

## **АНГЛОСАКСОНСЬКИЙ ДОСВІД РОБОТИ ШТАТНИХ ТА ПОЗАШТАТНИХ ПЕРЕКЛАДАЧІВ**

**Дячук Н.О.,**

**директор Агенції іноземних мов «РУНА»™, м. Львів,**

**викладач кафедри англійської філології**

**Львівського національного університету ім. Івана Франка**

До появи глобалізаційних процесів у суспільстві знання англосаксонського світу про все, що відбувалось за кордоном поширювались через переклад. Потоки двосторонніх перекладів розподілялися рівномірно. І навпаки, величезна кількість осіб, котрі не розмовляли англійською мовою поза англосаксонськими країнами отримували доступ до англосаксонського світу тільки завдяки тлумаченням.

Тепер потоки двосторонніх перекладів не рівномірні. Англійська мова без сумніву стала основною мовою з якої робиться переклад. На жаль не існує статистичних досліджень в підтвердження того, що глобалізація та домінування англійської мови в загальному стали чинниками зменшення об'ємів перекладів в англосаксонських країнах. Переклад із другорядних мов на англійську напевно зменшився більше, ніж, навпаки, переклад з англійської на другорядні мови, оскільки переважаюча кількість нововведень та інформації вже зараз одразу оприлюднюється англійською мовою.

Стаття присвячена аналізу роботи трьох типів перекладачів, що їх наймають перекладацькі агентства та компанії в англосаксонських країнах, а саме – штатні перекладачі, позаштатні та перекладачі, котрі безпосередньо працюють в компанії.

Інформаційними джерелами нашого аналізу слугували матеріали майстер-класу перекладача-практика з Великобританії Джорджа Візерінгтона (Львів, жовтень 2004 року), оприлюднення дебатів з даної тематики в передовій статті хроніки Американській асоціації перекладачів (травень, 2003р), стаття Річарда Грея, директора Лондонської компанії перекладів Richard Gray Financial Translations, а також аргументи Лінди Готьє, адміністратора Підрозділу компанії ATA's Translation Company Division, в яких зосереджено увагу на безлічі аргументів за та проти практики залучення штатних перекладачів.

Спершу зосередимо увагу на визначенні типів перекладачів.

**Позаштатні перекладачі (freelance agency translators)** складають переважну більшість. Працюючи вільнонаймано та на власних теренах, вони ймовірно виконують основну частину роботи в перекладацькій сфері. Це та категорія, що охоплює групи від недосвідчених студентів-ентузіастів до випадкових аматорів та спеціалістів із життєвим досвідом. Для роботи позаштатним перекладачем не потрібно особливих кваліфікацій. Відповідно ні клієнти, ні самі агентства не перевіряють адміністративний статус осіб, що працюють на них. Позаштатні перекладачі є основою перекладацької індустрії й додають їй неймовірної гнучкості. Водночас їх роботи не гарантовано якісні. Слід зауважити, що на відміну від Європи, в США тип позаштатних перекладачів не є домінуючим.

**Штатні перекладачі агентств та перекладацьких компаній (in-house agency/translation company translators)** є працівниками агентств перекладу (де кількість позаштатних перекладачів, переважає над кількістю штатних) та перекладацьких компаній (де кількість штатних перекладачів переважає над кількістю позаштатних). Зараз існує і практика штатних перекладачів, котрі виконують роботу вдома (*salaried outworkers*). За чисельністю це значно менша група, в якій слід розрізняти штатних перекладачів, котрі безпосередньо виконують переклад та штатних редакторів, котрі здійснюють перевірку перекладу до передавання його клієнтові. Кількість компаній, де редактори є штатними працівниками, зростає в результаті достойних спроб великих компаній покращити контроль якості, що включає і сертифікацію по системі менеджменту якості ISO.

## **ВГО “Асоціація перекладачів України”**

Матеріали Всеукраїнського щорічного науково-практичного семінару з питань практики перекладу та підвищення конкурентоспроможності перекладацьких послуг (04 червня 2005 року, м. Київ)

**Штатні перекладачі, що працюють в компанії (client's in-house translators)** поділяються на дві категорії – ті, що виконують переклад заради отримання загальної інформації (як правило працюють у відділах ІТ), та ті, що виконують переклади для оприлюднення, включаючи документи, що постійно публікуються (наприклад, дослідження на ринку акцій, внутрішні журнали компанії тощо).

