самостоятельно и независимо принимать правильные решения. Наконец, этичное поведение подразумевает возможность делать различные выводы, поскольку в кодексах невозможно предусмотреть необходимые ответы для каждой конкретной ситуации.

В качестве иллюстрации рассмотрим текущую инициативу компании Google под названием Health Speaks, в рамках которой добровольцев призывают переводить интернет-ресурсы, посвященные вопросам здравоохранения, с английского языка на арабский, хинди и суахили. Позже, по-видимому, будут добавлены и другие языки. Эту инициативу можно назвать глубоко этической.

Призванная донести важные материалы до миллионов людей, эта инициатива почти наверняка спасет жизни и позволит улучшить результаты лечения. Кроме того, компания Google.org пожертвовала неприбыльным организациям здравоохранения по 50 000 долл. США для каждого языка в благодарность за работу переводчиков-добровольцев. Тем не менее, первоначальной реакцией профессиональных переводчиков стала попытка привлечь внимание общественности к этическим недостаткам подхода Google и потенциальному вреду, который может нанести такой подход. Они обратили внимание на опасности, связанные с привлечением неквалифицированных добровольцев, особенно в сфере здравоохранения, отсутствием информации о рецензировании в различных странах, а также потенциально негативном влиянии на заработок профессиональных переводчиков, работающих с этими языковыми парами в данных секторах. Как человеку, столкнувшемуся с такими противоречивыми интерпретациями, решить, стоит ли участвовать в этой инициативе?

В этой и других ситуациях профессионального характера, с которыми приходится иметь дело профессиональным переводчикам, могут помочь тренинги по этике. Было бы полезно провести параллели между этическими проблемами перевода и проблемами в других сферах, таких как медицина или техника. Для решения ряда проблем можно воспользоваться философскими работами, написанными на протяжении столетий, а также подробными практическими материалами по прикладной этике. Важно

заранее поразмыслить над различными сценариями и попытаться узнать, как в аналогичных ситуациях поступали другие, ведь это может помочь в случае возникновения новых сложных обстоятельств. Президент компании ForeignExchange Translations, специализирующейся на переводах и локализации в сфере медицины, Андрес Хьюбергер (Andres Heuberger) считает, что «было бы неплохо заставить студентов задуматься над этим пораньше, чтобы, когда они окажутся в такой ситуации, у них уже был опыт решения этических вопросов, и они принимали решения, с которыми они смогут жить». Хьюбергер предложил в качестве примера случаи, когда переводчика впервые просят перевести материалы, касающиеся экспериментов на животных, или маркетинговую брошюру о контрацептивах.

Именно это сейчас и пытаются делать некоторые университеты, проводя тренинги по этике для студентов, специализирующихся на устных и письменных переводах. Хотя в прошлом такие тренинги чаще встречались в курсах специалистов по переводам на медицинскую и научную тематику, некоторые институты стали проводить их для многих других специализаций. Например, в Лидском университете Великобритании в данный момент проводится экспериментальный тренинг по этике, включенный во все курсы по устным и письменным переводам, локализации, переводу субтитров и сурдопереводу. Работая бок о бок со специалистами по этике и профессиональными переводчиками, мы разработали практические примеры на основе реальных событий, с помощью

которых мы будем побуждать студентов к размышлениям и обсуждениям, используя смесь обучающих ресурсов (блоги, вики, интерактивные учебники) и личные отзывы опытных специалистов по этике.

Этический перевод

Исследования проблем этического характера, возникающих в ходе трудовой деятельности, подтвердили нашу гипотезу о существовании этической составляющей перевода. Когда мы попросили профессиональных переводчиков и наших выпускников предложить реальные практические примеры, то обнаружили, что можем воспользоваться широким спектром проблем, связанных с этим вопросом.

При этом из всех проблем чаще всего встречаются этические затруднения, связанные с переводимым контентом. Следует ли переводить материал, который противоречит личным или религиозным убеждениям: порнографию, маркетинговые материалы для продуктов из свинины или алкоголя, результаты экспериментов над животными, расистский или сексистский контент? Есть ли в этом случае разница между устным и письменным переводом? Ведь письменный переводчик может просмотреть исходный текст, прежде чем принимать заказ на перевод, в то время как устные переводчики иногда сначала заключают контракт и лишь потом узнают в точности характер переводимого контента. Обязан ли переводчик, с этической точки зрения, отказываться от работы, если его убеждения не позволят ему пе-

редать исходное сообщение в достаточно нейтральной форме?

Ниже приведены другие сферы, в которых можно столкнуться с этическими дилеммами.

- **Квалификация и профессиональная пригодность переводчика:** следует ли браться за работу, связанную с теми областями, в которых нет богатого предыдущего опыта, и если нет, как вообще можно получить какой-то опыт?
- **Клиенты:** в случае неприятия, к примеру, азартных игр, следует ли также избегать перевода меню для отелей Лас-Вегаса, даже если сам контент напрямую с играми не связан?
- **Предполагаемое назначение:** одни и те же маркетинговые материалы для табачных изделий могут быть присланы на перевод производителем сигарет и предназначаться для использования в кампаниях в развивающихся странах или предоставлены адвокатами, выступающим обвинителями в деле против этих компаний от имени больных раком пациентов. Имеет ли это какое-то значение для принятия решения о том, следует ли брать такую работу?
- **Потенциальное влияние:** например, может ли *безвозмездная* работа для неправительственной организации, выполненная с добрыми намерениями, в действительности привести к неэтичным последствиям (упадку на рынке труда или снижению расценок на устные переводы в развивающихся странах, препятствиям для найма местного персонала, снижению качества перевода)?

- **Профессионализм:** какова мера ответственности письменных и устных переводчиков перед их коллегами и сферой профессиональной деятельности в целом? Приемлемо ли ставить под удар других переводчиков, предлагая более низкие расценки по контрактам, передавать работу внешним ресурсам или критиковать работу других переводчиков?

Несмотря на изобилие исходных материалов и желание задействовать их в тренинге, нужно преодолеть множество препятствий. Учебные курсы уже составлены, а среди преподавателей обычно нет специалистов по этике. Кроме того, многие из преподавателей никогда не занимались переводами профессионально. Не во всех университетах есть специалисты по этике, которых можно было бы подключить к разработке и окончательной подготовке курсов обучения. Кроме того, как отметил один из моих бывших студентов, «подумайте о бедных и несчастных выпускниках». Даже несмотря на то, что курсы по этике быстро приобретают популярность в университетах, они не доступны большинству профессионалов, хотя специалисты могут пройти их в какой-то мере, постоянно участвуя в семинарах по повышению квалификации, а также интерактивных курсах, таких как организуемые АТА.

Один из способов, позволяющих заполнить оставшиеся пробелы, заключа-

ется в том, чтобы воспользоваться поддержкой коллег, к которым можно обратиться через процветающие интернет-сообщества переводчиков в Интернете. С этической точки зрения у интернет-сообществ часто бывает плохая репутация. Из-за возможности анонимного участия в их адрес нередко звучат обвинения в недопустимом поведении, таком как кибертравля, однако это, пожалуй, одна из тех сфер, в которой их вклад может оказаться глубоко этическим. Их несомненное преимущество — возможность обсудить этические проблемы со знающими коллегами и поучиться на их опыте именно тогда, когда это необходимо. Появляющиеся свидетельства объединения усилий, как, например, в случае недавней работы над созданием системы машинного перевода для гаитянского креольского, в рамках которой были мобилизованы разбросанные по всему миру представители отрасли, свидетельствует о потенциале совместной работы через Интернет, который может служить показателем того, насколько этическим может быть перевод.

Джо Друган — старший преподаватель в Лидском университете, в котором она готовит специалистов в сфере прикладных переводов. В 2008 г. она была награждена за переводческие исследования первой премией Британского национального общества учителей.

Результаты опроса: этика в сфере локализации

Идалина Гомес-Тейлор (Idalina Gomes-Taylor)

Как специалисты по локализации относятся к этике в нашей отрасли? Можно ли определить, описать или регулировать этические нормы? Отличаются ли они чем-то от норм в других отраслях?

Основная цель недавно проведенного мной опроса заключалась в том, чтобы получить ответы на эти вопросы и определить связанные с этикой отраслевые практики. Второстепенной целью было выявление проблемных с этической точки зрения вопросов и оценка возможности их урегулирования. В конечном итоге, независимо от результатов, сделанные выводы будут касаться отрасли в целом, что позволит сделать еще один шаг на пути дальнейшего развития сферы локализации.

Консультант по геополитике Кейт Эдвардс (Kate Edwards) говорит: «Я думаю, что чем больше знаний и информации мы можем получить об отрасли локализации, тем лучше. Иногда мне кажется, что представители этой отрасли, делая предположения относительно происходящего, ведут себя слишком самодовольно, упорно, но практически безосновательно держась за свои убеждения». Зачастую специалистам по локализации сложно получить доступ к результатам

исследований в отрасли локализации. Существует множество научных исследований и консультационных работ, но они либо не публикуются для широкой общественности, либо предоставляются только за определенную плату. Одна из целей данного исследования — предоставить свободный доступ к сделанным в нем выводам. Это необходимо не только для того, чтобы мотивировать и обучить заинтересованных специалистов в сфере локализации, но и для того, чтобы стимулировать проведение дальнейших исследований, а также определение и конкретизацию потребностей отдельных групп. Почему этика? С профессиональной точки зрения этот выбор был, с одной стороны, обоснован тем, что в нашей совершенно техничной и практичной отрасли часто пренебрегают изучением менее материальных проблем. С другой стороны, поводом послужил тот факт, что в сфере письменных и устных переводов есть множество работ по этике. В организациях и компаниях используются собственные кодексы этических норм, но в отрасли локализации до сих пор не проводились полноценные исследования по этике, кроме, пожалуй, создания стандартов этических деловых практик LISA.

Структура опроса «Этика в сфере локализации», проведенного в июле 2010 г.,

разрабатывалась, исходя из ряда соображений. Каждый специалист по локализации по-своему понимает и использует этические нормы в повседневной профессиональной деятельности. Поэтому для вопросов был предложен максимально широкий спектр вариантов ответов. При этом респондентам была также предоставлена возможность высказаться самостоятельно с помощью поля для записи личного мнения, которое было добавлено практически для всех вопросов. Учитывая масштабы и сложность данной темы, вопросы не были обязательными, и поэтому респонденты могли пропускать вопросы, на которые они не смогли ответить. Кроме того, чтобы избежать влияния на ответы респондентов и не склонять их к определенному мнению, для этики не было дано точное определение, хотя для ориентации были приведены ключевые слова, такие как *правильно или неправильно; теория или практика; социальный или профессиональный; культура или бизнес*. Чтобы получить приемлемое количество опрашиваемых и обеспечить участие респондентов с различным жизненным опытом и подтвержденной про-

фессиональной квалификацией в сфере локализации, использовались прямые и личные рассылки.

Восприятие опроса и его результаты подтверждают наличие проблем и спорность соображений, учтенных при его разработке. По состоянию на 30 сентября 2010 года, было зафиксировано 938 посещений, 129 полностью и 111 частично заполненных анкет (последние не включены в анализ и данные, представленные в этой статье). При этом большое число посещений свидетельствует о заинтересованности данной темой, а незначительное количество анкет указывает на ее спорность и сложность.

Результаты опроса

Респондентами были преимущественно выходцы из США (21 %) и Великобритании (10 %), при этом 34 % респондентов оказались поставщиками языковых услуг, а 16 % — внештатными сотрудниками. На просьбу описать отрасль локализации (рис. 1), 23 % ответили, что она «сложная и постоянно развивающаяся».

