

УДК 371.13:81'253

Н.В. ЗІНУКОВА,
*кандидат педагогічних наук, доцент,
завідувач кафедри англійської філології та перекладу
Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля*

ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ПЕРЕКЛАДАЧІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ: ВИМОГИ РИНКУ ПЕРЕКЛАДАЦЬКИХ ПОСЛУГ

У статті подається аналіз ринку перекладацьких послуг країн Європи, США та України з метою застосування результатів в процесі формування освітніх стратегій для навчання майбутніх перекладачів.

Ключові слова: ринок перекладацьких послуг, стандарти якості, перекладацькі компанії, маркетингові дослідження, освітні послуги.

Актуальність проблеми. На сьогодні перекладацька діяльність, на думку експертів, стала повноправним виробництвом зі своїм набором галузевих стандартів та інструментарію спілкування з клієнтами за допомогою сучасних прийомів маркетингу та інших ринкових способів просування послуг до кінцевого споживача.

Епоха інформації, в яку ми живемо, комп'ютер та Інтернет принесли великі зміни в усі сфери життя, зокрема й у процеси ведення бізнесу, вплинувши на один із сегментів ринку найбільшим чином. Цей сегмент пов'язаний з перекладом документів.

Для успішного існування та виживання в умовах глобальної конкуренції сучасному бізнесу недостатньо обмежуватися локальним ринком, вкрай необхідним є вихід на міжнародний рівень. Для цього компанії знадобиться лінгвістична допомога, а основою будь-яких міцних ділових відносин була і є якісна комунікація.

Ступінь орієнтованості освітніх програм на ринок праці стає ключовим показником ефективності вищої освіти загалом та підготовки студентів окремих спеціальностей зокрема. Цей процес може бути реалізований завдяки систематизованій взаємодії освіти та працедавців. Формалізуватися цей процес може у вигляді критеріїв та вимог до випускників щодо їх придатності до здійснення практичної діяльності. Сьогодні ми спостерігаємо суттєве зростання актуальності внеску бізнесу до процесу визначення завдань та змісту освіти. Поділяючи точку зору Н.В. Шестак, необхідно зауважити, що в процесі розвитку освіти як такої мають брати участь дві сторони – працедавці та академічне товариство, дії яких мають бути узгоджені з метою підготовки конкурентоспроможних фахівців [1, с. 25].

У перекладах, як і в будь-якому виді бізнесу, єдиним методом заохочення та утримання клієнта є висока якість продукції та послуг. Сучасні стандарти потребують здійснення розробки нової освітньої програми, яка базуватиметься на компетентнісному підході, пріоритетною орієнтацією якого є вектори освіти: самовизначення, самоактуалізація, розвиток індивідуальності та соціалізація. Вирішення цих проблем визначає параметри та властивості освітніх послуг, найважливішими з яких є бажані характеристики майбутнього контингенту студентів; цілі навчання та адекватне співвідношення між фундаментальними, соціально-економічними, спеціальними або прикладними знаннями; тривалість та етапи навчання; технології навчання та контроль його результатів; характеристики професорсько-викладацького складу; типи навчальних засобів тощо.

Аналіз досліджень і публікацій свідчить, що спроби огляду ринку перекладацьких послуг в процесі підготовки кваліфікованих фахівців були метою дослідження А.С. Калякіна, В.В. Ліпатової, В.Б. Шеметова, Л.Ю. Мінакової, Г.А. Лукічева, М.А. Іваненко, Н.В. Шестак, С.А. Шишова та інших. Проте необхідно зробити ретельний аналіз та зіставлення ринків перекладу Європи, США та України з метою урахування вимог потенційних працедавців та сучасних тенденцій розвитку індустрії перекладів для підготовки конкурентоспроможних майбутніх фахівців.

Мета статті. Для вирішення питань розробки нових освітніх стандартів і програм для підготовки майбутніх перекладачів необхідно зробити маркетинговий аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища. Аналіз зовнішнього середовища передбачає вивчення ринку перекладацьких послуг в країнах Європи, США та України з метою врахування вимог цього ринку, ретельне вивчення груп потенційних споживачів освітніх послуг, а також адаптацію навчального процесу до потреб ринку послуг перекладу з подальшим коригуванням навчальних планів та програм підготовки майбутніх перекладачів.

