

*кандидат філологічних наук,
доцент кафедри прикладної
лінгвістики
Черкаського державного
технологічного університету*

*кандидат філологічних наук,
доцент кафедри прикладної
лінгвістики
Черкаського державного
технологічного університету*

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНФОРМАЦІЙНИЙ РЕСУРС У РОБОТІ ПЕРЕКЛАДАЧА

У наші дні, з огляду на бурхливий розвиток інформаційних технологій і неухильне зростання обсягів інформації, перекладацька діяльність користується все більшим попитом. За останні 10–15 років характер роботи перекладача та вимоги до нього істотно змінилися. Сьогодні вже не достатньо просто перекласти текст, користуючись комп'ютером як друкарською машинкою. Замовник очікує від перекладача, що оформлення готового документа буде відповідати структурі оригіналу й при цьому задовольняти чинні стандарти. У таких умовах основним джерелом інформування для перекладача є Інтернет.

Інтернет як глобальне інформаційне середовище є унікальним джерелом лінгвістичної інформації. Одним із основних видів перекладацьких ресурсів Інтернету є соціальні мережі.

Актуальність дослідження визначається тим, що, незважаючи на збільшення кількості якісних професійних соціальних мереж, існує мало робіт як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, присвячених аналізу цього невід'ємного джерела інформації для перекладача. Тому стаття присвячена дослідженню професійних соціальних спільнот, їхніх функцій і можливостей.

Об'єкт дослідження – соціальні мережі для перекладачів в Інтернеті на прикладі спільнот «ProZ.com», «XING», «LinkedIn» і «Город переводчиков».

Метою роботи є з'ясування меж і можливостей соціальних мереж для ефективної роботи й інформування перекладача. Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких завдань: 1) дослідити структуру та функції соціальних мереж; 2) вивчити тематику форумів у соціальних спільнотах перекладачів; 3) визначити релевантність соціальних спільнот для фахового спілкування й інформування перекладачів.

Головним методом дослідження є описовий, що полягає в детальній характеристиці структури та функцій соціальних мереж, також нами використані такі методи аналізу, як порівняльний і статистичний. За допомогою порівняльного методу аналізу ми визначали схожі та відмінні риси професійних соціальних спільнот для перекладачів. Статистичний метод аналізу ми використовували для створення вибірки найбільш популярних мереж і визначення гендерної й вікової категорії користувачів.

Наукова новизна полягає насамперед у тому, що в роботі вперше проаналізовано структуру, функції та актуальність соціальних мереж і релевантність інформації, яка міститься в них, для фахівця в галузі перекладу.

Дослідженням перекладацької діяльності займалися десятки вітчизняних і зарубіжних учених, а саме: Р.П. Зорівчак, Л.С. Бархударов, В.Н. Комісаров, Р.К. Мін'яр-Белоручев, А.В. Федоров, В.С. Виноградов, Н.К. Грабовський, О.Д. Швейцер та ін. У роботі «Сучасне перекладознавство» В.Н. Комісаров описує сучасний стан перекладознавства, узагальнює власні теоретичні ідеї й міркування щодо наукового опису процесу перекладу, наводить надзвичайно корисний, практичний і повчальний матеріал: безліч цікавих відомостей, фактів і прикладів щодо результату, процесу й сутності перекладу [7, с. 75–221]. Л.С. Бархударов у праці «Мова та переклад» висвітлює питання, пов'язані із загальною лінгвістичною теорією перекладу. На матеріалі перекладів художньої та суспільно-політичної літератури англійської й російської мов автор розглядає процес перекладу із загально-лінгвістичного погляду [1]. Значний внесок у дослідження перекладацької діяльності зробив О.Д. Швейцер. У критичній праці «Теорія перекладу: статус, проблеми, аспекти» автор оцінює сучасний стан теорії перекладу та водночас обґрунтовує власне трактування проблем, які стоять перед нею, на конкретному мовному матеріалі визначає шляхи їх вирішення. О.Д. Швейцер пропонує чітке визначення основних понять і термінів теорії перекладу, розглядає типи перекладацьких трансформації, семантичні аспекти перекладу [11, с. 85–115, 145–185].

