

УДК 378.147:81'255

DOI <https://doi.org/10.52726/as.pedagogy/2022.4.3>**В. Д. ІГНАТЕНКО***кандидат педагогічних наук, доцент,**завідувач кафедри романо-германської філології та перекладу,**Білоцерківський національний аграрний університет, м. Біла Церква, Київська область, Україна**Електронна пошта: victoria_ignatenko@btsau.edu.ua**<https://orcid.org/0000-0003-0933-0949>***ОСОБЛИВОСТІ НАВЧАННЯ МАЙБУТНІХ ПЕРЕКЛАДАЧІВ З УРАХУВАННЯМ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ В ІНДУСТРІЇ ПЕРЕКЛАДУ**

У статті йдеться про актуальні тенденції перекладацької галузі, які відображаються на особливостях навчання майбутніх перекладачів, які мають бути конкурентоспроможними і готовими після навчання працювати в умовах сучасного ринку праці. Представлено особливості саме української індустрії перекладу з урахуванням сучасних процесів інтернаціоналізації, глобалізації та дигіталізації. Проаналізована зміна уявлення про перекладача у сучасному світі, його роль та еволюція компетентності перекладача у конфронтації з великим обсягом та різноманіттям текстів для перекладу в нових умовах цифровізації, зокрема при умові сформованості компетентності у використанні машинного перекладу та систем автоматизованого перекладу. Перекладач стає втіленням перекладацького проекту з багатозадачним функціоналом, направленим на декодування ментальної ідентичності відповідних націй шляхом перекладу. Розглянуто поняття «локалізації» у більш широкому контексті для перекладацької діяльності та проаналізовано роль локалізації у сучасній стратегії перекладу. У статті висвітлено концепт «невидимості перекладача» у руслі сучасних змін на ринку перекладацьких послуг. Також розглянуто та проаналізовано сучасні нові способи та види перекладу такі як, постредагування, аудіовізуальний переклад, зокрема субтитрування, транскреція, аудіодискрипція. Як результат, до компетентності перекладача відповідно варто додавати відповідні soft skills, які забезпечуватимуть йому можливість працювати у команді над перекладом як проектом і виконувати багато організаційних завдань пов'язаних з перекладацькою діяльністю, крім самого процесу перекладу, уміння володіти сучасними перекладацькими інформаційними технологіями (машинний переклад, CAT) та уміння локалізувати переклад і застосовувати відповідні стратегії при виконанні нових видів перекладу у тому числі.

Ключові слова: ринок перекладацьких послуг, постредагування, аудіовізуальний переклад, транскреція, аудіодискрипція, перекладацькі інформаційні технології, стратегія перекладу.

Постановка проблеми. Переклад історично був потужним інструментом глобалізації, і наше сприйняття перекладу трансформується в результаті процесу глобалізації [7]. В індустрії перекладу за останні роки відбулися значні зміни, які певною мірою співпадали із процесом інтернаціоналізації та глобалізації в українському суспільстві в цілому. Сьогоднішня ситуація на ринку перекладацьких послуг має певні особливості, які змінюють особистість сучасного перекладача та уявлення про роботу над перекладом, які на сьогодні максимально орієнтовані під локалізацію. Постає велика кількість викликів, починаючи від змін ринку перекладацьких послуг, завершуючи новими тенденціями застосування стратегій перекладу. Усі ці зміни та нові тенденції мають бути враховані у процесі підготовки майбутніх фахівців з перекладу та передбачати формування перекладацької компетентності з можливістю знайти своє місце молодому фахівцю на ринку праці та бути конкурентоспроможним.

Мета. У даній статті розглянемо основні ринкові передумови розвитку перекладу та які сучасні світові тренди диктують нові зміни та вносять свої корективи у формування перекладацької компетентності.

Аналіз попередніх досліджень. Зміни у перекладацькій галузі завжди знаходяться у фокусі досліджень науковців, оскільки є важливим індикатором того, що саме є важливим та принциповим у контексті методики навчання перекладачів, зокрема нові види перекладу розглядають Бахов І.С. (аудіовізуальний переклад, субтитрування), Бойчук А., Олексішина Л., Вергун, Л. (транскреція), Притиченко Г. (аудіодискрипція), Шурма С., Єрко В., Гладка Н. (локалізація). Сучасні тенденції перекладу найчастіше відображаються у статтях на сайтах перекладацьких агенств та в особистих блогах перекладачів (наприклад Юрій Цверкун). Серед зарубіжних дослідників даного питання можна назвати

Л. Венуті, Габалло В., Кроніна М., Біелса Есперанса та Сюзан Баснет.