Рис. 1. Описание отрасли локализации по результатам опроса респондентов

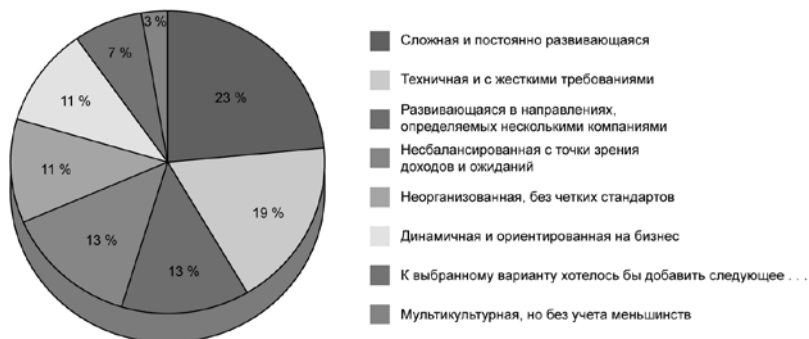
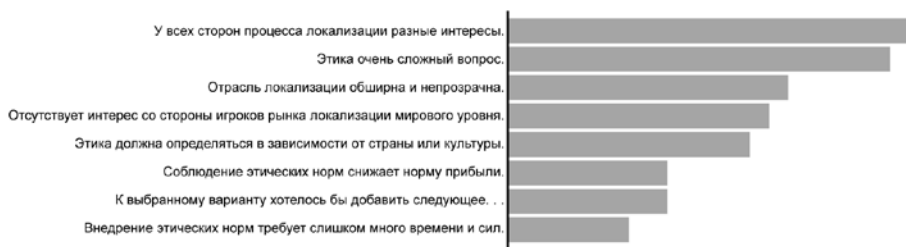


Рис. 2. Сложности, препятствующие определению этики в сфере локализации, с точки зрения респондентов опроса



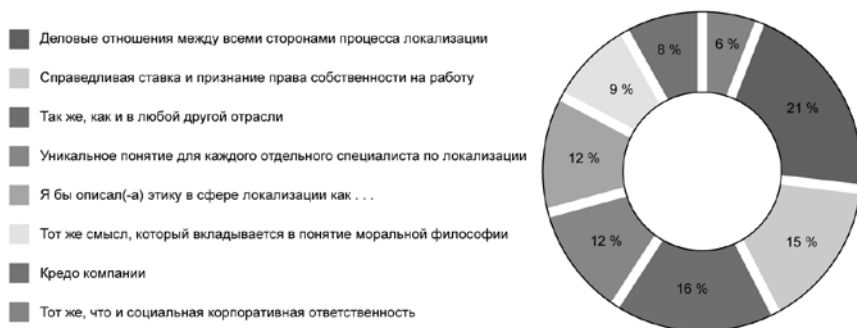
Что касается знаний стандартов ISO, указать название стандарта смогли 48 %. 28 % не смогли назвать стандарт, а 24 % не знают о нем. В связи с этим 42 % в ответ на вопрос «Если вы работаете или являетесь поставщиком услуг в сфере локализации, сертифицирована ли ваша компания по стандарту ISO?» выбрали «Не относится к моему случаю», 40 % отметили, что их компания не была сертифицирована по стандарту ISO и 18 % указали сертификат своей компании. Что касается ценности ISO-сертификации для компании, 23 % заявили, что она повышает «уровень доверия к компании», а 22 % указали, что она служит «признанием усилий, приложенных для внедрения передовых практик». 14 % считают, что она «привлекает клиентов», а 13 % полагают, что служит «знаком качества выполняемой работы».

В то же время на вопрос о том, выиграет ли отрасль локализации от введения локализационных стандартов, 57 % респондентов ответили, что «существующие стандарты ISO носят слишком общий характер или их слишком мало», 28 % полагают, что «существующих стандартов ISO достаточно, чтобы удовлетворить потребности в сфере локали-

зации», а 16 % указали сферы, требующие особого внимания, такие как оптимизация процессов и качество, подчеркнув в то же время, что «большинство существующих стандартов непригодны для выполнения этой задачи и требуют дальнейшей доработки».

На этот же вопрос, но в отношении передовых практик, 53 % респондентов ответили, что «существующие передовые практики носят слишком общий характер или их слишком мало», 25 % считают, что существующих передовых практик достаточно для нужд локализации, а 23 % указали сферы, требующие дополнительного рассмотрения, такие как обмен данными, качество, метрики, учет и разработка материалов. Респонденты также выразили свою обеспокоенность в связи с существующими передовыми практиками, считая их слишком теоретическими и устаревшими. Что касается вопроса сложности определения этики в сфере локализации (рис. 2), наибольшее количество голосов получил ответ «У всех сторон процесса локализации разные интересы» (20 %). Некоторые из личных отзывов (8 %) свидетельствуют о том, что локализация является развивающейся и «еще очень непостоян-

Рис. 3. Описание этики в сфере локализации с точки зрения респондентов опроса



ной» отраслью и что необходимо много усилий для создания ее эффективной структуры.

Респонденты считают, что в отрасли основное внимание уделяется наиболее важным моментам, при этом внештатные сотрудники поступают «так, как „считают“ нужным», а клиенты не представляют, какова структура этой отрасли. Поэтому основой для этических отношений должна стать наглядность процесса локализации и его качество. Тем не менее, отрасли не хватает «компетентных органов для определения этических норм».

Хороший этический кодекс потребует сотрудничества всех сторон процесса локализации, которые должны определяться путем «выбора представителей игроков отрасли из разных стран и с различных континентов» для создания такой концепции, которая будет иметь смысл для отрасли в целом. Однако было бы сложно применить «этические стандарты в совершенно разных культурных средах». В разных культурах, странах и у отдельных личностей понятия этики сильно отличаются и, хотя компании

знают о культурных различиях, их знания по-прежнему остаются ограниченными, и, следовательно, им не хватает «всеобъемлющей этической политики». В частности, респонденты считают, что переводчикам недоплачивают, но требуют качественную работу. Однако «не существует явной взаимосвязи между практическими принципами соблюдения этики и прибыльностью или общепринятыми штрафами за неэтичное поведение».

Что касается важности этики, подавляющее большинство высоко оценивают ее роль для взаимоотношений с клиентами, краудсорсинга, обеспечения качества, культурной адаптации, машинного перевода (МП), управления проектами, обмена памятьми переводов и отношений специалиста и поставщика услуг локализации. Исключения были сделаны лишь для проектирования, глобализации и глокализации, которые получили среднюю оценку важности. В ответ на просьбу описать этику в сфере локализации (рис. 3) большинство респондентов выбрали вариант «Деловые отношения между всеми сторонами про-

цесса локализации» (21 %). В комментариях респонденты указали, что этика означает «предлагать качественную работу по справедливой цене для всех участвующих сторон, последовательно реализовывая трудовую политику, которая должна быть эффективной, честной и всеобъемлющей» в равной мере в отношении всех сторон процесса локализации: от клиента до внештатного сотрудника.

Респонденты также считают, что отношение к культуре региона, для которого предназначен перевод, в отрасли локализации должно быть таким же, как и к обеспечению качества для исходной аудитории, а значит, ее представители должны «производить действительно полезную продукцию для носителей конкретного языка». Кроме того, респонденты, с одной стороны, заявили, что этика не заслуживает особого внимания, так как «каждая компания будет самостоятельно определять, чем этика должна для нее стать». С другой стороны, они считают, что отрасли не хватает этических норм, и не рассматривают их как нечто второстепенное.

Респонденты, в частности, упоминали прозрачность, открытость, подконтрольность, честность, справедливость, прямоту, ответственность и профессионализм — характеристики, которые должны быть применимы к любой стороне процесса локализации, независимо от контракта или трудовых отношений. Тем не менее, респонденты также считают, что «трудно объединить личную этику, культурную этику и этику компании». Из всех ключевых слов, названных выше, чаще всего упомина-

ются справедливость, прозрачности и подконтрольность.

Респонденты также утверждают, что этические нормы требуют «быть честным и справедливым, не использовать слабые места в качестве средства для скрытия характера сделок, качества работы и так далее» и что лингвисты после согласования условий выполнения работы не могут менять установленную ставку и срок и всегда должны предоставлять результаты с максимально возможным качеством. Однако компании в свою очередь должны «относиться с уважением к лингвистам и быть честными в вопросах ставок и оплаты».

В ответ на вопрос об этических проблемах, с которыми приходилось лично сталкиваться респондентам, были названы справедливые цены, обмен информацией, соотношение между ставками и сроками, международные деловые практики с точки зрения культуры, случаи нечестных подходов при оплате, требования бесплатно выполнить дополнительную работу, оценка качества, отношения между сторонами (равноправные отношения между клиентом и поставщиком, между поставщиком языковых услуг и переводческими агентствами), продажа услуг с нереалистичными ожиданиями, справедливое обращение с поставщиками, надежность поставщиков, применение политической или религиозной пропаганды, предоставление клиенту независимой консультации, «эксплуатация высококвалифицированных специалистов в странах с низкой стоимостью рабочей силы», работа с клиентами на сомнительных рынках, таких как производство оружия, соотношение между

качеством и прибылью, недостаточно прозрачное определение цен и процедур, одинаковое качество обслуживания на всех языках, редактирование документов после МП для снижения затрат, обращение с внештатными сотрудниками, как с товаром, выполнение обещаний, изменение заказов, недостаточно четкие указания, управление интеллектуальной собственностью и так далее.

Респонденты считают, что отрасль локализации развивается слишком быстро, чтобы анализировать события и процессы с этической точки зрения, что приводит к нехватке этических стандартов. Однако представители отрасли также «слишком недальновидны и „боятся“ обременять клиентов дополнительными проблемами (а в некоторых случаях, пожалуй, слишком упрямы, чтобы анализировать свои собственные процессы)».

Что касается важности этики для улучшения деятельности по локализации, 97 % респондентов согласны с тем, что этика важна для отрасли, ведь она может помочь выработать новый способ мышления, а также «создать улучшенные экосистемы», а также отмечают, что «важно разработать стандарты для структуризации отрасли с виртуальными офисами и аутсорсингом». Однако введение этических принципов «неизбежно приведет к росту затрат и, следовательно, представляется невыгодным».

Что касается этических норм, 60 % респондентов считают, что для их внедрения должны использоваться стандарты и передовые методы, 17 % высказались за использование передовых методов, 3 % предпочли использование

стандартов, а 2 % респондентов выступили против их внедрения. В разделе комментариев (17 %) было предложено создать «доступные сертификационные экзамены» или «сертификации поставщиков языковых услуг и практикующих специалистов согласно этическим нормам Института управления проектами и сертификационными нормами для специалистов по управлению проектами».

У респондентов также спрашивали, слышали ли они что-нибудь об этике в сфере локализации до этого опроса. 50 % ответили, что они слышали о деловой этике, но безотносительно к отрасли, 27 % ответили, что никогда не слышали об этике в сфере локализации, а 23 % оставили свой отзыв, указав, например, такие аспекты, как «стоимость МП и права собственности на него и результаты работы», «возможности, претензии поставщиков, точность, (не) согласие, юридический перевод, медицинский перевод, нейтральность, конфиденциальность», а также «деловой и торговый контекст», еще один из респондентов указал «LISA».

