

# Языковые решения для компаний Восточной Европы

Збинек Зеленка (*Zbyněk Zelenka*) и Роман Зеленка (*Roman Zelenka*)

В этом журнале было опубликовано много статей, посвященных языковым средствам и решениям: технологиям автоматизированного перевода (CAT), средствам разработки материалов, управлению переводом, системам памяти переводов (ТМ), машинному переводу (МП), контролю качества, системам управления контентом и так далее.

К сожалению, по сравнению с США и странами Западной Европы, в странах Центральной и Восточной Европы наблюдается отставание во внедрении таких решений и соответствующего программного обеспечения. В данной статье мы проанализируем связанные с этим проблемы, а также предлагаемые

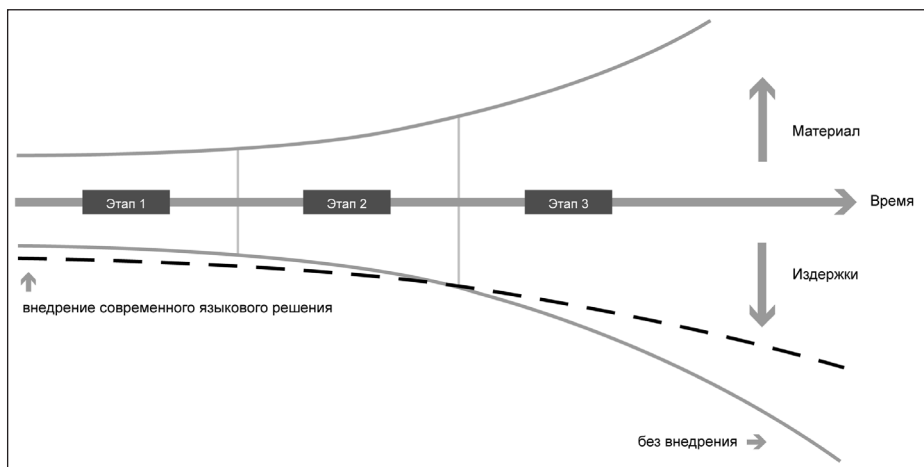
решения на примере компаний среднего и крупного бизнеса в Центральной и Восточной Европе, а именно заказчиков из Чешской Республики, Словакии, Польши, Венгрии, России, Украины, Румынии и Болгарии. Будучи поставщиком языковых услуг на рынках Чешской Республики, Словакии, Германии и других стран Центральной Европы, за 20 лет нашей работы мы прошли путь от предоставления классических услуг перевода без помощи компьютера до использования всех существующих переводных средств. Давайте сначала рассмотрим развитие отрасли перевода в странах Центральной и Восточной Европы за последние 20 лет (рис. 1).

Отставание в 5–10 лет от стран Западной Европы и США началось с использо-

Рис. 1. Развитие отрасли перевода в странах Центральной и Восточной Европы с точки зрения поставщика языковых услуг



Рис. 2. Влияние внедрения языковых решений на экономическую эффективность



ванием компьютеров и Интернета переводчиками, поставщиками языковых услуг и заказчиками в Центральной и Восточной Европе. Ис внедрением средств автоматизированного перевода, машинного перевода и памяти переводов, а также появлением средств управления контентом и разработки материалов тенденция сохраняется. Однако на данный момент причина такого отставания заключается не в неведении относительно технологий или отсутствии технических средств, как это было в начале 1990-х. Напротив, текущие тенденции и новые технологии для перевода, а также создания, обновления документации и управления ею хорошо известны поставщикам языковых услуг в странах Центральной и Восточной Европы, а отдельные поставщики успешно внедрили средства автоматизированного перевода.

Но убедить клиентов управлять документацией и переводами в соответствии с этими современными тенденциями,

а не ожидать возможных проблем, — сложная задача. Часто непросто доказать заказчикам, что эти средства оказывают значительное влияние на качество, скорость, цену и согласованность перевода. Мы пытаемся изменить их позицию в отношении данных средств, так как отказ от них может впоследствии привести к значительным затратам (рис. 2).