Виклад основного матеріалу. Перш за все, варто розглянути переклад з економічної точки зору та проаналізувати зміни на ринку перекладацьких послуг.

Велика кількість учасників на ринку створює велику конкуренцію, вимагаючи високого професіоналізму та якості, у тому числі швидкості, від перекладачів. Учасникам ринку важко домовитися між собою, відсутня єдина платформа для уніфікації принципів перекладацької діяльності, що разюче відрізняє український перекладацький ринок від зарубіжного ринку. При цьому відсутність явної монополії на перекладацькому ринку сприяє активному його розвитку, зокрема можливість працювати відокремлено, бути фрілансером. Проте є і зворотна сторона цієї тенденції: надлишкова пропозиція породжує універсального перекладача, який повинен уміти перекладати тексти найрізноманітнішої тематики і «боротися» за свого клієнта, а отже вигідно вирізнятися з-поміж інших своїми конкурентними перевагами. Такого відокремленого перекладача чатує ще одна перепона у вигляді перекладацьких компаній, які надають повноцінні перекладацькі послуги, створюють та продають «переклад» як продукт. До створення такого продукту залучаються не лише перекладачі. Нарешті компанії усвідомлюють цінність роботи окремо менеджера, редактора, коректора тощо у цьому процесі «виробництва». Тобто перекладач повинен уміти працювати у команді, бути частиною компанії та мати достатньо сформовані *soft skills*.

Працюючи на базі цифрової платформи у форматі онлайн офіса, команда перекладацького бюро працює над замовленням як над цілісним проектом. Такий підхід до виконання перекладу має завжди безліч переваг – це гарантія якості, швидкість, надійність та клієнторієнтованість, комплексний підхід до виконання. Проте поки недоліком лишається вища вартість.

Разом з тим зберігається постійна тенденція до збільшення кількості документів, що вимагають перекладу. Зокрема рішення про надання Україні статусу кандидата на членство в ЄС матиме наслідком також необхідність перекладу та оновлення різної документації, у тому числі за попередні роки на іноземну мову. Крім

цього, відповідно до постанови Євросоюзу (Директива 79/112 / ЄЕС) вся технічна документація повинна бути перекладена на національні мови. Глобалізація і пов'язаний з нею зростання приведуть до колосального підйому в так званих секторах GILT (глобалізація, інтернаціоналізація, локалізація і трансація). Європейський союз асоціацій перекладацьких компаній (EUATC) вважає, що на ринку перекладів в найближчі роки очікується щорічне зростання приблизно на 5% [Цверкун: 2021].

Все частіше перекладачі використовують інноваційні технологічні рішення у своїй роботі, щоб підвищити її швидкість і якість, доповнюючи та включаючи у свою компетентність уміння володіти машинним та автоматизованими системами перекладу («кішки» або CAT-системи, тобто програми, які використовують технологію пам'яті перекладів (*TM* – *translation memory*)). Завдяки цим інструментам ринок перекладу виграє в усіх аспектах тому, що може швидко задовольняти потреби клієнтів, гарантуючи при цьому високу якість продукту. На сьогодні існує широка палітра таких технологічних рішень для корпорацій та ін

Проте сучасний переклад на цьому не зупиняється. Штучний інтелект знаходить різноманітне застосування в перекладі та локалізації – ця тенденція ще довго буде актуальною. Потенціал штучного інтелекту величезний. Очікується, що його використання буде відрізнятися все більшою досконалістю. Нейронні мережі як категорія машинного перекладу поєднують переваги як систем на основі граматичних правил, так і статистичних. Нейронні мережі допомогли зробити прорив у розвитку машинного перекладу за останні роки. Такий метод допускає на 17–50% менше помилок, ніж RBMT або SMT. З 2016 нейронні системи використовуються в Google Translate, з 2017 року – і в перекладачі Яндекс [Цверкун].

