



Краудсорсинг в переводе: проблема мотивации

Силинская Наталья Павловна (

Санкт-Петербургский государственный университет (СПбГУ), Санкт-Петербург,
Россия

Crowdsourcing in Translation: The Problem of Motivation

Silinskaya Natalia

Saint Petersburg State University (SPSU), St. Petersburg, Russia

Аннотация

В последние годы краудсорсинг-перевод становится все более популярным. В статье рассматриваются факторы, мотивирующие непрофессиональных переводчиков-волонтеров принимать участие в краудсорсинг-проектах (материальный интерес, сопричастность, признание, познавательный интерес, альтруистическая мотивация и др.). Также рассматриваются возможности данной модели в плане обучения переводу.

Abstract

Crowdsourcing translation is becoming more and more popular. The article is dedicated to the factors motivating unprofessional volunteer translators to participate in crowdsourcing projects (material interests, a sense of inclusion, social recognition, cognitive interest, altruism, etc.). It also considers the opportunities of crowdsourcing model in teaching translation.

Ключевые слова: краудсорсинг, перевод, мотивация.

Keywords: crowdsourcing, translation, motivation.

Краудсорсинг (crowdsourcing) в общем виде представляет собой бизнес-модель, которая основана на привлечении волонтеров к созданию и популяризации товаров и услуг (как правило, посредством информационных технологий). Термин «краудсорсинг» ввел журналист Дж. Хау в своей статье в журнале Wired (Howe, 2006).

В сфере перевода и локализации краудсорсинг становится все более популярным. Появились такие термины, как «crowd translation», «краудсорсинг-перевод», «коллективный перевод», однако единое наименование пока не закрепилось.

В данной модели перевод текста, как правило, разбитого на фрагменты, осуществляется волонтерами на



специальной технологической платформе в режиме онлайн за ограниченный период времени. Уровень владения языками и переводческие навыки участников могут быть любыми, и волонтером может стать любой человек, которому интересен данный продукт и который владеет исходным языком и языком перевода. Варианты перевода фрагментов оцениваются самим сообществом переводчиков, и вариант, получивший наибольшее число голосов, утверждается как окончательный.

Чаще всего краудсорсинг-перевод используется для перевода и локализации сайтов, приложений, компьютерных игр, книг, статей, фильмов, сериалов, видео, интерфейса и контента социальных сетей, свободного программного обеспечения и некоммерческих проектов.

В последние годы в литературе широко обсуждается применение краудсорсинга в переводе. Нередко авторы ставят под сомнение радужные перспективы, которые связываются с краудсорсингом, и поднимают проблемы падения качества переводов, падения престижа профессии переводчика, обесценивания образования в сфере перевода, снижения оплаты услуг переводчика вследствие широкого распространения данной модели перевода. Также широко обсуждается этическая сторона краудсорсинга, а именно эксплуатация волонтеров корпорациями с целью получения прибыли. В 2012 году было опубликовано исследование Еврокомиссии, где рассматриваются тенденции развития краудсорсинга в переводе, достоинства и недостатки данной модели (Studies on Translation and Multilingualism: Crowdsourcing translation, 2012).

О.А. Якименко пишет о проблеме краудсорсинга с точки зрения профессионального переводчика и приходит к выводу, что краудсорсинг в переводе уже оказывает значительное влияние на структуру переводческого рынка и характер работы письменного переводчика. Отмечается, что профессиональные переводчики испытывают в некоторых сферах конкуренцию с переводчиками-непрофессионалами и в перспективе функция профессионала сведется к контролю качества и терминологических соответствий, то есть переводчик, по сути, в рамках данной модели превратится в редактора (Якименко, 2013).

Оставляя в стороне вопросы о качестве работы непрофессиональных переводчиков, о достоинствах и недостатках данной модели, о технической стороне и ограничениях по видам текстов, в данной статье хотелось бы сосредоточить внимание на мотивации волонтеров. Почему люди, не имеющие образования, знаний, навыков, опыта работы, чаще всего не получающие оплаты за свой труд, с такой готовностью включаются в краудсорсинг-проекты?

Мотивация переводчиков-волонтеров

Мотивация переводчиков является решающим фактором для успешности проектов краудсорсинг-перевода. В случае переводчика-профессионала решающая мотивация – адекватная и достойная оплата труда. Но что привлекает и поддерживает заинтересованность непрофессионального переводчика?

(1) Самая очевидная причина — материальный интерес. Переводчик, который одновременно является пользователем, заинтересован, в



первую очередь, в доступе к продукту. В обмен на помощь в переводе и локализации компания может предложить бесплатную лицензию на свой софт, месяц бесплатного пользования программным обеспечением и т.д.