Виклад основного матеріалу. Необхідно чітко уявляти собі, що ж таке якість перекладу, та виділяти основні методи і процедури досягнення такої якості. Головним критерієм визначення якості є довгострокові партнерські відносини. Необхідно зауважити, що послуги перекладу відрізняються від інших послуг тим, що кожне наступне замовлення є логічним продовженням попереднього.

За оцінками експертів галузь перекладу та локалізації спочатку інтенсивно розвивалася в США. На сьогоднішній день у зв'язку із перерозподілом глобальної економіки визначну роль почала відігравати Європа, яка являє собою перспективне багатомовне середовище. З тієї ж причини динамічні темпи розвитку можна побачити й на азійському ринку перекладів.

Більшість солідних західноєвропейських перекладацьких компаній – це компанії з досить високим рівнем упорядкування, які надають високоякісні послуги з перекладу на ринку, що увесь час поширюється. Протягом 10–15 років такі компанії отримували досить високий прибуток у країнах з високим рівнем розвитку, пропонуючи послуги з перекладу виключно на французьку, італійську, німецьку, іспанську, а також на невелику кількість інших іноземних мов. Зараз ситуація змінюється; такі зміни, на погляд керівників провідних компаній з лінгвістичних послуг, пов'язані з тим, що на цьому ринку підвищується конкурентоспроможність, з'являється все більше нових компаній, а багато західноєвропейських компаній не готові до більш агресивної політики продажів та маркетингу. До цього необхідно зазначити, що у зв'язку із появою так званої офшорної перекладацької діяльності знижуються ціни, і для країн з високим рівнем розвитку все складніше пропонувати конкурентоспроможні ціни.

Раніше у перекладацькій діяльності спостерігалася тенденція до локалізації, коли компанія, отримавши одного або двох значних клієнтів, надовго утримує з ними співробітництво, завдяки поглибленому вивченню їх бізнесу та документації, а з часом вони починають вважати, що цього досить для щасливого життя за рахунок стабільних замовлень від цих клієнтів.

Але ситуація змінилася, коли з'явилися «Нова Європа», «Новий Китай», «Нова Аргентина» та країни, які поширюються по всьому світові. Зараз розвивається новий ринок, який характеризується більшим ступенем зрілості та конкурентоспроможності. Все більш поширюється тенденція до локалізації бізнесу мовами країн, що розвиваються, а саме: переведення бізнесу великих компаній, які займаються міжнародною діяльністю, до країн з низьким рівнем розвитку з метою отримання послуг тієї ж якості, що і в розвинутих країнах, але за меншу ціну.

Згідно з даними незалежної компанії *Common Sense Advisory* сукупний обсяг світового ринку лінгвістичних послуг та перекладу у 2013 р. досяг 34 млрд дол. США, при цьому частка перекладацьких послуг становила 15% від загального обсягу ринку [2]. За результатами аналізу фахівців порівняно з минулим роком ринок лінгвістичних послуг зріс на 5,13%. Отже, незважаючи на глобальну фінансову кризу, ринок продовжує демонструвати зростання, але його темпи стали більш помірними (у 2013 р. – зростання на 12,17%, а у 2011 – 7,14%). Експерти також зауважують на те, що продовжує зростати попит на лінгвістичні послуги і технології.

Агентство *Common Sense Advisory (CSA)* опублікувало рейтинг 30 найбільших перекладацьких компаній світу та надало новий прогноз розвитку ринку перекладу до 2013 р. Раніше рейтинг розповсюджувався на 25 компаній, але, зважаючи на розширення самого ринку і зростання його прозорості, агенція збільшила кількість компаній до 30 [3].

Дані свідчать про те, що 2008 р. був досить успішним для багатьох постачальників перекладацьких послуг. 25 кращих компаній, що з'явилися в рейтингу агенції за 2007 р., зросли за рік у середньому на 19,7%, що є дещо меншим порівняно з попереднім роком, за який компанії зросли у середньому на 26,68%. Отже, з даних табл. 1 можна побачити скоординований прогноз обсягу ринку.

Таблиця 1

Прогнозована виручка перекладацьких компаній за 2009–2013 рр. у млн. дол. США

Region	Обсяг ринку	2009 млн дол. США	2010 млн дол. США	2011 млн дол. США	2012 млн дол. США	2013 млн дол. США
Європа	43%	6,468	7,331	8,409	9,703	10,781
США	40%	6,074	6,884	7,896	9,111	10,123
Азія	12%	1,735	1,965	2,255	2,601	2,891
Решта	5%	722	818	939	1,083	1,203
Загалом	100%	15,000	17,000	19,500	22,500	25,000

Джерело: Common Sense Advisory.