Сплошная кривая в нижней части графика показывает потенциальное увеличение издержек на этапе 3 в геометрической прогрессии при отсутствии внедренных языковых решений. Пунктирная кривая показывает, что внедрение на раннем этапе незначительно увеличивает издержки, но впоследствии на этапе 3 это позволит достичь значительной экономии. Другими словами, издержки на этапе 3 не увеличиваются пропорционально объемам материалов.

Взяв за основу объем созданной, обновленной и переведенной документации (материалов), мы анализируем

ситуацию и вносим предложения относительно внедрения отдельных средств на данном этапе развития компании (этап 1, 2 или 3 в зависимости от объема документации).

Мы обнаружили, что при приблизительно линейном увеличении оборота компании наступает момент, когда на определенном этапе издержки на управление документацией и перевод увеличиваются экспоненциально (этап 3). Такой рост можно сдерживать только своевременным внедрением соответствующих средств.

Некоторые клиенты слишком поздно обнаруживают, что издержки на управление документацией и переводы растут непропорционально. Как только компания перейдет на этап 3, объем материала может резко увеличиться, но если компания не использует память переводов и согласованную терминологию, при каждом обновлении приложения руководства и другая документация будут снова полностью переведены без использования средств автоматизированного перевода. Это момент, когда финансовые издержки на внедрение комплексного решения большие, а сам процесс требует значительных затрат времени.

Более того, издержки каждой компании увеличиваются в зависимости от количества переведенных языковых версий. И такие случаи не редкость. Корпоративная документация часто не подготовлена к обработке современными языковыми средствами и хранится в разных, недоступных для редактирования форматах. Единой терминологической базы либо не существует, либо она не обновляется. Это происходит также,

когда клиенты обращаются к поставщикам языковых услуг, которые не проконсультировали их в полной мере и рады получать постоянно увеличивающиеся объемы переводов.

В странах Западной Европы языковые решения чаще внедряют на этапе 1 или 2, что значительно лучше. На **рис. 2** показано, что внедрение средств автоматизированного перевода и памяти переводов оптимально на данных этапах, потому что они наиболее благоприятны в отношении эффективности финансовых и временных затрат. Если во время этого периода клиенты не будут информированы надлежащим образом или отложат необходимые действия, могут последовать серьезные проблемы.

### **Кто должен инициировать внедрение современных технологий?**

После встречи с клиентами из стран Центральной и Восточной Европы мы обычно приходим к выводу, что движущей силой таких внедрений в большинстве случаев должны быть мы — поставщики языковых услуг, поскольку мы лучше информированы о технической стороне вопроса и нам известны финансовые выгоды и преимущества экономии времени для обеих сторон. Польза от применения современных технологий и решений при этом для заказчика значительно выше, чем для поставщика языковых услуг.

Убеждение клиентов в том, что источник проблемы находится в управлении документацией и качестве исходных текстов, во внедрении современных средств

и в качестве общения на всех уровнях, главным образом зависит от нас. Любое обвинение, связанное с получением отрицательных результатов, можно отнести только на счет поставщиков языковых услуг. **Очень важно представить клиенту правильную стратегию и предложить только то системное решение, которое будет выгодным для обеих сторон.**

Проблема состоит в том, что клиенты из стран Центральной и Восточной Европы могут не проявить интереса к принятию таких изменений. **Без желания заказчика все усилия поставщика языковых услуг могут быть напрасны.** Сотрудники, ответственные за заказ перевода, к сожалению, не обладают полномочиями для принятия решений о критических изменениях в компании и поэтому не могут что-либо предпринять. **Внедрение систем управления контентом, приобретение и внедрение программного обеспечения, например для надлежащего редактирования содержимого документов, действительно является значительным изменением.** Это одна из основных сложностей на пути внедрения языковых решений.