Зростаюча конкуренція у світовому середовищі та можливості, котрі доступні міжнародним компаніям, що використовують можливості локалізації, підтверджують, що це ключова область для розвитку на довгі роки. Локалізація включає створення контенту (від реклами до веб-сайтів, відео і т.д.), який буде ідеально підходити для конкретної аудиторії. У кожній культурі є свої особливості, котрі враховує локалізація. Локалізація – це пере-

клад і адаптація контенту для певного регіону й цільової аудиторії з урахуванням культурних особливостей, а також особливостей поведінки покупців цільового регіону. У результаті створюється враження, що контент був створений саме для тієї аудиторії, на яку він націлений. У теорії перекладу під «локалізацією» розуміється повна адаптація перекладацького продукту до місцевих умов використання їх у конкретному регіоні. Суть локалізації полягає у адаптації тексту, документації, графічних символів, таблиць тощо, що належать до певної мови або культури, до іншої мови, враховуючи психологічні, релігійні, ідеологічні особливості цільової мови [Гладкая].

Отже, сучасний стан ринку перекладацьких послуг характеризується наступними особливостями: дигіталізація перекладацького процесу як у виконанні так і в управлінні перекладацькими проектами, великий об'єм текстів для перекладу і провідна роль локалізації у глобальному її значенні.

У такому контексті годі і говорити про те, наскільки змінюється уявлення про перекладача у сучасному світі, яку важливу роль матиме переклад та як еволюціонує компетентність перекладача у конфронтації з великим обсягом та різноманіттям текстів для перекладу в нових умовах цифровізації.

Як результат за останні роки з'явилася низка нових вмінь та субкомпетенцій. Перекладач стає втіленням такого проекту з багатозадачним функціоналом, направленим на декодування ментальної ідентичності відповідних націй шляхом перекладу. Новий перекладач насправді має бути готовим спеціалістом із безлічі різних галузей та уміти робити все, що стосується перекладу та втілювати у собі багато ролей, зокрема доповнюючи список роллю локалізатора [Бахов : 18-20]. Відтак провідною тенденцією розвитку перекладацької галузі стає локалізація, тобто стирання меж між різними картинами світу, максимальна адаптація до культурного коду мови перекладу і намагання зробити перекладача максимально невидимим («*translator invisibility*» [Venuti]) у цьому перекладацькому процесі. За сьогоденної соціально-економічної ситуації, коли від виробничих процесів очікують безпрецедентної ефективності щодо часу й витрат, перекладу доводиться відповідати правилам нехайності, прозорості та невидимості.

Отже, до компетентності перекладача відповідно варто додавати відповідні *soft skills*, які забезпечуватимуть йому можливість працювати у команді над перекладом як проектом і виконувати багато організаційних завдань пов'язаних з перекладацькою діяльністю, крім самого процесу перекладу, уміння володіти сучасними перекладацькими інформаційними технологіями (машинний переклад, CAT) та уміння локалізувати переклад і застосовувати відповідні стратегії.

Крім цього, нові тенденції у перекладі дають поштовх розвитку новим напрямом у перекладі.

Популярним стає постредагування машинного перекладу. Якщо система автоматизованого перекладу лише асистує, допомагає у роботі перекладача, то використання машинного перекладу в останні роки привело до величезної кількості роботи для тих, хто займається його постредагуванням. Постредагування може включати виправлення граматичних помилок, невдалих формулювань, стилю і т.д., щоб перетворити переклад сумнівної якості в бездоганний. Клієнти можуть також звертатися до фахівців з постредагування, щоб їх переклади відповідали культурним особливостям та нормам цільової аудиторії. Такий вид перекладу допомагає перекладати у швидкому темпі великі об'єми текстів [Bielsa].

Також з'являються нові види перекладу, такі як аудіовізуальний переклад, зокрема субтитрування, транскрипція, аудіодискрипція [Притиченко].

Послуги аудіовізуального перекладу і, зокрема, перекладу відео, користуються величезним попитом, цей попит продовжує зростати разом з непомірним попитом на відеоконтент. Інтернет переповнений відео – від новинних сайтів до соціальних мереж і бізнес-платформ. Наступний крок – невід'ємний для компаній, які витратили гроші на створення відеоконтенту, вони перекладають цей контент на кілька мов для охоплення ще більшої аудиторії. Основна частина витрат пов'язана з початковим створенням контенту, тоді як невеликі додаткові витрати можуть значно посилити вплив. Таким чином, послуги перекладача можуть забезпечити чудову окупність інвестицій [Цверкун].