В последнем вопросе респондентам было предложено высказать любые замечания. В комментариях 92 % респондентов указали, что с их точки зрения работу в этой сфере нужно продолжать. Однако небольшому количеству респондентов (4 %) опрос показался подозрительным: «Здесь, похоже, есть какой-то подтекст. В чем тут дело?» Остальные респонденты (4 %) не признают работу, которая не имеет очевидного и прямого применения: «Не понимаю, какой прок от этого опроса».

Несколько идей, возникших в результате исследования

Даже начальные результаты опроса позволяют сделать множество выводов. Они подтверждают, что некоторые аспекты отрасли локализации, с которыми многим из нас регулярно приходится иметь дело, требуют улучшения или по крайней мере внимания и обсуждения.

Локализация — это потрясающая и очень привлекательная отрасль, развивающаяся небывалыми темпами, что зачастую не позволяет уделять достаточно времени рассмотрению, анализу и своевременному внедрению процессов и структур. С одной стороны, это отрасль, в которой лидеры задают темп и направление развития. С другой стороны, она нуждается в авторитетных и признанных организациях, которые бы давали рекомендации и предоставляли ресурсы всем ее участникам в равной мере. Мы должны реалистично смотреть на ситуацию и понимать, что невозможно создать честную отрасль с равными для всех возможностями. Тем не менее, мы можем попытаться внедрить такую структуру, которая будет способствовать большей открытости и единообразию процедур, деловых отношений, управления интеллектуальной собственностью, обучения и т. п. Сертификация позволяет улучшить представление о надежности и высоком качестве тех, кто ее прошел, что делает выгодным получение сертификатов. Однако мы могли бы добиться большего, если бы у нас были строго стандартизированные процедуры сертификации для отрасли локализации.

Не менее важным для репутации поставщиков языковых услуг является внедрение передовых методов, обеспечивающих прозрачность работы и свидетельствующих о профессионализме. Сертификаты, применяемые в сфере локализации, послужат своего рода официальным одобрением независимой стороной. Следование передовым методам работы в сфере локализации является доказательством того, что компания берет на себя более высокие обязательства по обеспечению открытости, подконтрольности и целостности рабочих процедур, а также демонстрирует знание различных аспектов отрасли, знание, которое выходит за рамки неопределенного расхваливания предлагаемого товара. Таким образом, следует прилагать равные усилия по разработке стандартов и передовых методов, характерных для нашей отрасли.

Проблема, которая беспокоит всех специалистов в сфере локализации, — соотношение между ставкой, предоставляемым качеством и надежностью поставщиков. Качество является критически важным аспектом для каждого: оно необходимо клиенту, его предлагают непосредственные исполнители и обеспечивают поставщики конечного продукта. Однако здесь наблюдаются частые случаи эксплуатации труда. Если качество работы оказывается низким, упрекают внештатных переводчиков, иногда не учитывая исходных договоренностей. С другой стороны, поставщики языковых услуг славятся своим стремлением постоянно занижать ставки за квалифицированный труд, а также привлекать дешевую рабочую силу. Если посмотреть

с этой позиции, которая характерна для очень многих поставщиков языковых услуг и внештатных сотрудников, создается впечатление, что мы работаем в недоразвитой отрасли. Нам нужны органы для централизации и координации наших усилий, которые могли бы сделать существенный вклад в определение направлений развития и структурирование отрасли, а также обеспечить согласо-

ванность усилий по превращению ее в более унифицированный и прозрачный рынок с максимально равными возможностями для его участников.

Идалина Гомес-Тейлор является исследователем и лектором Имперского колледжа Лондона и консультантом в компании ExoptoGILT. Ранее Идалина работала в компании TransPerfect Translations руководителем группы подразделения медико-биологических наук.

Персональная этика и языковые услуги

Терена Белл (Tereza Bell)

Если компания «Блэкуотер» попросит вас перевести инструкцию по сборке автоматической винтовки, возьметесь ли вы за такую работу? А что если они скажут вам, что целевой аудиторией документа являются подростки в Судане? Это не гипотетическая, а настоящая дилемма, с которой пришлось столкнуться моему персоналу несколько лет назад. В разгар непопулярности компании «Блэкуотер», практически сразу после инцидента с убийством мирных жителей в Ираке, мои сотрудники сидели в офисе в Луисвилле, штат Кентуки, и спрашивали себя: «Нужно браться за это или нет?» Мы были еще молодой компанией, которая только начинала сотрудничать с первыми клиентами государственного уровня, и, честно говоря, мы бы нашли, на что потратить эти деньги. Но мы решили ни при каких условиях не браться за этот проект.

Лично я знаю о Судане не так много, как могла бы, но зато я уверена в том, что не хочу брать на себя ответственность за тех, кто убивает людей там или где-либо еще. Ведь, насколько мне известно, это оружие не предназначено для защиты. Думаю, без этого перевода кто-нибудь

не узнает о том, как правильно собрать ружье, и в результате не лишится своей беззащитной головы. Тут важен тот факт, что после перевода документа мы теряем над ним власть, и она переходит в руки клиента. И мы редко в точности знаем о том, что с ним будет потом. Но,

если бы у меня еще раз предложили такой проект, отказалась бы я от него снова или нет? Этого я тоже не знаю.

Военные контракты и подрядчики: профессия поставщика языковых услуг полна спорных вопросов. Если вы выступаете против аборт, станете ли вы переводить для клиники, специализирующейся на абортах? А если вы выступаете против запрещения абортов, станете ли вы переводить для центра экстренной помощи беременным, в котором разубеждают женщин делать аборт? И вопросы на этом не заканчиваются. От устного переводчика в сфере юриспруденции, выступающего против смертной казни, может потребоваться перевод приговора, с которым он не согласен, а переводчика-феминистку могут попросить локализовать для компаний, специализирующихся на развлечениях для взрослых.

Никому не хочется думать о себе, как о неэтичной личности. У всех нас есть свои представления, независимо от того, придерживаемся мы какой-либо религии или нет, и уже само по себе наличие или отсутствие религии является одним из таких представлений. Все мы готовы что-то делать, а на что-то не согласимся никогда: убийство, грабеж, перевод для двух конкурирующих клиентов. Вопрос в том, чем мы при этом руководствуемся: религиозными, моральными или этическими принципами. Компания Alboum and Associates из Арлингтона, штат Вирджиния, называет свой коллектив «переводчиками для хороших людей». Под *хорошими людьми* следует понимать клиентов на рынке борьбы с курением, которых исполнитель-

ный директор Сандра Элбоум (Sandra Alboum) называет «табачным дозором». Переводчики по контракту обязуются не работать на крупные табачные предприятия, пока выполняют переводы для компании Alboum and Associates. Элбоум утверждает: «Мы не просто переводим для вас, но еще и поддерживаем вашу позицию. Исходя из этого, мы обязуемся не работать для больших табачных компаний, а также других поддерживающих табачную отрасль организаций. Мы не собираемся работать на конкурентов». По сути, Элбоум сделала один шаг вперед, демонстрируя клиентам отношение ее компании и подрядчиков к табакокурению.

А теперь хочу отметить, что сама я из Кентуки, где табак — это основная сельскохозяйственная культура, а его выращивание — образ жизни. Но на сегодняшний день ни мне, ни находящейся в упадке экономике нашего штата не нужно напоминать о том, что курение нынче не в моде. Антитабачный настрой, по сути, является практически мнением большинства. Однако для многих проблем невозможно определить позиции большинства и меньшинства с такой же легкостью. Возьмем, к примеру, аборт. По данным Дерека Селзника (Derek Selznick) и Союза за борьбу за гражданские права американцев штата Кентуки, 20 % американцев настроены категорически против абортов, 20 % — категорически против запрещения абортов, а остальные либо занимают промежуточную позицию, либо не определились с собственным мнением. Здесь нет ни большинства, ни меньшинства, если, конечно, не считать большинством неопределившихся. Чьим

этическим нормам должна следовать компания в таком случае?

Компания Элбоум отказывается от услуг переводчика, выполняющего работу для обеих сторон. Если у компании есть клиенты, выступающие против запрета абортот, а «переводчик начал переводить для консервативного противника легализации абортот, приходится проводить переоценку ценностей. Предполагается, что вы разделяете позиции своего клиента и предоставляете услуги людям, понимающим и осознающим собственную позицию».

Виктор Герц (Victor Hertz), генеральный директор компании Accredited Language Services из Нью-Йорка, с этим не согласен. Он утверждает, что никогда не станет отказываться от услуг внештатного переводчика на основании того, с какими заказчиками он работает, или исходя из любых других этических принципов, которых может придерживаться переводчик. «Пока вы не можете доказать, что это является посягательством на какое-то социальное благо, все это не ваше дело, — сказал он, — на каком основании вы ставите свои личные ценности выше ценностей других?» И в этом-то как раз и вопрос. Кто отвечает за оценку? Как владелец компании, я предполагаю, что ответом будет «мы сами». В конце концов, именно я, Терена Белл, отвечаю за In Every Language, как компанию. Сандра Элбоум отвечает за Alboum and Associates, а Виктор Герц — за Accredited Language Services. В конечном итоге решения приходится принимать именно нам, исполнительным директорам, и то, будут ли давать оценку нашим компаниям, и если да, то какую, зависит от оцен-

ки, вынесенной нами. Фактически, именно из-за этой ответственности компания LinguaLinx in Cohoes, Нью-Йорк, принадлежащая Дэвиду Смиту (David Smith), не делает заявлений такого рода. «Мы не даем оценку, — говорит Смит сухо. — Я бы ограничивал компанию, если бы навязывал ей свои личные взгляды, моральные принципы или ценности». Для него крайне важно не ограничивать свою компанию, и LinguaLinx постоянно берется за проекты и работает с клиентами, с которыми он не согласен. «Моя компания делает много такого, с чем я не согласен, но я просто вынужден этим заниматься в интересах роста компании как независимого субъекта».

Одним из таких спорных вопросов может быть порнография. В этом году на конференции, проведенной подразделением по вопросам переводческих компаний Американской ассоциации переводчиков, Дэвид Смит признался, что принимает проекты на тему развлечений для взрослых после того, как против них высказался другой участник. Таким образом, для Смита позитивное или негативное отношение к порнографии как таковой отнюдь не является насущным этическим вопросом. Куда более важной этической проблемой (проблемой с более высоким приоритетом) является вопрос ответственности, который упоминался ранее. «Благодаря моим решениям и тому, что я делаю, — заявил Смит, — сорок три человека приходят домой к своим семьям и могут оплатить их счета. Это приятное чувство. Я создаю рабочие места. Вот как я на это смотрю. Я создаю рабочие места, я обеспечиваю прибыльность, я предоставляю возможности.

У людей есть пенсионные отчисления и пенсии, они полагаются на меня и мои решения. Поэтому, независимо от моего личного отношения, решения принимаются из соображений прибыльности». Для Смита каждое принятое LinguaLinux задание еще на один шаг приближает его к цели и позволяет улучшить условия для его сотрудников.

Однако некоторые из нас не считают две эти концепции — рост компании и отказ от личных убеждений — взаимно исключаемыми. Ведь все мы люди: и переводчики, и владельцы компаний. Фактически, 46 % письменных и устных переводчиков, недавно опрошенных компанией ForeignExchange Translations, иногда отказываются от заданий по этическим соображениям, и даже Смит признается: «Я не считаю, что для роста обязательно принимать задания, с которыми вы не согласны, но я полагаю, что это ограничивает ваш рост».