Проблеми розвитку соціальних спільнот і професійної комунікації досліджувалися багатьма зарубіжними вченими. Так, науковці Й. Бенклер, С. Блек, П. Гіллен і П. Дойль вивчають і пропонують дефініції «соціальні медіа» й «соціальні мережі», розглядають процеси їх становлення та розвитку, основні принципи їх використання, наводять прогностичні оцінки цього феномена. Англійський фахівець Сем Блек характеризує професійні соціальні мережі як сукупність он-лайн технологій і практик, які дають змогу людям обмінюватися досвідом, своїми думками, враженнями й перспективними поглядами [2, с. 218]. Старший науковий співробітник Асоціації дослідження нових засобів комунікації Пол Гіллен у роботі «Нові агенти впливу» вказує на необхідність використання професійних соціальних мереж для професійного розвитку в сучасному світі. Він аргументує

своє твердження тим, що соціальні спільноти нині є універсальним інструментом, щоб залишатися на зв'язку з колегами чи партнерами, обмінюватися з ними ідеями та інформацією, яка є необхідною для розвитку професійних навичок і їх кар'єрного зростання [4, с. 45].

Питаннями, пов'язаними із соціальними мережами в професійному просторі, займалися також українські вчені, зокрема О.Л. Федорова вивчала особливості нових соціальних медіа, їх вплив на комунікаційні процеси, основні риси та специфіку функціонування [10]. Ю.А. Данько розглядає соціальні мережі не тільки як засіб масової комунікації, а і як механізм конструювання комунікативного простору в професійній діяльності [5]. Т.О. Галіч досліджує етапи виникнення, розвитку, поширення й використання професійних соціальних спільнот. Автор наводить класифікацію соціальних мереж, аналізує їх вплив на розвиток професійних навичок [3]. А.П. Захарченко досліджує інструментарій оцінювання соціальності інформаційних інтернет-ресурсів, методики обрахунку його потенційної та дійсної соціальності. Автор доводить, що ці показники можуть свідчити про ступінь залежності популярності соціальних мереж від ефективності залучення аудиторії до створення контенту [6].

Дослідження всіх вищезгаданих учених зводять визначення «професійних соціальних мереж» до одного значення: професійні соціальні мережі – це універсальне середовище для людей, об'єднаних одним колом інтересів, для обміну інформацією, ідеями та професійними напрацюваннями. Їх основними перевагами є доступні інтерактивні комунікації; особиста участь користувачів у генерації й ретрансляції медійного контенту; високий ступінь залученості користувачів у процес інтерактивної комунікації; максимальна швидкість зворотного зв'язку між користувачами; персоналізація користувача. Універсальність професійних соціальних спільнот, їх тематична різноманітність інформації, глобальність і багатofункціональність являє собою новий рівень розвитку засобів масової інформації сучасного суспільства.

Сьогодні існує не один десяток таких спільнот, спеціально створених для фахівців різних галузей, серед яких перекладач не є винятком, наприклад: соціальні мережі «Город переводчиков» (6), «One Hour Translation» (2), «Translators Cafe» (4), «XING» (5), «LinkedIn» (1), «ProZ.com» (3) тощо.

Для перекладацької діяльності можна виокремити дві найважливіші функції цих спільнот:

1. Пошук роботи.
2. Інформаційний ресурс.

Передумовами виникнення соціальних мереж стали гостьові книги, форуми і блоги. Поступово на базі цих форм спілкування почали утворюватися соціальні мережі, відмінною рисою яких є наявність явно встановлених зв'язків між учасниками. Серед найпоширеніших соціальних мереж для перекладачів варто виокремити такі спільноти, як «XING», «ProZ.com», «Город переводчиков» і «LinkedIn». Розглянемо детально кожен із цих мереж.

«XING» – це професійний портал, спрямований здебільшого на німецькомовне населення, який дає змогу не лише спілкуватися, а й налагоджувати ділові контакти, а також сприяє кар'єрному зростанню. Головна перевага платформи – це підтримка багатомовного інтерфейсу користувача. Цей портал багатofункціональний, користувач може створити як особистий профіль, так і профіль компанії, розміщувати й шукати вакансії, організувати, брати участь чи управляти заходами.

Можливості «XING» для рекрутерів не обмежуються пошуком підходящих кандидатів, вони можуть опубліковувати вакансії, щоб залучити більш активну аудиторію. Ця професійна мережа також надає певні брендингові можливості для компанії, наприклад, сторінки компанії можуть демонструвати основні переваги роботи в ній завдяки завантаженим відеороликам та інформації про умови праці. Співробітники компанії можуть виставляти свої оцінки, підтверджувати будь-які дані й залишати коментарі. Рейтинг роботодавця відображається на сторінці компанії.