Когда клиентам из стран Центральной и Восточной Европы сообщают о том, что им необходимо внедрить внутреннюю систему управления контентом или предпринять подготовительные меры (начать использовать средства автоматизированного перевода и память переводов), чтобы оптимизировать управление исходной документацией и обеспечить ее однородность, тем самым улучшить качество переводов, снизить затраты и сократить время обработки, мы часто сталкиваемся с мнением, что

обеспечить быстрый и качественный перевод — задача поставщиков языковых услуг, а не ответственность заказчиков.

Нередко клиенты считают, что поставщики языковых услуг не имеют права давать им советы относительно управления документацией. При этом отдел управления документацией клиента (или другой ответственный отдел) продолжает бороться с низким качеством переводов. **Исходный текст не содержит однородной терминологии, тем не менее в переводе она должна быть согласованной.** Время от времени клиент меняет одного поставщика языковых услуг на другого по причине недовольства качеством переводов, но из-за отсутствия внедренного системного решения клиент только продолжает эту безрезультатную борьбу. Конечно, чем больше языков используется, тем острее проблема. **Отсутствие утвержденной терминологии или памяти перевода, а также унифицированного стиля документации приводит к созданию порочного круга.** Схожая ситуация может возникнуть, к примеру, если не обновляется память переводов.

Следует сказать, что в регионе Центральной и Восточной Европы все еще нужно проводить значительную консультационную работу по убеждению клиентов, которые по какой-либо причине до сих пор противятся таким нововведениям. **Можно предположить следующие возможные причины текущей ситуации в этих странах и отставания от Западной Европы:**

- плохая осведомленность высшего руководства о возможных способах снижения издержек и низкая степень

заинтересованности в таких способах, что **приводит к отсутствию желания инвестировать без заведомо известной отдачи;**

- относительная сложность в использовании систем управления контентом или других языковых решений, которая может быть причиной нежелания клиентов их внедрять;
- непопулярность консультирования клиентов поставщиками языковых услуг.

Часто в компаниях стран Центральной и Восточной Европы общение между руководителями отделов и высшим руководством, которое принимает решения о финансовых вложениях, плохо налажено. Возможно, отделы управления документацией и маркетинга, например, тоже не сотрудничают.

- В такой ситуации не предпринимается никаких усилий по достижению соглашения между двумя этими отделами в вопросе эксклюзивной централизованной связи одного отдела, представляющего всю компанию, с поставщиками языковых услуг, например, через менеджера по управлению документацией. **Это зачастую указывает на отсутствие централизованной системы управления документацией.**
- Новейшее программное обеспечение часто не локализовано на языки стран Центральной и Восточной Европы, поэтому с ним сложнее работать.
- Недостаточная осведомленность о том, что профессиональное управление всей документацией и высокое качество переводов необходимы для эффективного представления компании за пределами страны.

## Решение проблемы

- Первый шаг на пути решения проблемы — обсудить ее с высшим руководством клиента. Часто склонить руководство отнестись к вопросу с должным вниманием достаточно сложно. Однако только после этого у поставщика языковых услуг появляется реальный шанс представить лицам, ответственным за принятие решений в компании, свои аргументы. При этом консультант должен отлично разбираться в языковых решениях и знать особенности работы компании клиента. Поставщик языковых услуг должен уметь правильно внедрить решения для этой компании, знать, какие дополнительные шаги необходимо предпринять, как рассчитать экономию средств и представить данные.
- Необходимо как можно проще изложить всю схему управления документацией и ее перевода.
- При объяснении следует использовать примеры всех задач клиентов, которые могут быть выполнены профессиональным поставщиком языковых услуг, а также определить контактных лиц. Руководство компаний часто удивляет тот факт, что сначала нужно поработать с содержанием, качеством и форматом всей исходной документации компании. Разные отделы издают и обновляют документацию сами — как правило, каждый из них делает это по-своему, без согласования. В результате документация выполнена в разном стиле и содержит разную терминологию. Использование утвержденной тер-

минологии и обеспечение доступа к ней всех сотрудников, а также централизованная связь с поставщиком языковых услуг — все еще новшество для многих компаний в странах Центральной и Восточной Европы.