Ограничила ли свой рост компания In Every Language, отказавшись от проекта компании «Блэкуотер»? Когда я задаю себе этот вопрос, мне на ум приходят слова из старой рекламы леденцов Tootsie Pop: «Этого никто не знает». Мы не можем изменить прошлое, но, принимая решения сегодня, вынуждены учитывать его. Решения, принятые мной и моим персоналом, обеспечили нам рост. Я не берусь судить о том, не могли ли они его также подавлять.

Когда мы были начинающей компанией, мы брались за все проекты, которые нам попадались. В этом компании можно сравнить с детьми. Пока они маленькие, им хочется стать и писателем, и летчиком-истребителем, и Президен-

том Соединенных Штатов Америки. В конечном итоге они выбирают что-то одно. По мере роста In Every Language наше негласное основное направление позволяло нам шлифовать свою деятельность, уберегло нас от слишком интенсивного роста в одной определенной сфере и обходилось нам дороже, чем оно того стоило. Рентабельный рост — это рост в заданном направлении. Даже крупнейшие многоязычные поставщики возьмутся не за все задания. Некоторых клиентов и некоторые специализации приходится пропускать. Поэтому мы в своем офисе отказались от этических споров как таковых. Если мы не согласились обслуживать этих клиентов, то было ли им куда пойти? Какие этические принципы затрагиваются не только при выборе новых клиентов, но и при отказе старым? Одно дело решить не предоставлять услуги кому-то новому, и совсем другое — прекратить обслуживать кого-то, кто был нашим клиентом с момента нашего открытия.

Решение проблемы принятия проектов и отказа от них в мире устных переводов более очевидное: всегда можно заявить, что отдельные переводчики обязались не брать задания, противоречащие их личным убеждениям. Фактически, в этическом кодексе Национального совета по переводу в сфере здравоохранения есть положения и о беспристрастности, и о нейтралитете.

- *Беспристрастность.* Устный переводчик должен приложить все усилия, чтобы оставаться беспристрастным и воздерживаться от консультаций, советов или проецирования личных взглядов либо убеждений.

- *Нейтралитет.* Устный переводчик не должен выходить за рамки своей профессиональной роли, воздерживаясь от личного участия.

Оба этих базовых этических принципа говорят о необходимости отделять себя от своего задания, однако способ интерпретации этих правил устными переводчиками может существенно отличаться. Марджери Бэнкрофт (Marjory Bancroft), директор Cross-Cultural Communications в Колумбии, штат Мэриленд, заявила, что «устных переводчиков в связи с этой проблемой можно грубо поделить на три категории: 1) переводчики, уверенные (или почти уверенные) в том, что они смогут сохранять нейтралитет независимо от задания, 2) переводчики, которые знают о том, что к некоторым заданиям они не смогут относиться беспристрастно, и 3) переводчики, которые не уверены в том, как они поступят, если столкнутся с такой ситуацией в реальной жизни».

Я думаю, все согласятся с тем, что более предпочтительна первая или вторая категория: устные переводчики, уверенные в своих возможностях и ограничениях. Фактически, для Виктора Герца этические ограничения — это лишь еще одна сфера, по которой определяется пригодность лингвиста для выполнения определенного задания. «Если внештатные переводчики хороши, они скажут, что не могут за это взяться. Если они не могут сделать это по этической причине,

какой бы она ни была, то для меня это равноценно ситуации, когда переводчик говорит, что занимается техническими переводами и не работает с юридической тематикой». Лично мне хотелось бы, чтобы все внештатные переводчики отказывались от работы, если они знают, что не смогут выполнить ее хорошо. Это позволило бы избежать множества плохо переведенных текстов. Вы можете не разделять взглядов клиента или просто не знать терминологии, используемой в определенной отрасли, но, как бы то ни было, суть заключается в том, что вы должны обладать достаточно высоким профессиональным уровнем, чтобы знать, какие задания получится сделать хорошо, а какие нет.

Перевод — не место для мучеников, и, независимо от того, за какую работу мы беремся, наша задача — сделать ее хорошо. Только мы сами можем сказать, что будет препятствовать этому, а что нет. Когда представитель «Блэкуотер» пришел в мою компанию, я не знала многого о проекте. Но одно я знала наверняка: мои личные этические убеждения будут препятствовать мне. А в каких случаях вы отказываетесь от проектов?

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

Курсы электронного обучения этике и соблюдению норм

Андреа Эдмундсон (Andrea Edmundson)

Образовательные веб-модули стали распространенным средством обучения этике сотрудников со всего мира. Каким образом нужно адаптировать курсы электронного обучения, чтобы не оттолкнуть учащихся, создать точный контент и добиться желаемых результатов?

Соблюдение законов — одна из главных проблем. Крайне важно знать, какие законы сотрудники обязаны соблюдать и чьи это законы, а также отличать их от этических принципов, которым нужно следовать. У последних есть, в частности, культурные нюансы. Таким образом, одна из главных целей разработки курса — помочь учащимся легко проводить различие между законами и принципами (методами работы). В отношении законов в курсе должны быть четко разграничены незнакомые местные законы, которые обязаны соблюдать учащиеся, и международные либо региональные варианты. Например, в некоторых регионах нет таких понятий, как домогательство, дискриминация и защищенные классы. Некоторые темы, к примеру этнокультурное многообразие и методы устойчивого развития бизнеса,

могут оказаться для учащихся бессмысленными. Тем не менее, каждая корпорация надеется, что сотрудники будут уважать ее принципы и методы работы.

Прежде чем учащиеся поймут и примут вашу точку зрения о том, что этично, а что нет, нужно узнать их среду. Возьмем, например, организацию деловых встреч. Общение с целью ведения бизнеса — обычное дело во многих странах; поэтому, отказ от поддержания взаимоотношений с поставщиками требует особых пояснений для понимания культурных различий. Это также может быть справедливо в отношении кумовства и донесения о нарушениях и взяточничестве.

Все мы умеем легко строить предположения относительно содержания курса обучения и, соответственно, легко ошибаться. Если мы предполагаем, что все деловые среды похожи на нашу, практические примеры и действующие лица, вероятно, будут создавать незнакомый для многих контекст. Например, в мире очень по-разному относятся к рабочему времени; поэтому сценарий, в котором шеф звонит работнику вечером домой, будет маловероятным в некоторых странах. Ситуация, когда сотрудник работает

на дому в пижаме, тоже может не подойти. Ниже перечислены другие примеры.

- *Роль женщин.* В некоторых уголках мира женщины практически не входят в состав высшего руководства; поэтому сценарий с молодой женщиной на должности генерального директора во многих странах окажется редкостью.
- *Полномочия сотрудников.* Призывы «пойти на риск», «сообщить о поведении коллеги» или «воспользоваться возможностью» могут оказаться невыполнимыми в среде, где индивидуальность ценится невысоко.
- *Деловое общение.* Во многих странах сотрудники чаще всего не обращаются к начальнику напрямую. Например, если китайский работник обнаруживает нарушение, он не может просто так подойти к руководству и предложить внести изменение. Для этого есть гораздо более тонкие способы.
- *Принятие решений.* Во многих странах решения принимаются по согласованию или после предварительного запроса на получение развернутых отзывов от экспертов. Курс может вызывать недоверие, поскольку в нем не учтены или не признаны подходы к принятию решений, используемые учащимися.

Схема обучения

Чтобы учесть многие из вышеупомянутых культурных нюансов, можно внести коррективы в дизайн и текст. Задание на дом! Кто будет учиться по этому курсу? В какой отрасли они работают? Какова демографическая ситуация? Насколько

учащиеся открыты для западных законов и обычаев? Какова их культура, родной язык, уровень образования и знаний английского? Чем больше известно, тем точнее контент. Описание региональных особенностей целевой аудитории помогает по меньшей мере использовать для курса наиболее подходящий стиль обучения.

Отбросьте идею о создании общих курсов для всех культур. Вместо этого начните с изучения хотя бы одной культуры и разработки курса с учетом уникальных особенностей и предпочтений ее представителей. Позже можно изменить курс для других культурных групп. Начните с шаблона, в котором можно легко обновлять инструкции (язык), содержание, изображения, документы и т. д.

Учащиеся должны сразу узнавать о том, как будет подаваться информация и как их будут оценивать. Во многих странах тестирование является итоговым показателем обучения, и если ваш курс содержит вопросы и практические занятия, которые не будут учитываться при выведении заключительной оценки, сообщите об этом учащимся. У них будет меньше опасений. Но если успеваемость оценивается с помощью заключительного теста, не удивляйтесь, что учащиеся будут пропускать занятия и только проходить тест либо узнавать правильные ответы у своих одноклассников. Также важна последовательность. Учащиеся обычно ожидают, что информация будет им предоставлена до прохождения тестов или проверок на предмет знания этой информации. Таким образом, обучение на основе задач и практических примеров может оказаться непростым,

если учащиеся ожидают, что перед началом выполнением заданий им предоставят все необходимые сведения.

Для тех, кто не является носителями языка, выделите и логическим образом организуйте важный контент. Используйте хороший синтаксис, не забывайте о том, что нужно упростить понимание. Не применяйте двойные отрицания.

Во многих курсах обучения этике и соблюдению норм прослеживается тенденция к использованию практических примеров и вопросов с несколькими вариантами ответов для проверки знаний учеников. Но отзыв — наилучший способ повысить качество обучения, поэтому тщательно объясняйте все правильные и неправильные ответы. Новые концепции или концепции, идущие вразрез с опытом учащихся, быстрее обретут смысл, если изложить их в соответствии с особенностями культуры учащихся. Например, ответ на вопрос о докладе по поводу возможной неэтичной ситуации: «Это правильные действия. Джейн отвечает за компанию и ее акционеров. Она должна доложить об инциденте как можно скорее». Мы добавили: «Если вам неудобно обращаться к начальнику напрямую, выберите другой способ обратить его внимание на эту ситуацию как можно раньше». В данном случае работодатель создал систему анонимного оповещения.

Еще одно утверждение: «Наш кодекс поведения призван помочь вам принимать взвешенные решения и действовать этично. В основе кодекса лежат законы и нормы, регулирующие деловое поведение, а также наше понимание этичного поведения и ценности, кото-

рые часто не предусмотрены в законодательных требованиях». Мы добавили: «В некоторых случаях указания могут показаться незнакомыми или странными. В других случаях вы можете не понять, почему в нашей компании то или иное действие считается «неэтичным», и ваше мнение может быть иным. Тем не менее, успешные компании добились высоких результатов во многом за счет умения работать таким образом, что доверие к ним и их сотрудникам все время растет. Поэтому мы просим вас отнестись с должным вниманием к нашим объяснениям, касающимся этичного поведения. Постарайтесь понять, почему такое поведение повысит доверие к нам. Мы также предоставляем сведения и указания, которые помогут вам принимать решения, исходя из ценностей компании, которые, как мы ожидаем, вы разделите, работая с нами».

Убедитесь, что используемые в учебных примерах места и действия знакомы целевой аудитории. Например, в некоторых странах бизнесом никогда не занимаются в баре или за обедом. Изображения, значки, символы, персонажи, офисные события и т. д. — со всем этим нужно обращаться так же, как и с содержанием курса, учитывая региональные особенности учащихся.

Язык и перевод

Независимо от того, преподается курс на английском или в переводе, можно подготовить контент таким образом, чтобы он был понятен всем, для кого английский язык не является родным, и при этом существенно уменьшить

затраты на перевод. Отредактируйте инструкции и диалоги так, чтобы они были понятны, проверьте пунктуацию и грамматику. По возможности всегда используйте действительный залог, а не пассивный. Поясните значение прилагательных. Что значит *дорогостоящий* или *экстравагантный* подарок? Избегайте слов, которые вызывают сомнения, например *возможно, вероятно и в большинстве случаев*.