З іншими даними про найбільші перекладацькі компанії та ринок перекладу можна ознайомитися на сайті *Common Sense Advisory* (англійською мовою).

За словами провідного аналітика *Common Sense Advisory* В. Хеджа, все більша кількість іммігрантів, туристів та міжнародних бізнесменів буде впливати на суди, лікарні, готелі та інші комерційні та державні структури, примушуючи їх розмовляти іноземними мовами [2].

Розглянемо загальну структуру перекладацької галузі, яка склалася на сьогоднішній день. За даними аналітиків *ABBYY Language Services*, щодо трендів локалізації та локалізації трендів за 2013 р. на ринку працює майже 30 000 професійних компаній, які пропонують різні лінгвістичні послуги [4]. Ринок є сильно фрагментованим – приблизно 30 компаній забезпечують 20 % обігу всієї галузі. На ринок значно впливає глобалізація ринку – раніше компанії хотіли працювати на одному-двох локальних ринках, зараз же бажанням є 10 та більше.

Другим фактором є вибухове зростання виробництва контенту, його забезпечує Інтернет з усіма компонентами. Неперервний потік інформації замість окремих проектів – раніше необхідно було збирати матеріали, перекладати, готувати та публікувати їх для локалізації сайтів, тільки після цього проект вважався завершеним. Сьогодні потік проектів для локалізації може бути неперервним завдяки постійній необхідності оновлення. За таких обставин важко говорити про один проект, скоріше, все є неперервною локалізацією, яка стає частиною усього виробничого процесу.

Серед інших факторів відзначаються фундаментальне протиріччя терміни – вартість – якість, скорочення виробничого ланцюга з розвитком технологій – керівники проектів окремої компанії отримують можливість контролювати процес напряму. Не менш значною тенденцією є централізація і послідовне управління лінгвістичними активами – корпоративними глосаріями, базами пам'яті перекладів, інструментами машинного перекладу, за допомогою яких з'являється можливість економити час та підвищувати продуктивність праці перекладацької діяльності.

І останнім важливим трендом для ринку локалізації вважається інтеграція хмарних рішень (розміщення усіх необхідних матеріалів, корпоративних глосаріїв, баз *Translation Memory* та самих проектів у «хмарі») та краудсорсингу (використання умовно-безкоштовних ресурсів).

Сьогодні **український** ринок, як відображення усіх процесів, що відбувалися в країні за останні 20 років, значно змінився. Цьому сприяли зміни в соціальному, економічно-

му та політичному житті між різними країнами, мода на загальну комп'ютеризацію бізнес-процесів в економіці з використанням останніх досягнень високих інформаційних технологій, більшість з яких потребують перекладу.

До лексики увійшли такі поняття, як еволюційна адаптованість професії до нинішніх реалій, якість, професіоналізм та їх вплив на розвиток українського ринку перекладацьких послуг.

Ринок перекладацьких послуг в Україні за різними оцінками зростає на 20% щорічно, що значно випереджає світові темпи зростання, які складають 8% [5]. Причини такого зростання не відрізняються від тих, що були виділені для світового сегмента перекладацької індустрії: зростання ІТ-ринку та Інтернет-технологій, вихід на український ринок нових міжнародних компаній, таке загальне явище, як глобалізація.

За оцінками фахівців, найбільш затребуваною послугою у агенціях та бюро перекладів є технічний переклад, на який припадає близько 68% усіх замовлень. Далі йде локалізація веб-сайтів – 20%. 12%, що залишилися, припадають на усний переклад та переклад аудіо- і відеоматеріалів [5].

Необхідно зауважити, що культура ринку перекладів в західних країнах створювалася десятиріччями, в Україні ж ринок лінгвістичного сервісу почав формуватися лише на початку 90-х років минулого сторіччя, про що свідчать і неоднорідність цінової політики на його послуги, і перешкоди у пошуку клієнтів. Це підтверджує й той факт, що та кількість українських перекладацьких агенцій, що розпочинали свою діяльність як спеціалізовані заклади у тій чи іншій сфері, для того, щоб вижити в умовах ринку, були вимушені стати універсальними, іншими словами, виконували переклади з європейських та азіатських, мов незважаючи на тематику. Іноді вони займаються і так званим супроводжуваним сервісом: проставляють апостили, виконують консульську легалізацію документів, пропонують юридичні послуги або представництво у суді, надають в оренду обладнання синхронного перекладу тощо.