Паралельно зі збільшенням попиту на відеоконтент і переклад відео, зростає попит й на субтитри. За даними Digiday, понад півмільярда людей дивляться відео на Facebook щодня, 85%

цих відео відтворюються без звуку, але з субтитрами [Бахов].

Аудіодискрипція (тифлокоментування) – це голосовий опис того, що відбувається на екрані, робить кіно доступним для людей із порушеннями зору та полягає у створенні окремої звукової доріжки із закадровим описом персонажа, предмета, простору або дії у відеопродукції, призначеної для осіб з порушеннями зору та осіб з дислексією [Притиченко : 222-225].

Складність роботи тифлокоментатора полягає в тому, що для підготовки якісного спеціаліста потрібна висока міра спостережливості, грамотна вимова, вміння висловлюватися лаконічно, при цьому передаючи суть того, що відбувається. Такий фахівець повинен мати широкий кругозір, оскільки потрібно грамотно прокоментувати будь-яку ситуацію. Тифлокоментування – це творчий процес. У кожній складній ситуації може бути кілька правильних рішень і професійний тифлокоментатор може ці рішення знайти. Сьогодні робота з підготовки перекладачів-тифлокоментарів починає набувати масового характеру. Цьому сприяє вихід низки законодавчих актів, наприклад, ухвалені минулого року поправки до закону «Про авторське право та суміжні права». Вони сприяють тому, щоб українські фільми виходили із субтитрами та тифлокоментарями до кожної картини, але на жаль поки що немає законів які б зобов'язували кінотеатри та кіностудії випускати фільми з тифлокоментарями [Притиченко].

Транскреція передбачає, що перекладений текст повинен мати схожий ефект на читача як у вихідній мові, так і мовою перекладу. Такий вид перекладу вимагає від перекладача створення нових лінгвістичних і культурних образів, які б компенсували відсутність або неадекватність

існуючих [Бойчук, Олексишина]. Транскреція часто використовується в маркетингу та допомагає розширити аудиторію і є хорошою стратегією у набутті нових клієнтів. Транскреція сприяє правильному розумінню сенсу, імпліцитної інформації та інтенції рекламних слоганів. Такий вид перекладу вимагає від перекладача не тільки високої кваліфікації, а й широкого спектру міжкультурних знань та компетентностей, а також креативного підходу [Бойчук, Олексишина].

Результати дослідження. Таким чином, у процесі підготовки майбутнього перекладача варто врахувати зміни в архітектурі компетентності перекладача у конфронтації з великим обсягом та різноманіттям текстів для перекладу в нових умовах цифровізації, що динамічно рухає цю галузь уперед. Основним гаслом для розвитку перекладацької галузі є локалізація, тобто стирання меж між різними картинами світу, максимальна адаптація до культурного коду мови перекладу і намагання зробити перекладача максимально невидимим («*translator invisibility*») у цьому перекладацькому процесі.

Висновки. Отже, до компетентності перекладача відповідно варто додавати відповідні *soft skills*, які забезпечуватимуть йому можливість працювати у команді над перекладом як проектом, уміння володіти сучасними перекладацькими інформаційними технологіями (машинний переклад, CAT) та уміння локалізувати переклад і застосовувати відповідні стратегії. Також принциповим є ознайомлення майбутніх перекладачів з новими видами перекладу, які захоплюють ринок перекладацьких послуг. Подальші дослідження щодо внесення змін у структуру компетентності перекладача можуть слугувати предметом подальших наукових розвідок з цього питання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бахов І.С. Субтитрування в перекладі як інструмент формування професійної ідентичності перекладачів в умовах глобалізації. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія «Філологія». 2019. № 38. С. 30–35.
2. Бойчук А., Олексишина Л. Транскреція як новий підхід до перекладу рекламних текстів і слоганів. *Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*. Серія «Германська філологія». 2021. С. 18–24.
3. Гладкая Н. Нелокальная локализация: как перевести игру на 7 языков и не наладить. *Strategium.ru*. URL: <https://www.strategium.ru/forum/topic/59437-nelokalnaya-lokalizatsiya-kak-perevesti-igru-na-7-yazykov-i-nenalazhat/> (дата звернення: 01.02.2023).
4. Притиченко Г. Сучасні тенденції у перекладознавстві та їх вплив на роботу перекладача. *Молодий вчений*. 2021. № 12 (100). С. 222–225. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-12-100-45> (дата звернення: 31.01.2023).