Синонимы затрудняют понимание для тех, кто учится не на родном языке, и существенно повышают стоимость перевода. Заранее определитесь, какие именно слова будут использоваться на протяжении всего курса. Вот несколько примеров:

- юридический отдел, отдел по обеспечению соблюдения нормативных требований или компетентные органы;
- закон, нормы или статут;
- фонды, акции или ценные бумаги;
- соблюдать, соответствовать, не нарушать или нести ответственность;
- неприемлемый, несоответствующий или непрофессиональный.

Создайте глоссарий для переводчиков и учащихся, новые слова определяйте сразу. Используйте также слова, принятые в среде учащихся, например *бордюр* для москвичей и *поребрик* для питерцев.

Корпорации не могут себе позволить предложить курс обучения, который оттолкнет учащихся или помешает добиться желаемых результатов. Внимательное отношение к упомянутым аспектам курса поможет избежать таких рисков.

Андреа Эдмундсон — сертифицированный профессионал по обучению и развитию — стратег глобального обучения в корпорации eWorld Learning, Inc. Редактор и автор книги «Globalized e-Learning Cultural Challenges» (Глобальные культурные задачи электронного обучения).

Деловая этика и языковая отрасль

Тедди Бенгтссон (Teddy Bengtsson)

Представим такую сцену.

Заказчик: «Наши проекты действительно сложны. Хотелось бы убедиться, что ваши руководители проектов располагают нужными ресурсами для их реализации».

Поставщик: «Разумеется, но мы уже обрисовали в общих чертах наши процессы и отметили, что услуги по управлению проектами автоматизированы. У нас сильная команда, каждый ее участник может рассчитывать на поддержку, воспользовавшись более обширными знаниями всех участников группы, но если вы настаиваете».

Заказчик: «Нам хотелось бы взглянуть на резюме руководителей проектов и лично побеседовать со всеми утвержденными кандидатами по телефону».

Поставщик: «Что ж, хорошо. Если вы считаете это нужным».

Через шесть месяцев заказчик обращается напрямую к руководителю проекта и предлагает ему должность в своей компании. Ни извинений, ни компенсации, ни признания того факта, что поставщик языковых услуг оказался бесплатным кадровым агентством. Этично ли поведение этого заказчика?

Деловая этика — это приверженность определенным ценностям, общепринятым среди профессионалов конкретной отрасли. ЗадOCUMENTированных руководств о том, какими могут быть эти ценности в нашей отрасли, очень мало (если они вообще есть). Куда чаще письменные рекомендации о том, как следует вести бизнес, оформлены в виде договоров, а это вряд ли наилучшие образцы системы ценностей и здравого смысла. Поэтому нам часто приходится доверять деловым партнерам и рассчитывать на то, что они разделяют наши этические нормы

и идеалы и будут неизменно им следовать, работая с нами. Такой прыжок в неизвестность — серьезный подвиг, особенно если учесть сложность нашей среды, которая по сути является экосистемой с множеством самых разных компонентов, так или иначе связанных друг с другом.

Поэтому, переходя от теории к практике, зададимся вопросом: к каким последствиям для поставщиков языковых услуг и клиентов чаще всего приводит соблюдение (или несоблюдение) этики в нашем бизнесе? Одним распространенным этическим тупиком является печально известное условие «об отсутствии конкуренции», которое поставщики языковых услуг включают в договоры со своими субподрядчиками. Мало кто будет спорить с тем, что цель подобных условий — предотвратить какие-либо контакты между субподрядчиком и конечным клиентом, которые могут при-

вести к устранению «посредника» (поставщика многоязычных услуг) с арены действий. Наверняка было бы неэтичным использовать таким образом навыки и опыт, накопленные в результате партнерства. Тем не менее, автор был свидетелем того, как цель данного условия часто формулировалась неправильно и отражала скорее неуместную тактику лишения свободы действий, чем деловую этику.

В договорах поставщиков многоязычных услуг часто указывается, что субподрядчик не имеет права контактировать с кем-либо из конечных клиентов. Это создает две очевидные проблемы. Во-первых, соблюдать данное условие невозможно без предоставления полного списка клиентов поставщика многоязычных услуг, не говоря уже о том, что поставщики вряд ли предоставят подобный список своим субподрядчикам. Во-вторых, такое условие, похоже, отбирает у человека фундаментальное право свободы слова. Конечно, субподрядчики имеют право передавать информацию о своей компании и услугах кому угодно при условии, что они не обращаются явно и напрямую к конечному клиенту на том основании, что выполняли для него работу от имени поставщика многоязычных услуг. Кроме того, существуют явные признаки того, что условие об отсутствии конкуренции больше относится к паранойе, чем к деловой этике, поскольку упускается вся суть цепочки создания стоимости. Допустим, конечному клиенту известно о том, что поставщик многоязычных услуг привлекает нескольких субподрядчиков, особенно когда дело доходит до работы

с языками. Но создается впечатление, будто поставщику неизвестно о том, что клиент ценит дополнительную работу поставщика многоязычных услуг, например хорошо налаженное управление проектами, интеграцию технологий, сопутствующие услуги и т. д. Если поставщик беспокоится о том, что клиент обойдется без него, значит, нет никакой уверенности в собственной полезности. Возможно, пора смотреть на вещи шире, больше думать о построении открытых, плодотворных и, условно, этических отношений между подрядчиком и поставщиком многоязычных услуг и меньше — о формулировках в договорах.

Некоторые примеры в данной статье, вероятно, вызовут следующий отклик: «Я тоже так делаю. Это совершенно правильно». Моему семилетнему сыну нравится, когда я рассказываю ему историю из жизни: пьяный парень перелез в зоопарке через ограждение к панде «пообниматься», а панда его укусила (как ни странно). Он, в свою очередь, решил укусить панду в ответ. А почему бы и нет — при таких обстоятельствах это вполне разумное решение! Когда дошкольника кто-то укусит или ударит, это идеальное оправдание таким же ответным действиям. Но разве уровень развития тех, кто работает в отрасли локализации, не выше, чем у дошкольников или пьяных посетителей зоопарка? Я имею в виду часто встречающееся столкновение на этической почве, которое называю «передачей фишки ответственности».

Представим такую ситуацию: конечный клиент заключает с поставщиком многоязычных услуг договор о переводе

проекта, скажем, на четыре языка. Поставщик обращается к компаниям, работающим только с одной языковой парой, и предоставляет готовый проект клиенту. По той или иной причине конечный клиент недоволен результатами и отказывается платить до тех пор, пока проблемы не будут полностью устранены, что приводит к отсрочке, сокращению или даже полной отмене платежа. Будь проблемы с поставкой напрямую связаны с работой одного или нескольких субподрядчиков, разумно было бы применить метод коллективной ответственности. Тем не менее, если поставщики многоязычных услуг не получают полную и своевременную оплату, они иногда считают нормальным не платить субподрядчикам, даже если они успешно выполнили свою часть работы. Иными словами, субподрядчикам говорят: «Мы вам заплатим, когда (если) нам заплатит клиент». Конечно, это совершенно не этично и незаконно, поскольку договор между конечным клиентом и поставщиком многоязычных услуг не зависит от договоров между поставщиком и субподрядчиками. Такой же сценарий можно распространить и дальше по производственной цепочке, когда внештатный переводчик не получает платеж от компании, работающей с одной языковой парой, поскольку у последней возникли проблемы с получением платежа от клиента. За семь лет своего существования наша компания, безусловно, сталкивалась со сценарием «панда укусила меня, я укусил панду». Подозреваю, что остальные сталкивались с таким тоже. Возможно, пора жить по принципу: «Я выжил после укуса панды!»

В том, что касается договоров и платежей, я не устаю поражаться отсутствию уважения к условиям, оговоренным между клиентом и поставщиком. Вряд ли найдется хотя бы одна компания, которая может сказать, что соблюдает их на 100 %. Посмотрим правде в глаза: чего только не бывает! Тем не менее, если по той или иной причине работа поставщика языковых услуг не соответствует ожиданиям, обычно тому есть веская причина, а если поставщик действительно создал проблему, разумно предположить, что он будет испытывать угрызения совести, рассыпаться в извинениях и вообще изо всех сил стараться все уладить, чтобы другие были довольны. Точно так же обстоит дело и в случае с задержкой выплат поставщику. Если поставщик сам является жертвой подобных упущений, следовало бы ожидать от других таких же сознательных и этичных поступков. К сожалению, слишком часто на деле все выглядит иначе. Когда поставщики не работают как следует и не выражают при этом сожаления, клиент по крайней мере рассчитывает на улучшение контроля работы со стороны поставщика в будущем. Задержка платежа от клиентов — это уже другая проблема, нередко систематическая. Обычно извинения не приносятся, предложения о плане выплат тоже не поступают. Несомненно, будущие задания от такого клиента будут отклонены, но такая цена слишком высока, особенно если в возникших проблемах нет ни малейшей вины поставщика. Понадобится немало времени, прежде чем некоторые простые правила деловой этики и хорошего тона сделают нашу работу не только более

приятной и лучше оплачиваемой, но и более эффективной.

Читателю наверняка известно о распространенной практике сравнения расценок разных поставщиков услуг. Нет ничего плохого в том, чтобы сравнивать цены, но, на мой взгляд, дело очень часто доходит до такого момента, который я не колеблясь назову неэтичным, а именно до старой схемы с яблоками и апельсинами, особенно когда нужно просто оказать ценовое давление. Не будем себя обманывать: дилеров Mercedes редко донимают клиенты, кивающие на то, что автомобили Volkswagen дешевле, а в нашей отрасли подобное случается сплошь и рядом. Если бы мне давали доллар каждый раз, когда я слышал что-то вроде «ваши тарифы выше, чем у других поставщиков вашего региона», я бы серьезно разбогател — а этого, хочу заметить, весьма сложно добиться, управляя компанией с таким родом деятельности. Автомобили разных марок отличаются своими характеристиками. Точно так же и поставщики языковых услуг делятся на разные категории, и в корне неверно напрямую сравнивать цену за слово, которую берет человек, переводящий у себя на кухне, с ценой, которую запрашивает организация с сотней штатных сотрудников, группами лингвистов, руководителей проектов, технических специалистов и т. д. Никто не спорит, что в обоих случаях заказчик получит перевод на испанский. Доехать из пункта А в пункт Б на топливе одного и того же вида можно как на CL65 AMG, так и на Golf Twist — тем не менее, редко нужно объяснять, почему цены на эти автомобили настолько разнятся. Хотя, если подумать, аналогия

с автомобилем, возможно, не самая лучшая, поскольку многие аспекты, за счет которых повышается цена модели, не имеют к нам прямого отношения (статус, дизайн, комфорт, подстаканники и т. д.), а некоторые аспекты, безусловно, имеют (к примеру, надежность и производительность). Разумеется, агентство из одного человека, работающего с внештатными сотрудниками, может быть идеальным вариантом для определенных ситуаций. Тем не менее, если нужно отдать в работу огромный объем сложного текста разных типов и форматов, а результат нужен точно в срок и времени мало, предпочтение будет отдано, скорее всего, партнеру с более солидной инфраструктурой. Цена за единицу неизбежно будет выше, поскольку в ней будут заложены более высокие накладные расходы, но готов поспорить, что общая стоимость неизбежно окажется меньшей.