В той час як модель використання позаштатних перекладачів вже суттєво вкоренилася на ринку і може бути успішною, без сумніву агентства/компанії, де працюють штатні перекладачі (*in-house translators*) мають свої переваги. До них можна віднести такі як накопичення знань та інформації, доступ до клієнтів, використання програм перекладацької пам'яті (наприклад Trados). Вони значно зростають і при використанні моделі залучення оплачуваного штатного перекладача самої фірми-клієнта (*client's in-house translator*). Однак, поза публічним сектором така модель повинна виживати у ворожому середовищі, керованому бізнес-менеджерами, непристосованими до роботи зі сферою іноземномовного спілкування.

Вибір моделі роботи з перекладачами хоч і є важливим, однак не вирішує проблем якості чи зменшення обсягів перекладу, спричинених все більшим поширенням англійської мови. Для цього дійсно існують інші суттєві причини, які варто проаналізувати.

1. Позаштатним перекладачам пропонується більше роботи, ніж вони можуть виконати. Звернення до невідомого позаштатника може призвести до отримання роботи поганої якості. Затрати на перехресну перевірку текстів перекладу між різними позаштатними перекладачами є невиправданими. Більше того, позаштатні перекладачі охочіше ідуть на співпрацю з агентствами, а ніж з окремими колегами такого ж статусу.

2. На думку Річарда Грея склалося так, що точність та якість не є пріоритетними для позаштатних перекладачів. На відміну від цього в передовій в статті Американської асоціації перекладачів наводяться аргументи про дотримання ними високих професійних стандартів.

3. В той час як позаштатним перекладачам важко надавати оцінку разом із виправленнями, штатні перекладачі постійно проходять етапи контролю якості роботи. Для виходу з такої ситуації агентства все ширше залучають редакторів, а кожен позаштатний перекладач відносно швидко здобуває певну репутацію в компанії, з якою співпрацює.

4. Успіхи в управлінні штатними та позаштатними перекладачами різняться. Не викликає сумніву твердження про те, що штатні перекладачі повинні бути вмотивованими працювати оптимально при менших стресах в порівнянні із позаштатними.

5. У агентствах із моделлю роботи штатних перекладачів завжди чіткіша картина щодо об'ємів виконаного, прийому та перекладів, що знаходяться в роботі. Однак, такі компанії все ще звертаються до послуг позаштатних перекладачів з метою збалансування своїх справ. Якщо не говорити про якість, все-таки агентства із переважною більшістю позаштатних перекладачів відіграють важливу роль у задоволенні попиту та потреб.

6. Кожне агентство природно вимагає високоякісної роботи перекладачів. Проте питання навчання та перепідготовки штатних та позаштатних перекладачів різняться. Існує думка, що зазвичай позаштатні перекладачі ніким не треновані, а штатні, особливо молоді перекладачі, отримують великі переваги навчаючись у досвідчених колег з компаній. Останні в свою чергу не завжди прагнуть вдосконалень, оскільки вони і так вважаються метрами.

7. Велика кількість заявок клієнтів щоденно обробляється агентствами, що спеціалізуються в певних видах чи тематиках перекладу. Проте, таке окреслення діяльності є економічно непривабливим, оскільки значно звужує спектр ведення бізнесу. Крім цього запроваджувати внутрішню профілізацію серед штатних перекладачів достатньо складно, так як спектр тематик диверсифікується самими клієнтами. В таких випадках високотехнічні тексти передаються позаштатним перекладачам із вузькою спеціалізацією. Таким чином, неможливо не згодитись із тим, що ринок перекладацьких послуг не зміг би існувати саме без таких позаштатників.

## **ВГО “Асоціація перекладачів України”**

Матеріали Всеукраїнського щорічного науково-практичного семінару з питань практики перекладу та підвищення конкурентоспроможності перекладацьких послуг (04 червня 2005 року, м. Київ)

8. Чим вужчою є спеціалізація перекладацької компанії, тим меншими є навички, необхідні штатним перекладачам. Спеціалізація обмежує рамки діяльності фірми та робить її залежною від росту та спаду потреб на ринку послуг.

9. Існування незначної кількості перекладацьких компаній із вузькою спеціалізацією пояснюється в першу чергу незначними капіталовкладеннями, потрібними для початку такої діяльності, і, звичайно ж, величезним вибором на ринку праці позаштатних перекладачів. Водночас покращена якість перекладів, що їх здійснюють штатні перекладачі, допомагає відвернути фінансові ризики великих грошових інвестицій на утримання штатних перекладачів всередині компаній, що займаються різнопрофільним бізнесом. Фінансово модель використання штатних перекладачів є значно ризикованою в порівнянні з моделлю використання позаштатних. Для прикладу назовемо компанії та кількість працюючих, що підтверджують правило: CLS (Швеція) – 100 штатних перекладача, RGFT (Британія) - понад 35, RWS (Британія) - понад 100.