Звісно, причинами динамічного розвитку ринків перекладу є глобалізація та розвиток світової торгівлі, вихід компаній на нові ринки збуту, розвиток високих технологій та аутсорсинг, в результаті якого компанії передають роботу професійним перекладацьким структурам.

Розглянемо **основні етапи** розвитку українського ринку перекладів:

1990–1998 рр. – з'являються перші перекладацькі компанії, цей період відзначається низькою конкуренцією і відсутністю в будь-яких джерелах інформації про ринок.

1998–2004 рр. – формуються великі компанії, ринок поширюється і стає більш прозорим, але неструктурованим. Створюється Всеукраїнська громадська організація «Асоціація перекладачів України» (АПУ) (1999 р.), проводяться науково-практичні семінари перекладачів.

2004–2008 рр. – зростає конкуренція. Продовжують з'являтися компанії, що надають перекладацькі послуги, кількість яких тільки в місті Києві налічує більше 100. Зростає ринок перекладачів – приватних підприємців. З метою захисту ринку перекладацьких послуг почала діяти система добровільної сертифікації перекладачів у рамках національних професійних об'єднань. Розроблені й широко використовуються Стандарт СТТУ АПУ 001-2000 «Кваліфікація і сертифікація перекладачів. Загальні вимоги» та Стандарт СТТУ АПУ 002-2000 «Послуги з письмового та усного перекладу. Загальні правила і вимоги до надання послуг». В Україні після успішного старту міжнародного фестивалю-конкурсу «Вибір року» вперше з'явилася номінація «Бюро перекладів року» (2007). Відбувається Перша Українська конференція перекладачів послідовного та синхронного перекладу. Відзначається Міжнародний день перекладача (30 вересня).

2008–2014 рр. – зростає конкуренція. На ринок виходить все більша кількість компаній, що надають послуги не тільки перекладу, а й пропонують мовну підготовку бажаючих вивчати іноземні мови. Ринок залишається неструктурованим і дещо стихійним. Перекладацька діяльність стає повноправним виробництвом із своїм набором галузевих стандартів й інструментарію спілкування із клієнтом завдяки сучасним прийомам маркетингу та іншим ринковим способам просування послуг до кінцевого споживача. Цей етап можна визначити як період високої конкуренції, початок розшарування «гравців» на великих, середніх та малих, залежно від факторів достатності людських, фінансових, технологічних та інших не-

обхідних ресурсів, здатних впливати на процеси, що мають місце на цьому ринку. Але ринок відзначається слабкою інформаційною відкритістю, тільки починають визначатися лідери, поширюється значне розшарування, на яке значно впливає падіння курсу гривні.

Згідно з даними щорічних Всеукраїнських науково-практичних семінарів перекладачів сьогодні можна спостерігати таку ситуацію на ринку перекладацьких послуг: в Києві, як і в будь-якій столиці, сконцентровано близько 100 перекладацьких компаній, що складає приблизно 40%. У таких містах, як Харків, Дніпропетровськ, Донецьк, Львів, знаходиться ще 30% перекладацьких компаній, решта – розподілено по всій країні. Такий розподіл зумовлено високою активністю ділового життя в зазначених містах, наявністю виробництв, відстанню до державних кордонів, торговими та дипломатичними відносинами.

Підсумовуючи вищесказане, необхідно зазначити, що український ринок перекладацьких послуг є відносно невеликим, близько \$80–100 млн у рік порівняно з \$627–1000 млн у Росії. Він відрізняється більш низькими розцінками, що значно впливає на розвиток виробничих ланцюгів, формалізацію систем менеджменту якості та проведення маркетингових досліджень. За загальною характеристикою ринок перекладацьких послуг залишається у стадії розвитку і відзначається інформаційною непрозорістю. У кращому стані знаходяться компанії, які виконують переклади для іноземних бюро, а компанії, що орієнтовані на внутрішній ринок, значно відстають, зважаючи на кризову ситуацію.

Найрозповсюдженішою парою мов перекладу є англійська – українська. За даними галузевих експертів, на цю пару мов припадає 50–75% від загального обсягу послуг перекладу на українському ринку. Східні мови становлять такий сегмент ринку, який не має високого попиту за рахунок високої ціни та недостатньої кількості фахівців.