Другой сферой, в которой периодически встают вопросы этики, являются отношения между работодателем и наемным работником. По большому счету, взаимная зависимость между компаниями и их сотрудниками создает личную заинтересованность в обеспечении баланса, который устраивает обе стороны. Говоря в общих чертах, я полагаю, что баланс существует, а в ситуациях, когда его нет, вопросы решаются естественным путем — в случае необходимости с помощью законов, нацеленных на справедливое и этическое обращение со всеми сторонами. Тем не менее, как показывает мой опыт работы в Аргентине, закон не всегда является очень надежным инструментом. С бурным прошлым и гораздо более скромной историей демократии, чем в Западной Ев-

ропе и Северной Америке, эта страна во многих отношениях представляет собой развивающийся рынок. Немало работодателей в прошлом систематически эксплуатировали подчиненных, извлекая для себя максимальную выгоду. Поэтому понятно, что трудовое право сосредоточено на защите прав наемных работников. А для достижения нужных результатов требуется баланс.

Пара примеров. Как и во многих регионах мира, если не в большинстве, выходное пособие сотрудников в этой стране зависит от стажа работы в компании. Разумеется, это вполне разумно, но из-за аргентинских законов наемные работники, желающие уволиться, вовсю обижают работодателей, поскольку оказаться уволенным выгоднее в финансовом отношении, чем уйти самому. Так как формальный процесс, необходимый для оправдания увольнения сотрудников очень сложный и долгий, а в 99,99 % дело будет решено в пользу наемного работника, единственным практичным решением во многих случаях являются переговоры о «сделке», в результате которой работнику выплачиваются деньги за то, чтобы он ушел сам, даже если тот хочет покинуть компанию. Мы обнаружили, что наемные работники иногда даже управляют собственным бизнесом. Я не говорю о переводчиках, которые отвечают на один-два случайных звонка — они в буквальном смысле слова управляют независимыми компаниями из нашего офиса в рабочее время, не выполняя при этом свои обязанности и жалуясь на переутомление.

Другой реальный пример: новый сотрудник исчез, проработав всего два дня. В этическом мире, безусловно, люди звонят

и извиняются за причиненные неудобства. Ни для кого не секрет, что процесс найма далеко не прост и не бесплатен. Но компании предъявили судебный иск по поводу месячной зарплаты, а поскольку законодательство практически не поддерживает работодателей, единственным целесообразным решением оказалась выплата. Такое совершенно неэтичное поведение иногда заставляет меня задуматься, как нам удалось набрать такой удивительный персонал — ведь местные законы, похоже, учат наемных работников получать деньги за свое неэтичное поведение. К счастью, подобные примеры являются редким исключением.

Наша отрасль в целом представлена людьми, придерживающимися высоких этических стандартов — как на личном уровне, так и на уровне бизнеса. Объемы документации и договоров растут, и нужно постараться, чтобы этика не пострадала. А вы этично заказываете услуги и работаете с партнерами? Если при принятии решений вы учитываете только свои интересы, ответом, скорее всего, будет звучное *нет*. В локализации сегодня нужны командные усилия. Наша отрасль будет зависеть от людей, работающих сообща в сложной экосистеме, а роль этики, вне всякого сомнения, заключается в поддержании баланса и общей работоспособности этой системы.

Тедди Бенгтссон — генеральный директор и партнер-основатель Idea Factory Languages (IFL). До открытия IFL в 2003 году проработал свыше 15 лет в отрасли локализации на руководящих должностях в крупных ИТ-компаниях, последней была должность директора по языковым услугам и работе с поставщиками в Oracle Corporation.

Когда я умолкну, знайте — я умер (отрывок)

Поучительные рассказы настойчивого мужчины

Джерри Уэйнтрауб и Рич Коэн



Посвящается Роуз и Сэму Уэйнтраубам,
без которых ничего бы не было, а также,
разумеется, Джейн и Сьюзи.

24 декабря 1976 года

*У парнишки наметилась драма,
Но он шел к своей цели упрямо.
Он мечту не бросал,
Свою фирму создал,
И мечта превратилась в программу.*

*Джона Денвера парень нашел,
Фрэнк с Элвисом к славе привел.
Стал всемирно известен,
А вдобавок был честен,
И клиентов толпу приобрел.*

*Парнем все восхитились,
С неба почести лились,
А программа с мечтой
Стали хлебом с икрой,
И успехи все длились и длились.*

*А в последнем куплете
Не забудем отметить:
Джерри друга не бросит
И уйти не попросит.
Нет приветливей парня на свете.*

*С любовью и благодарностью,
Боб Дилан*

Введение

Эта книга не история моей жизни и не пересказ моих приключений. Это не подробный отчет о событиях той или иной эпохи, не исчерпывающая хроника, а лишь сборник смешных и судьбоносных случаев, произошедших дома, на работе, в спальне, студии или концертном зале, которые как-то на меня влияли и помогли найти свой путь в жизни. Важнейшие моменты — вот что я хотел бы описать. Кроме того, я хочу рассказать о величайших фигурах моего времени и отдать им дань уважения. Многим из них чем-то помог я, но почти все они указали верный путь мне. Мне довелось познакомиться с множеством выдающихся людей, поработать с множеством великих актеров и музыкантов. В их историях — история моего века, и я считаю, что мне посчастливилось родиться в нужной стране, у нужных родителей и в нужный время.

В общем, эта книга, если она получится, не столько текст, сколько беседа, ночные посиделки. Человек, который любит поболтать, которому повезло прожить долгую жизнь и всюду сунуть свой нос, рассказывает об удивительных, незабываемых моментах и сногшибательных случаях. Мне порой кажется,

что человек — это запоминающая машина. Собираешь, сортируешь, запоминаешь, рассказываешь.

Оглядываясь назад (а рассказать — означает обернуться в прошлое), я понимаю, что обрел в жизни изрядное смирение. Жизнь для меня — орнамент, закономерное сочетание отдельных случаев, творца которых рассмотреть не удастся. Иными словами, чем дольше я живу, тем больше восхищает меня сама жизнь. Наверное, так и должно быть. Как сказал в одной старой книге Б-г: «Ты можешь понять то, что тебе дано, остальное принадлежит мне».

Звезда Ардабана

У меня есть жизненная философия, правда, сам я ей не следую и воплощать ее в жизнь так и не научился. Сейчас, в семьдесят два года, я понимаю: каждую потраченную минуту можно было бы потратить на что-то иное. Выбирая одно, мы от чего-то отказываемся, и зарастает травой еще одна тропинка, по которой мы уже не пройдем. В чем моя философия? Очень просто: живи на полную, особо не напрягайся, сильно не волнуйся. Как говаривали раньше: «Наслаждайся жизнью». Впрочем, повторяю, сам я вечно работал, спешил, продавал, строил планы и делал деньги с той самой минуты, как покинул родительский дом.

Когда мне было десять, Роберта Митчема арестовали в обшарпанной квартирке через дорогу от нашего дома в Бронксе. Для меня Митчем — сонный здоровяк, который вечно играл в фильмах-нуар, словно намекая, что не так уж все ладно в Америке времен Бинга Кросби. А

еще раньше его застали курящим травку среди бела дня в постели с двумя девицами. Скандал вышел громкий. В те дни просто провалиться в постели до девяти утра — и то считалось подозрительным. Тут бы и конец карьере, если бы какой-то гениальный кинопродюсер не догадался, что всеобщее раздражение можно обратить себе на пользу, придумав для актера новый — мрачный и загадочный образ.

Когда это случилось, все взрослые в нашем районе как с цепи сорвались. «Шанда! Этот красавчик предается разврату, да еще в нашем квартале!» — завывали сплетницы на каждом углу. Одна почтенная мать семейства с Джером-авеню ухватила меня за воротник и спросила:

— Джерри, ты у нас подрастающее американское поколение. Что ты думаешь об этом актеришке, который курит со шлюхами марихуану?

Я улыбнулся и протянул руку, рассчитывая на чаевые за доставку.

— Никогда больше не пойду на фильмы с его участием. Он опозорил не просто наш район, а весь Бронкс. — И чтобы подразнить ее, я еще добавил: — А вы слыхали, что он еврей?

— Да ты что! Шутишь?

— Серьезно. Мой брат Мелвин говорит, что в том притоне нашли тфилин и молитвенник.

— Боже, я сейчас грохнусь в обморок...

— Не так быстро. — Я помахал протянутой рукой, и она извлекла из кошелька несколько потемневших от времени монеток.

Разумеется, поступок Роберта Митчема меня вовсе не возмутил. Я им вос-

хищался. Что я думаю? Что он молодец! Днем, в постели сразу с двумя? Это же мечта! Это — Голливуд!

Я родился в Бруклине, а вырос в Бронксе. Когда меня спрашивают «откуда ты», я всегда отвечаю, что из Бруклина, хотя прожил там всего несколько лет. Ведь когда слышишь «Бронкс», на ум сразу приходит бейсбол, заброшенные стройплощадки и пожары в многоквартирных домах. А Бруклин — это где молодые парни. Мои самые ранние воспоминания — как я слонялся по улице с толпой мальчишек. Мы собирались под платформой «Джером-авеню», где опоры эстакады отбрасывали причудливые тени. Чуть ли не в каждом доме был ирландский или итальянский бар, и каждое утро по дороге в школу я видел, как выпивохи устраиваются на стульях и заказывают по первой. Часами мы пропадали там, болтая обо всем, что придет на ум. Мы играли в стикбол и ступбол: от третьей ступеньки каменной лестницы баскетбольный мяч взмывал по дуге к балкам эстакады. Когда проходил поезд, сверху сыпались искры. Вы бы не поняли и половины наших разговоров: сплошь клички, сленг и выдуманные слова. Моим лучшим другом был (и остается) брат Мелвин — он на два года младше и никогда ни на что не обижается, хотя в школе ему приходилось расплачиваться за мои грехи. «Мел Уэйнтрауб? Брат Джерри? На заднюю парту и рот на замок».

С юга наш район ограничивали оживленные улицы, а с запада — Гудзон, за которым виднелись скалы Палисейдс. До Манхэттена было двадцать минут на метро — для нас все равно что

световой год. Вечером, когда по эстакаде над Джером-авеню проносился поезд с ярко-освещенными вагонами, я мечтал отправиться в центр. Мне не терпелось увидеть мир. Иногда, устав от тоскливой школы, я вместо уроков доезжал на метро до Таймс-сквер, а там смотрел два фильма и дневное шоу в «Рокси», «Парамаунте» или где-нибудь еще. Бархатный занавес, роскошные ковры, звезды, декорации... Именно там я и полюбил кино. «Батаан» с Робертом Тейлором, «Преследуемый» с Робертом Митчемом, «А вот и мистер Джордан» с Робертом Монтгомери, «Форт Апачи» с Джоном Уэйном, «Прекрасная блондинка из Бэшфул Бенд» с Бетти Грейбл, с ее восхитительным телом и ножками, застрахованными в лондонской корпорации «Ллойд» на миллион долларов каждая. Не кино, а синагога. На экране было все, о чем я мечтал.

Нет ничего лучше, чем выйти из кинотеатра воскресным вечером, когда солнце еще не село. Я доезжал до Сто Семьдесят Четвертой улицы и брел домой мимо китайской прачечной, аптеки, газетного киоска, сигаретной лавки и гастронома, а перед глазами у меня все мелькали сцены из фильма: погони, перестрелки, бессмертные диалоги... «Грязная крыса! Я до тебя доберусь!»

Войдя в дверь, я скидывал куртку, неизменно ошеломленный ароматами с кухни, где мама готовила восхитительные восточно-европейские блюда. Для меня было очень важно знать, что она здесь, дома, ждет меня и волнуется — это придавало мне уверенности. Выходит, в мире есть нечто неизменное, и завтра все будет так же, как сегодня.