- Более того, мы всегда пытаемся наиболее тщательно рассчитывать потенциальную экономию и объяснять необходимость любого незначительного увеличения издержек, которое впоследствии окупится. Важно объяснить принцип, каким образом незначительное увеличение затрат вначале, то есть относительно небольшое вложение, впоследствии обернется значительной экономией. Необходимо рассказать, когда целесообразно использовать языковые решения, а когда нет. Решение проблемы следует разделить на четкие отдельные шаги. Например, требуется подготовить словарь специальной терминологии компании и установить правила для его обновления, задать формат документации, чтобы сделать возможным внедрение средств автоматизированного перевода, начать создание памяти переводов и совместно ее использовать.
- Мы пытаемся переложить большую часть работы с клиента на нас, например, по созданию памяти переводов, терминологического словаря и руководства по стилю. Согласно опыту, самые простые языковые примеры, известные каждому профессиональному поставщику языковых услуг, очень эффективны для демонстрации проблем клиенту. С помощью них легко объяснить, что мы можем решить дан-

ные проблемы и сделать систему более удобной для использования.

- К эффективным аргументам относятся возможность раз и навсегда обеспечить единообразие специальной терминологии во всех текстах и всех языковых версиях, унифицировать все наименования и должности в компании, включая их переводы, а также обеспечить единообразное и правильное использование сокращений, грамматических и стилистических правил. Как только руководство будет убеждено в том, что, например, простое предоставление исходного текста в редактируемом формате может значительно сэкономить расходы на перевод в будущем и что такая экономия является следствием систематической подготовки и управления документацией во всей компании, у нас обычно получается успешно внедрить хотя бы список терминологии и принять единообразный формат исходных документов, что позволит использовать средства автоматизированного перевода. В таких частичных решениях также есть смысл. Если пошаговое решение проблемы будет успешным, тогда возможно внедрить дальнейшие языковые решения или даже комплексную систему.

**Мы часто сталкиваемся с мнением, что обеспечить быстрый и качественный перевод — задача поставщиков языковых услуг, а не ответственность заказчиков переводов. Клиенты нередко считают, что поставщики языковых услуг не имеют права давать им советы относительно управления документацией.**

Проблематично то, что пользу таких решений можно оценить только с течением времени. Продолжительность этого периода времени главным образом определяется частотой обновлений и перевода документов. Это могут быть месяцы или даже годы. Все зависит от типа документов, их объема и количества языковых версий, а также от скорости роста компании и ее выхода на иностранные рынки.

Подводя итог, можно отметить, что обычно легче работать с компаниями из стран Центральной и Восточной Европы, которые входят в состав международных организаций с главными офисами в Западной Европе или США. Общение организовано сложнее, но новшества внедряются быстрее, поскольку сложные языковые решения перенимаются от родительских компаний. Клиенты из стран Центральной и Восточной Европы в данный момент переживают этап развития,

когда большие объемы документации и их переводы часто необоснованно обременяют бюджет компании и неадекватно увеличивают время, необходимое для производства отдельных языковых версий.

В то же время мы надеемся, что поставщики языковых услуг, которые сталкиваются с теми же проблемами, смогут найти общий язык с клиентами из этих стран и добьются успеха, используя правильные аргументы и действуя активнее. Только так, объединив общие усилия, мы можем достичь лучших результатов и начать сокращать отставание.

---

*Збинек Зеленка — учредитель и генеральный директор компании Zelenka, специализирующейся на предоставлении услуг перевода, локализации и консультационных услуг.*

*Роман Зеленка — исполнительный директор компании Zelenka.*