Тепер розглянемо ринок перекладацьких послуг зсередини. Тенденції українського ринку щодо використання видів перекладу можна побачити у такому розподілі: найбільш популярним є письмовий переклад на економічну, правову та медичну тематику, його частка складає близько 48%. Друге місце посідає послідовний усний переклад, у більшості – ділової сфери діяльності (20%), третє місце займають письмові переклади інструкцій і технічних текстів (9%), четверте місце – знову усний переклад, частково синхронний, який супроводжує конференції, семінари, симпозіуми та інші значні заходи – 5% [6]. Останнім часом популярними стали переклад та локалізація комп'ютерних програм, ігор та локалізація й адаптація Інтернет-сайтів.

У секторі B2B економіки ринок усних перекладів вважається динамічним та перспективним, хоча й перебуває на стадії свого становлення. Сьогодні послуги усного перекладу активно формуються й одночасно перебудовуються відповідно до економічних реалій суспільства в цілому. Такі дані отримано завдяки проведенню у країні регіональних, всеукраїнських та міжнародних заходів, а саме: форумів, конференцій, семінарів, конгресів тощо. Економічні та політичні заходи створюють чималий попит на якісний усний переклад, основна мета якого забезпечити проведення міжнародних зустрічей на відповідному рівні.

Послідовний усний переклад є однією з найпопулярніших послуг, на які є постійний попит. Суть такого перекладу – послідовне передавання інформації у вигляді фрази або речення іноземною мовою та її переклад з мови-оригіналу. Такий вид перекладу нагадує синхронний, але на відміну від нього не потребує використання технічних засобів та залежить винятково від перекладача. Під час здійснення такого перекладу перекладач знаходиться біля того, хто говорить, або групи тих, хто говорить. Цей вид перекладу використовується при необхідності проведення переговорів, конференцій, неформальних зустрічей, інших ділових заходів. Така послуга має за мету усунення всіх перешкод, які виникають при спілкуванні різними мовами, допомагає людям зрозуміти одне одного, обговорити важливі проблеми, дійти певного консенсусу, домовитися про певні речі.

Серед сфер застосування усного послідовного перекладу необхідно зазначити його використання в процесі перекладу телефонних переговорів, які сьогодні стають більш популярними. І зовсім нова сфера застосування усного послідовного перекладу – *Skype* переклад.

Висновки. Отже, сьогодні ринок сучасного перекладу потребує зміцнення своєї інфраструктури та створення принципово нових, альтернативних моделей процесу надання послуг, що має бути обов'язково ураховано в методичній складовій підготовки майбутніх фа-

хівців з перекладу. Завдяки систематизованій взаємодії освіти та працедавців цей процес може формалізуватися у вигляді критеріїв та вимог до випускників вищих навчальних закладів стосовно їх придатності до здійснення практичної діяльності. Використання маркетингових стратегій в процесі розробки моделі підготовки майбутніх перекладачів зумовлює врахування вимог ринку праці, ретельне вивчення груп потенційних споживачів освітніх послуг, адаптацію навчального процесу на основі вивчення ситуації в індустрії перекладів та вплив на ці ринки. Перспективами подальших досліджень є вивчення можливості підвищення якості підготовки фахівців з урахуванням адекватного реагування на зміни у замовленні професійних кадрів, а відповідно й підвищення рейтингу освітньої програми підготовки майбутніх перекладачів.

Список використаних джерел

1. Шестак Н.В. Компетентностный подход в дополнительном профессиональном образовании / Н.В. Шестак // Высшее образование в России. 2009. – № 3. – С. 29–38.
2. Електронний ресурс: <http://news.flarus.ru/?topic=3122>
3. Електронний ресурс: <http://mozgorilla.com/analytics/top-30-perevodcheskikh-kompanij-mira>
4. Електронний ресурс: <http://habrahabr.ru/company/abbyy/blog/193468/>
5. Електронний ресурс: <http://www.finobzor.com.ua/novosti/nid/8927>
6. Електронний ресурс: <http://www.advertology.ru/article27158.htm>

В статье предлагается анализ рынка переводческих услуг стран Европы, США и Украины с целью использования результатов в процессе формирования образовательных стратегий для обучения будущих переводчиков.

Ключевые слова: рынок переводческих услуг, стандарты качества, переводческие компании, маркетинговые исследования, образовательные услуги.

The article offers the analysis of translation service market in Europe, the USA and Ukraine in order to use the results obtained to develop educational strategies for future interpreters/translators training.

Key words: translation service market, quality standards, translation companies, marketing research, educational services.

Одержано 4.10.2014.