Когда я был еще совсем маленький, мы жили в квартире на Фетербед-лейн, дом сорок семь, а потом, когда отец скопил немного денег, переехали на Гранд-Конкорс. Раз в месяц хозяин приезжал на «кадиллаке» за квартплатой. В те дни машин на улицах было совсем мало, проезжую часть оккупировали хулиганы и мамы с шумными толпами ребят-шек. Прибытие хозяина — жутковатого персонажа в длинной черной машине — превращалось в самую настоящую сцену из кинофильма. Вот мы играем в мяч, и тут, поблескивая черным металлом, подъезжает «кадиллак» длиной в целый квартал, а внутри — хозяин. Он был немец и говорил с акцентом. Мы видели: он сидит за стеклом со своими бухгалтерскими книгами и кошельком для мелочи, самодовольно упиваясь дарованной ему властью забрать, не позволить, а то и вовсе вышвырнуть тебя из дома. Не исключено, что хозяин был милейшим человеком, однако мы его боялись и, едва завидев сверкающую морду «кадиллака», тут же разбегались по домам и забивались поглубже под кровать.

Мы жили на втором этаже, потому что мать боялась высоты. Долгими часами я стоял на пожарной лестнице, разглядывая людей и автомобили. Много наших родственников жило поблизости, и когда меня укладывали спать, я часто лежал и слушал рассказы дядюшки о знаменитых жуликах и бутлегерах. Один мой дедушка был коммунистом; он обличал богачей с импровизированной трибуны на Юнион-сквер и раз в неделю попадал в полицию. Другой мой дед был профсоюзным боссом, всегда ходил в пиджаке, при галстуке и курил сигару.

Родственники не умолкали ни на секунду, хотя темы у них всегда были одни и те же: былое, перемены, трудности и мечты.

Мою мать звали Роуз. Рыжеватыми волосами она напоминала ирландку, и я, бывало, говорил, что моя настоящая фамилия — О'Хара, а Уэйнтрауб — псевдоним для деловых целей. Мама росла в Бруклине, словно послушница в монастыре Святой Марии. По-моему, до знакомства с отцом она вообще нигде не была и ничем не занималась. Как и большинство еврейских женщин того времени, мать перебралась из родительского дома сразу к мужу. Помню, она первый раз попробовала лобстера — отец как-то принес нам этих запретных морских тварей — и попыталась расколоть панцирь, да так, что клешня пролетела через всю комнату. Деликатесь? До них ей не было дела. Мама оберегала нас, защищала от всех невзгод. Ей не хотелось, чтобы мы знали о существовании больниц, не говоря уж моргах. Если кто-то из родственников вдруг переставал заходить в гости, и я спрашивал: «А где дядя Дейв?» — она говорила: «Дейв отправился путешествовать». Потом, года через три, я опять интересовался: «Что случилось с дядей Дейвом?» — а мама в ответ: «Дядя Дейв уже давно умер».

Как все матери в глазах собственных детей, она обладала магическими способностями: неизменно оказывалась рядом, постоянно следила за нами, хвалила, поддерживала и сияла от любви. Суеверная мама боялась всего на свете, но ради нас боролась со своими страхами. Я уже упоминал про страх высоты, а еще она боялась машин, самолетов, ре-

сторанов — словом, всего мира за пределами Нью-Йорка. Кульминацией битвы между страхом и стремлением вырастить детей, которые не будут ничего бояться, стало путешествие на запад — отец как-то решил, что нам непременно нужно отправиться в Колорадо и подняться в вагончике на Пайкс-пик. Мы взяли билеты, заняли места и понеслись все выше и выше, словно на небеса по лестнице Иакова. Всю дорогу мама болтала и улыбалась, однако пальцы ее побелели, а по щекам катились слезы. Такой вот пример не то человеческой воли, не то материнской любви, а скорее всего — отцовского упрямства, с которым он заявил: «Мы едем, и точка!»

Отца звали Сэмюел, и они с матерью были идеальной парой. Она, суевренная и робкая, лучше всего чувствовала себя дома; он, жизнелюбивый и утонченный, предпочитал вращаться в обществе. Отец был коммивояжером и с четырнадцати лет колесил по миру, мама же работала в его компании секретаршей. Прежде чем познакомиться с будущей женой, он успел объехать всю страну с полдюжины раз, завести друзей чуть ли не в каждом штате — и всюду его принимали с распростертыми объятиями. Из путешествий папа возвращался с полным чемоданом историй и сувениров, так что квартиру наводняли всякие милые безделушки, открытки и прочие мелочи. Если, подрастая, я доставлял ему какие-то неудобства, если чем-то задел его, отстаивая свою свободу — а со мной, поверьте, о легкой жизни можно забыть — то винить отцу следует только себя. Именно он заразил меня мечтой об удивительном огром-

ном мире. Я просто хотел увидеть все то же, что и он.

Отец работал в ювелирном бизнесе: покупал и продавал драгоценные камни. Первое время он едва сводил концы с концами, однако после второй мировой дела пошли в гору: в страну потянулись беженцы из Европы, многие из которых хотели продать припрятанные ценности. Отец начинал как своего рода посредник, а в конце концов выстроил вполне процветающий бизнес.

Помню, он ездил в Индию, в Париж, на Цейлон и прочесывал там базары в поисках рубинов, сапфиров и бриллиантов. Он потрясающе паковал свой чудесный чемодан: брюки и рубашки укладывались в специальные отделения, а еще там были отдельные карманы для документов и кармашки для записных книжек и сигар. Перед отъездом папа всегда обнимал Мелвина и говорил: «Позаботься о них, Джерри. Ты теперь старший мужчина в доме».

Когда мне было восемь, отец привез из путешествия самый большой в мире звездчатый сапфир — особой ценности он не представлял и валялся в лавке у перекупщика. Отец отшлифовал камень, но глубочайшее впечатление на меня произвел другой его поступок. Он дал сапфиру имя, назвал его «Звезда Ардабана». Зачем дешевой безделушке имя? Затем, что люди покупают не камень — они покупают его историю. Легенду.

Отец заказал для сапфира специальный футляр — такой обычно носят на цепочке, прикованным к запястью — и поехал со «Звездой Ардабана» по стране. В каждом городе его прямо на вокзале ждали вооруженные охранники, бро-

нированный автомобиль и репортер из местной газеты. Через пару дней после того, как о событии напишет пресса, он приглашал всех городских ювелиров к себе в отель и демонстрировал им «Звезду Ардабана», а пока те осматривали сапфир, продавал им прочее содержимое своего чемоданчика. Когда путешествие подошло к концу, отец принес «Звезду» в дар Смитсоновскому институту, в коллекции которого она и находится по сей день.

Эта легенда в нашей семье сродни библейской, своего рода книга Бытия — в ней все, что нужно знать о бизнесе моего отца, да и о моем тоже. Он продавал рубины и сапфиры, я же продаю Клуни, Питта и Дэймона, но суть все равно в одном: в раскрутке. Будь ты величайшим талантом в мире, этот талант еще нужно продать. Я что, Ричард Роджерс? Стивен Зондхайм? Сол Беллоу? Эрнест Хемингуэй? Нет. Я не смогу написать роман. Сочинить пьесу. Придумать песню. Зато я умею сделать так, чтобы роман, пьесу или песню заметили. Это и есть раскрутка. Продравшись через бурные перипетии моей жизни, вы поймете, что я обычный парень из Бронкса, который знает, как привлекать внимание. Благодаря мне люди разглядывают сапфир, который иначе так и провалялся бы сто лет где-нибудь в подвале, а нашелся бы, когда первый владелец давно умер. Вот он, мой талант. Будь такой человек у Ван Гога или Мелвилла, им не пришлось бы долго ждать славы.

Когда мне было девять, отец отвез нас в Калифорнию: хотел показать нам с братом мир за пределами Бронкса, а маме —

Голливуд. Она была без ума от кино — из тех женщин, что рыдают с упаковкой бумажных салфеток после окончания сеанса в пустом зале на Гранд-Конкорс. Даже брата она назвала не в память о пращуре из какого-нибудь местечка, а в честь одного из любимых актеров — Мелвина Дугласа, звезды «Отважных капитанов».

Мы погрузились в машину, по мосту Джорджа Вашингтона перебрались в Америку и поехали сначала по двадцать второму шоссе, а потом по пятнадцатому через Пенсильванию, Огайо и Иллинойс. Я прилип лицом к стеклу, за которым проносились города. Ночевали мы в мотелях, ели в придорожных кафе, по пути осматривали достопримечательности. Я видел ковбоев и лошадей, мгlistым утром на стоянке грузовиков разглядывал далекие снежные вершины. Я был еще ребенком, но уже ощущал зов. Он был сильнее меня, древнее моих предков, и я слышу его даже в полном одиночестве.

В Лас-Вегасе мы сделали остановку. Только что закончилась война, и там было совсем пусто, лишь мелкие гангстеры чертили планы дворцов посреди бескрайней пустыни. Здесь пройдет немалая честь моей жизни, мы с Элвисом, Синатрой и Полковником устроим здесь множество концертов, будем заключать бесчисленные сделки, но пока, за много лет до того, я призраком пронесся через пустоту. Я был ребенком, и Вегас тоже. Мы еще подрастем и встретимся вновь.

К Лос-Анджелесу подъехали ранним утром. Стекла были опущены, отец сидел за рулем в рубашке с закатанными рукавами. «Просыпайся, Джерри. Тебе по-

нравится». Внизу раскинулись городские постройки, за ними холмы, а еще дальше — океан. Свет был настолько чист, что крыши небоскребов сияли в солнечных лучах ярко-белым. Было бы здорово запечатлеть в памяти самый первый взгляд на место, которое сыграет в твоей жизни важнейшую роль... Увы, более поздние впечатления оседают в мозгу, смешиваются и замещают собой то, что было раньше. Ничто невозможно сохранить в первоизданном виде.

Остановились мы в «Рузвельте» на Голливудском бульваре прямо напротив Китайского театра Граумана, возле которого звезды оставляют отпечатки рук и ног на бетонных плитах. Я провел там целый день, сравнивая свои ступни и ладони со следами Хамфри Богарта, Джимми Стюарта и Грегори Пека. Поразительно, но у них у всех почему-то были очень маленькие ноги.

Года три назад, после премьеры «Тридцати друзей Оушена», руководители «Граумана» обратились к звездам этого фильма: Брэду Питту, Мэтту Деймону и Джорджу Клуни с просьбой тоже оставить отпечатки. Клуни сказал: «Хорошо, мы согласны, но только вместе с Джерри». Как правило, таким образом отмечают именно актеров, однако владельцам кинотеатра очень хотелось заполучить эту троицу, и они пошли на уступки. Прижимая ладонь к бетонной плите, я поднял глаза и увидел окно того самого номера в «Рузвельте», откуда еще много лет назад я разглядывал Голливудский бульвар. Я погрузился в раздумья — как удивительно вернуться в то самое место, но уже по другую сторону стекла, — и вдруг заметил, что мои друзья хохочут.

Оказывается, пару дней назад Клуни позвонил Питту с Деймоном и сказал: «Отпечатки возле «Граумана» кажутся маленькими, так? Вы ведь не хотите, чтобы через много лет какой-нибудь малыш удивлялся: «Надо же, у Брэда Питта с Мэтгом Деймоном ножки как у детей!» В общем, я захвачу нам по паре четырнадцатого размера. Джерри? Нет, Джерри говорить незачем». И вот мои приятели явились в клоунских ботинках, и оказалось, что именно у меня самые маленькие ножки на аллее славы. Ну, вы же знаете, что говорят о мужчинах, у которых маленькие ноги...