(2) Также важна мотивация сопричастности к созданию и доработке продукта, возможности самовыражения и персонализации, адаптирования продукта под свои запросы. Привлечение пользователей к работе над продуктом — необыкновенно мощный маркетинговый инструмент, воспитывающий в них лояльность к бренду. Пассивный потребитель превращается в пользователя профессионального уровня (prosumer vs. consumer).

(3) Потребность в одобрении, признании, повышении авторитета в глазах окружения. Компания может отметить роль переводчиков-энтузиастов, напр., используя виртуальные подарки, бэджи, которые будут выделять их среди других пользователей, способствовать росту их статуса, становлению репутации, или перечисляя имена переводчиков наряду с разработчиками и другими специалистами, причастными к созданию продукта.

(4) Игровой фактор. В краудсорсинге, по сути, внеигровом контексте, могут быть задействованы идеи геймификации (применения игровых стратегий в бизнес-проектах). Элементы игровых технологий превращают работу в игру.

(5) Познавательный, образовательный интерес. Пользователь открывает новую для себя сферу деятельности, приобретает более глубокое знание предмета, учится ставить и решать проблемы, работать в команде, улучшает навыки

владения языком. Напр., семья Деккер в Израиле совместно перевела более 2000 TED Talks и TED-Ed lessons. Первоначальной их целью было использование материалов TED в обучении дочерей. Через несколько лет дочери сами включились в проект (Bast, 2014).

(6) Альтруистическая мотивация — вовлеченность в социально значимый проект. Если проект изначально преследует благотворительные или просветительские цели, как, напр., Coursera или TED, участие в таком благородном деле само по себе является достаточной наградой и мотивирующим фактором. Инициативы, направленные не на получение прибыли, а на изменение мира к лучшему, получают большую поддержку волонтеров. Также это главный мотивирующий фактор для привлечения профессиональных переводчиков.

(7) Психологические факторы использования и распространения «пиратского» контента, т. е. материалов, нарушающих действие авторских прав. Люди, скачивающие продукты с «пиратских» ресурсов, могут и дальше способствовать распространению продукта, напр., выполняя верстку, перевод и вычитку книг. Самоорганизующиеся группы переводчиков-любителей, с их точки зрения, делают благое дело как для других потребителей, так и для авторов, способствуя популяризации пока что непереведенного контента на другой язык и расширяя их аудиторию. С точки зрения закона, они нарушают авторские права. Здесь мы можем наблюдать столкновение различных интересов и этических стандартов. В первую очередь такого рода проблемы возникают в связи с переводом художественной литературы, в



меньшей степени – с переводом фильмов и сериалов. Возможно, наиболее яркий пример подобного конфликта — закрытие сайта Notabenoid в том виде, в котором он существовал до 2014 года.

Перспективность краудсорсинга в обучении переводчиков

Краудсорсинг-проекты — очень удобная площадка для студентов переводческих специальностей в плане отработки собственно навыков перевода, а также навыков командной работы, редактирования, управления проектами, овладения новыми технологиями в области CAT-tools.

Благодаря разнообразию текстов начинающие переводчики могут попробовать себя в аудиовизуальном переводе, локализации приложений, переводе публицистики, презентаций, научно-популярных текстов, таких как статьи Википедии, и т.д.

Кроме того, участие в волонтерских проектах во время обучения представляет собой ценный опыт работы, который можно указать в своем резюме и который поможет выпускнику при поиске работы.

Также участие в общественно значимой деятельности воспитывает ответственность и повышает мотивацию, ведь перевод находится в открытом доступе, и студент как исполнитель заинтересован в том, чтобы выполнить его как можно более качественно.

Наконец, чем раньше студент-переводчик начнет работать с реальными проектами и сравнит свои переводы с переводами потенциальных конкурентов на рынке переводческих услуг, тем успешнее будут развиваться его профессиональные компетенции.

Литература

- Якименко О.А. Краудсорсинг в переводе: девальвация профессии или новые горизонты // Университетское переводоведение. Вып. 12. СПбГУ, СПб., 2013. – С. 526-536.
- Bast M. Meet the family that's translated 2,000 talks // TED Blog URL: <http://blog.ted.com/meet-the-family-thats-translated-2000-talks/> (Дата обращения: 27.06.2016)
- Howe J. The Rise of Crowdsourcing // Wired URL: <http://www.wired.com/2006/06/crowds/> (Дата обращения: 27.06.2016)
- Studies on Translation and Multilingualism: Crowdsourcing translation URL: <http://www.termcoord.eu/wp-content/uploads/2013/08/Crowdsourcing-translation.pdf> (Дата обращения: 27.06.2016)

References