5. Цверкун Ю. *Тенденції перекладацької галузі у 2021 році*. URL: <https://profpereklad.ua/ru/tendencii-perevodcheskoj-otrasli-v-2021-godu/>.
6. Bielsa E. *Routledge Handbook of Translation and Media*. Taylor & Francis Group, 2021.
7. Venuti L. *The Translation Studies Reader* / ed. by L. Venuti. 4th ed. Abingdon, Oxon; New York: Routledge, 2021. URL: <https://doi.org/10.4324/9780429280641> (date of access: 01.02.2023).

REFERENCES

1. Bakhov, I. (2019). Subtytruvannya v perekladі yak instrument formuvannya profesiinoi identychnosti perekladachiv v umovakh hlobalizatsii [Subtitling in translation as a tool for the formation of the professional identity of translators in the conditions of globalization]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*, (38), 30–35. [in Ukrainian]
2. Boichuk, A., & Oleksyshyna, L. (2021). Transcreation As A New Approach To Translation Of Advertising Texts And Slogans. *Germanic Philology Journal of Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University*, (833), 18–24. <https://doi.org/10.31861/gph2021.833.18-24> [in Ukrainian]
3. Hladkaia N. *Nelokalnaia lokalizatsiia: kak perevesty yhru na 7 yazykov y ne nalazhat* (2020). [Non-local localization: how to translate the game into 7 languages and not fix it.] *Strategium.ru*. URL: <https://www.strategium.ru/forum/topic/59437-nelokalnaya-lokalizatsiya-kak-perevesti-igru-na-7-yazykov-i-ne-nalazhat/> (date of application: 01.02.2023). [in Russian]
4. Prytychenko, H. (2021). Suchasni tendentsii u perekladoznavstvi ta yikh vplyv na robotu perekladacha [Current Trends Translation and their Impact on the Work Of the Translator]. *Molodyi vchenyi*, (12 (100)), 222–225. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-12-100-45> [in Ukrainian]
5. Tsvierkun Yu. (2021). Tendentsii perekladatskoi haluzi u 2021 rotsi [Trends in the translation industry in 2021]. <https://profpereklad.ua/ru/tendencii-perevodcheskoj-otrasli-v-2021-godu/> [in Ukrainian]
6. Bielsa E. (2021) *Routledge Handbook of Translation and Media*. Taylor & Francis Group.
7. Venuti L. (2021) *The Translation Studies Reader* / ed. by L. Venuti. 4th ed. Abingdon, Oxon; New York: Routledge. URL: <https://doi.org/10.4324/9780429280641> (date of access: 01.02.2023).

V. D. IHNATENKO

*Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Roman-Germanic Philology and Translation Studies,
Bila Tserkva National Agrarian University, Bila Tserkva, Kyiv region, Ukraine
Email: victoria_ignatenko@btsau.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0003-0933-0949>*

FEATURES OF FUTURE TRANSLATORS' TRAINING IN CONFORMITY WITH CURRENT TRENDS IN THE TRANSLATION INDUSTRY

The article deals with current trends in the translation industry, which are reflected in the peculiarities of the training of future translators, who must be competitive and ready to work in the conditions of the modern labor market after training. The peculiarities of the Ukrainian translation industry are presented, taking into account the modern processes of internationalization, globalization and digitalization. The change in the perception of the translator in the modern world, his role and the evolution of the translator's competence in the confrontation with a large volume and variety of texts for translation in the new conditions of digitalization are analyzed, in particular, under the condition of the formation of competence in the use of machine translation and automated translation systems. The translator becomes the embodiment of the translation project with a multitasking functionality aimed at decoding the mental identity of the respective nations through translation. The concept of "localization" is considered in a broader context for translation activity and the role of localization in modern translation strategy has been analyzed. The article highlights the concept of "translator's invisibility" in the context of modern changes in the market of translation services. Modern new methods and types of translation, such as post-editing, audiovisual translation, including subtitling, transcreation, audio description, have been also considered and analyzed. As a result, appropriate soft skills should be added to the competence of the translator, which will provide him with the opportunity to work in a team on translation as a project and to perform many organizational tasks related to translation activities, in addition to the translation process itself, the ability to own modern translation information technologies (machine translation, CAT) and the ability to localize translation and apply appropriate strategies when performing new types of translation.

Key words: market of translation services, post-editing, audiovisual translation, transcreation, audiodescription, translation information technologies, translation strategy.