Отец возил нас по Лос-Анджелесу. Однажды вечером мы стояли на бульваре Сансет возле заведения, куда захаживали голливудские звезды. По-моему, у «Чиро». Не забывайте, тогда на бульваре Сансет все было по другому: редкие машины, никаких высотных зданий, кругом девственный лес, а за последним домом заросли кактусов до самого океана. Беверли-Хиллс был провинциальным городишкой. Клубы стояли прямо посреди зарослей; они тянулись цепочкой вдоль бульвара, словно жемчужная нить. Тогда не было телевидения... Да вообще ничего не было. Старые деньки, когда владельцы студий в погоне за рекламой мечтали попасть в новости. Для этого обычно кинозвезд одевали понарядней и отправляли парочками под фотовспышки, на красные ковры бульвара Сансет.

И вот, стоим мы напротив «Чиро», солнце садится. Подъезжают машины, и по ковровой дорожке идут звезды, замирая в свете вспышек: шелк-шелк-шелк. Дверь отворилась, и я успел одним

глазком заметить: там все дымится, колышется и бурлит — словно в бутылку с джинном заглянул. Мне тогда показалось, что это — рай. Когда стоишь снаружи, по другую сторону барьера, а звезды на твоих глазах ныряют в бархатное нутро клуба — как тут не проснуться амбициям?

Помню, Джоан Кроуфорд вышла оттуда, опустив голову, потом, красуясь, вскинула руки вверх и скользнула в автомобиль — огромный и сияющий. Она была со спутником, но сама села за руль. Еще помню гангстера Микки Коэна, который заправлял преступным миром. Лицом он напоминал мопса, зато так и источал энергию — куда там кинозвездам! Микки вскоре подстрелили (впрочем, он выжил) — отец показал мне статью в газете. Я читал и вспоминал самоуверенного силача, который ухмылялся прямо в объективы папарацци. Таков был мой Голливуд: старлетки и гангстеры, блеск и опасность, и еще тупорылый «кольт 38» — бах! бах! бах!

Был там такой парень — Делмер Дейвс. Совершенно удивительный человек из мира кино: и сценарист, и режиссер, и продюсер в одном лице; а начинал он помощником реквизитора в немом вестерне «Крытая повозка». Не буду вдаваться подробности насчет Делмера Дейвса, скажу только, что он был юрист, закончил Стэнфорд, потом жил у индейцев-хопи, приложил руку к полудюжине знаменитых фильмов и интересовался драгоценностями — так и познакомился с отцом. Узнав, что мы в Лос-Анджелесе, Дейвс пригласил нас пообедать на студию «Фокс». Превосходно помню тот день. Вот мы подъезжаем к

воротам, и охранник ищет в списке фамилию «Уэйнтрауб». Подумать только, мы — среди приглашенных, вместе с актерами и киношниками! На съемочной площадке настоящее столпотворение: во времена старых киностудий все самое важное происходило здесь, на нескольких акрах. Настоящий цирк: массовка в ковбойских шляпах, кожаных штанах, конкистадорских шлемах и при шпорах; старлетки в вечерних платьях; камеры, микрофоны и всяческие атрибуты шоу-бизнеса. А еще декорации: уголки Парижа и Нью-Йорка, аллеи и крылечки, воспроизведенные до мельчайших деталей. Уличный фонарь, садовая скамейка, окошко, из которого доносится голос матери, — безупречная красота, а над ней чистое тихоокеанское небо.

Мы сели в кафетерии. Дейвс беседовал с отцом. Кругом — сплошь звезды. За одним из столиков Бетти Грейбл, одетая для съемок, коротала время до следующего дубля. Платье на ней было полупрозрачное, и мой взгляд, разумеется, тут же уткнулся в ее великолепные ноги. Бетти ела сэндвич, запивая его содовой, а я просто не мог отвести от нее глаз. И вдруг она рыгнула. Такая чепуха, но для меня — настоящее откровение. Эти безупречные ноги... И рыгнула! Я расстроился, но вместе с тем воодушевился. Получается, кинозвезды — просто люди, обычные человеческие существа. А раз так, я тоже когда-нибудь смогу жить здесь, стану одним из них. Через много лет я рассказал Бетти Грейбл, что моя карьера началась с ее отрывки. Вряд ли Бетти была в восторге. Она ответила с улыбкой: «Рада, что помогла тебе, Джерри».

Отец отвез нас в Беверли-Хиллс показать, как живут звезды. Я уже говорил: тогда там был просто сонный городишко с кучей маленьких магазинчиков. Мы прокатились по холму над бульваром Сансет, где особняки теснились среди утесов. У меня отложилось в памяти, что все они — в испанском стиле: портики, террасы на крышах, домики для гостей и веранды по бокам, где ветер пустыни шелестит листьями юкки и кипарисов. Теперь и я живу в таком доме. Я все там переделал, но дух старого Беверли-Хиллс никуда не делся. Сразу представляешь, как взбалмошная звезда немного кино бродит по комнатам, напивается шампанским и вдребезги разбивает свой «купе», а потом звонит на студию, чтобы скандал не попал в газеты. Я купил дом в начале семидесятых, когда добился успеха. Именно в таком месте, по моим представлениям, мог бы жить кто-нибудь из героев тех легендарных киностудий: Гарри Кон, Дэвид Зелцник, или Ирвинг Тальберг. Здесь я и пишу эту книгу, рассказываю свои истории, из которых каждая по отдельности — анекдот, вместе же они — о том, что у парнишки была мечта, и вот теперь он вспоминает, как эта мечта осуществилась.

За пару недель до поездки я как раз закончил начальную школу и захватил с собой тетрадь для автографов — у нас она была вместо выпускного альбома. Я совал ее под нос каждой знаменитости: на ковровой дорожке «Чиро», на съемочной площадке «Фокс», в Беверли-Хиллс... Иногда я просто подходил с ней к дверям какого-нибудь особняка и звонил. Попробуйте такой трюк сегодня — вас тут же «нейтрализуют», наденут на голо-

ву мешок и вывезут в безлюдное место. Тетрадь с автографами я сохранил. Она как из другого века: маленькая, зелененькая и вся в подписях учителей, одноклассников и кинозвезд. Кармен Миранда, Бетти Дэвис, Пол Дуглас — все они приписали по паре напутственных слов: «Не останавливайся, Джерри!», «У тебя все получится, Джерри!», «Ты станешь знаменитым, Джерри!». Прошли годы, и при встрече я показывал им эту тетрадь, а они смеялись. Бетти Грейбл хотела взять ручку и дописать: «Я рыгнула, Джерри, не стоит благодарности», — но я не дал. Не стоит портить исторический документ.

Красная куртка

Школу я не любил. Я обожал спорт, особенно футбол, мне нравились девочки, да и вообще общаться со сверстниками, а вот уроки... Сидеть и слушать просто потому, что учитель — главный? Нет, это не для меня. Возможно, я переоценивал свои знания. У меня сложилась слишком ясная картина мира, в частности, места, какое в нем отведено школьным учителям. Я сидел на задней парте у окна и разглядывал крыши и дымовые трубы Бронкса. Недалеко от школы находился Гранд-Конкорс, за ним — Манхэттен. Мне не терпелось повидать мир, а за посещаемостью таких учеников следят особенно пристально. Перед первым уроком я забегал в вестибюль, отмечался в списке и уходил, затем, прикрывая лицо воротником, пересекал улицу и взлетал по ступеням на платформу метро. Поезд был моим лимузином. Дребезжа и позвякивая, он полз по маршруту D — в центр.

Однажды, на Маунт-иден-авеню, у самого дома, я увидел в витрине магазина красную куртку. Эта куртка перевернула мою жизнь. Манекен стоял в такой расслабленной позе, будто вышел прогуляться, да и остановился на углу. Точно такую куртку носил Джеймс Дин в «Бунтовщике без причины». Я представил, как надеваю ее, как расслабленно подпираю плечом косяк, как выплываю смачные, циничные реплики. «Когда вам будет угодно! Не знаю, что на меня находит, но я сам ищу неприятности... Лучше заприте меня. Я кого-нибудь искалечу — поверьте».

Я снял куртку с манекена и надел — сидит потрясающе, прямо душа поет. Ничего прекраснее я отродясь не видел. Хочу — и точка. Впервые в жизни я ощутил этот самый потребительский зуд: «Хочу, хочу, хочу». Порылся в карманах — пусто. Полный ноль. Уныние моментально сменилось решительностью. Я вернулся домой, отыскал отца и поволок его к витрине, а там надел куртку, застегнул молнию и немного повертелся под его одобряющие кивки.

— Да, Джерри, превосходная куртка. И смотрится здорово — точно на тебя сшита.

— Можно? — спросил я.

— Конечно. У тебя ведь есть деньги?

— А разве ты мне ее не купишь?

— Нет, так не пойдет, — ответил он.

— Найди работу, скопи денег и купи сам — только тогда вещь и правда будет радовать. А иначе эта куртка — так, пустое место. Через час она тебе надоест.

Вот и началась моя трудовая жизнь. Куртку я, разумеется, купил и носил, пока не потерял, но куда важнее все те

способы заработка, что я перепробовал ради нее. В какой-то момент средства застилают собой цель. Начинаешь работать ради работы. Отец наверняка знал, что так случится.

В четырнадцать лет меня (чуть ли не впервые) взяли на работу — в тот самый кинотеатр на Сто Семидесятой улице, куда я пробирался без билета еще в детстве. Там можно было по пожарной лестнице попасть на балкон — волнующее, опасное предприятие. Однажды меня выследил администратор — замечательный дядька по имени мистер Аллен. Он мог позвонить родителям или вызвать полицию, но вместо этого сказал: «Я знаю, ты пробираешься сюда каждый день и постоянно смотришь одни и те же фильмы. Может, лучше поработаешь билетером?»

В тринадцать лет я работал в «Голдберге» — это отель в Катскильских горах. Сначала убирал со столов, но быстро дослужился до официанта. Как-то раз я обслуживал большую шишку — Абрахама Левитта. Именно он построил на Лонг-Айленде Левиттаун и вообще придумал жилые пригороды в современном понимании этого слова. Левитт мной заинтересовался, расспрашивал о родителях, о планах, о чем я мечтаю. Вся жизнь было так: старшие товарищи регулярно мне покровительствовали. Наверное, они что-то такое во мне видели. Может, самих себя в молодости — до того, как ушла жена, а дети свернули не на ту дорожку, ну или что там еще бывает...

— Почему ты здесь? — спросил мистер Левитт. — Почему не в «Конкорде», не в «Гроссингере»? Там настоящая жизнь. В «Голдберге» не заработаешь.

Я ответил, что никого не знаю ни в «Конкорде», ни в «Гроссингере».

— Ничего, — ответил он. — Я все устрою.

На следующее утро он отвез меня в «Конкорд» и представил владельцу Артуру Винатрику и его семье. Меня поставили присматривать за бассейном. По вечерам я танцевал с девушками. Я долгие годы приезжал в этот отель: сначала в роли прислуги, потом гостя, а

в конце — агента. И в бизнесе, и в жизни все решают человеческие отношения — вот что я вынес из знакомства с Абрахамом Левиттом.

Weintraub, Jerry, «When I Stop Talking», USA.

Перевод с англ. **Владимир Лопатка.**

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