10. Невірно думати, що позаштатні перекладачі покладають усю відповідальність за роботу з клієнтами на агентства. Вільнонаймана праця робить їх відповідальними і змушує встановлювати власні маркетингові відносини. Штатні ж перекладачі відмежовані від адміністративних завдань і можуть присвятити перекладам більше часу.

11. Агентства запобігають прямим контактам позаштатних перекладачів із клієнтами з міркувань безпеки того, що вони в майбутньому не будуть співпрацювати напряму. Хоч в загальному такі випадки трапляються нечасто, практика роботи Американської асоціації перекладачів радить агентствам укладати контракти з позаштатними перекладачами, в яких обумовлювати такі випадки порушень. „Співпраця з клієнтом ймовірно є одним із найкращих способів покращити навички перекладачів”, - таку думку висловлюють представники Перекладацької компанії Richard Gray Financial Translation.

12. Прямі контакти між авторами та перекладачами довели свою ефективність та гармонізуючу роль у процесі здійснення перекладу. Однак, в агентствах, де переважають позаштатні перекладачі, проект-менеджери вимушені балансувати між клієнтами та виконавцями замовлень, що не завжди легко та результативно, особливо в випадках виникнення непорозумінь. В загальному зазначимо, що усі категорії перекладачів повинні миритися із не завжди привітними авторами чи клієнтами, котрих не цікавить те, що певні частини наданого тексту незрозуміло написані, чи містять протиріччя, а подекуди і помилки.

13. Позаштатні перекладачі рідко співпрацюють із колегами, виконуючи свою роботу в ізоляції. Штатні перекладачі мають усі можливості для здобування потрібної інформації в середині компанії включаючи програми перекладацької пам'яті.

14. Прикро, що перекладацька практика певних агентств не може повністю задовольнити потреби перекладачів. Модель залучення позаштатних перекладачів при певній багаторічній співпраці із деякими із них, надає великої гнучкості виконавцям і сприяє тому, що останні шукають роботу усюди, де це можливо.

15. Коментарі щодо іміджу, який створює перекладацька компанія на ринку послуг. Без сумніву кожне агентство/компанія вигравали б більше, якби перевірені та відредаговані переклади повертались позаштатному перекладачеві для подальшого аналізу та довідок. В деяких агентствах існує така практика контролю якості. Однак, було б нереально очікувати роботи усіх агентств із позаштатними перекладачами в такий спосіб. Водночас агентства зі штатними перекладачами, хоч і є нечисленними, без сумніву, ставатимуть рушійною силою індустрії тлумачень.

16. Поганий імідж перекладацького бізнесу полягає в тому, що громадськість не сприймає його серйозно і не готова платити відповідні кошти за послуги. Замовники перекладу стають все освіченішими і усвідомлюють, що якість важлива, але може різнитися. Якби існувало більше агентств/компаній із моделлю залучення штатних перекладачів, ймовірно перекладацький бізнес сприймався б як професійна індустрія, що виробляє якісний продукт.

## **ВГО “Асоціація перекладачів України”**

Матеріали Всеукраїнського щорічного науково-практичного семінару з питань практики перекладу та підвищення конкурентоспроможності перекладацьких послуг (04 червня 2005 року, м. Київ)

17. На сьогодні модель агентств з позаштатними перекладачами є основою індустрії, де якість різнилася, але головний фокус спрямовано на обслуговування клієнтів та маркетинг послуг. Не дивлячись на такі теоретичні недоліки суть така, - перекладацький бізнес є достатньо жорстким ринком, тому будь-яке агентство чи позаштатний перекладач, котрий може заробити на життя чи отримати прибуток – вже справляється з цим добре.

18. Найважливішим фактором успіху для усіх типів перекладацьких компаній чи агентств є професіоналізм та важка праця окремих перекладачів. Вони є настільки добрими, наскільки є фаховими роботи перекладачів, що на них працюють.

На правах висновків зазначимо, що дебати про оптимальні моделі роботи агентств/компаній перекладів корисні, оскільки окреслюють потенційні сфери для покращення, інформують про світовий досвід і в такий спосіб створюють можливості для уникнення типових помилок у самому менеджменті перекладацької діяльності. Сам вибір оптимальної моделі - звичайно за кожним із нас, за кожним із тих, хто творить і створює цей поки що відносно юний вид послуг в Україні!

### ***Перелік використаних та рекомендованих джерел***

1. ATA Chronicle. – <http://www.atanet.org>
2. Bibliography on Interpretation, Resources for Interpreters. – <http://www.translationdirectory.com>
3. Globalization, Internationalization, Localization. – <http://www.globalization.com>
4. Translation Theory and Technology Homepage. – <http://www.translatingtoday.com>
5. Witherington, George. *Translator's Masterclass. Workshop Materials*. – Lviv, October 22, 2004. – p.1-38