Розробники сайту пропонують користувачам скористатися функцією «FutureMe», яка покликає показати кожному окремому користувачеві, наприклад, на яку зарплату й у якому місті може розраховувати той чи інший фахівець і які професії обирають випускники того чи іншого університету. Користувачу з преміум акаунтом доступна ще одна корисна функція сервісу – XING Pro Jobs. Вона відкриває можливість пошуку позиції із зарплатою від 50 тисяч євро в рік і дає можливість вийти на зв'язок із найкращими рекрутерами. Також з Pro Jobs користувач має змогу звернутися до одного з експертів XING за безкоштовною консультацією щодо поліпшення резюме. Найпопулярнішою ця спільнота є в німецькомовних країнах, наприклад, у Німеччині, Швейцарії, Австрії.

ProZ.com – це найбільша соціальна мережа для перекладачів, орієнтована здебільшого на фрилансерів. Головна мета сайту – це пошук клієнта чи, навпаки, виконавця замовлення. Це здійснюється за принципом дошки оголошень із пропозиціями роботи від бюро перекладів і приватних осіб.

Одним із основних розділів сайту є «KudoZ». Саме в ньому розташовані форуми, глосарії та словники. Перед початком перекладацької діяльності в соціальній спільноті користувач повинен активно брати участь у форумі, ставити запитання та відповідати на вже поставлені. За цю активність йому нараховуються бали, що свідчать про серйозне ставлення перекладача до своєї роботи. Також кількість балів є свідченням того, що перекладач не тільки бере участь у житті форуму, а й грамотно і професійно відповідає на питання, отримуючи так визнання колег, що говорить про його хорошу підготовку.

Для найшвидшого пошуку вакансії варто постійно проглядати головну сторінку сайту в пошуках відповідних замовлень, оскільки вони публікуються там загальним списком. Оголошення про роботу публікують як бюро перекладів, так і приватні особи або співробітники компаній, які не мають безпосереднього стосунку до перекладацької діяльності. Головна відмінність «ProZ.com» від інших професійних соціальних мереж полягає у

вищеописаній практично обов'язковій активній участі в житті форуму KudoZ, тоді як в інших спільнотах участь у форумах не має такого масового характеру. Ця соціальна спільнота надає простір для проведення вебінарів і тренінгів, а також і сама є організатором онлайн-конференцій та інших заходів, спрямованих на підвищення кваліфікації перекладачів. Крім того, на «ProZ.com» анонсуються не тільки віртуальні заходи, а й реальні зустрічі перекладачів і їх місце проведення. До того ж мережа пропонує до продажу перекладацькі програми для підвищення ефективності та швидкості роботи.

«Город переводчиков» популярний виключно серед російськомовного населення. На цьому сайті багато цікавої, корисної інформації. Так, коли користувач заходить на сайт, він бачить панель інструментів з назвами сторінок: «Новини», «Енциклопедія перекладача», «Блоги», «Авторський щоденник», «Форум», «Робота», «Декларация», «Пошук», «Про нас пишуть», «Нагороди», «Читальня», «Конкурси», «Опитування» тощо. Проте сайт і форум стали досить громіздкими, у записах і коментарях форуму з'явилося багато нерелевантної та застарілої інформації, багато тем стали повторюватися. Особливо багато цінної інформації тут знайдуть для себе перекладачі англійської мови, конкретної інформації про інші мови на сайті дуже мало. В інформаційному плані спільнота «Город переводчиков» найбільш цінна для початківців і менш досвідчених перекладачів.

«LinkedIn» – найбільша соціальна спільнота для пошуку та встановлення ділових контактів, доступна на 24 мовах. Ця платформа дає користувачам змогу спілкуватися з представниками їхньої професії, шукати роботу й заробляти авторитет у галузі, в якій вони працюють. За допомогою «LinkedIn» вони можуть з легкістю знайти людей, котрі працюють у певних компаніях чи організації, в яких працюють чи працювали раніше ті чи інші люди.

Головна відмінність цієї спільноти полягає в тому, що тут спілкування відбувається за серйозних формальних обставин і зосереджено навколо професійної діяльності учасників. Варто відзначити декілька груп для перекладачів, які допоможуть відстежувати тренди ринку праці та новини професійної спільноти: «Translators – Interpreters network», «International Association of Professional Translators and Interpreters (IAPTI)», «Translation work opportunities», «Localization Professional». Вищеназвані групи об'єднують перекладачів з понад 50 країн, надають користувачам актуальну інформацію та сприяють спілкуванню перекладачів на професійну тематику й побудові ділових стосунків.

Користувачеві необхідно регулярно поновлювати інформацію про проекти, над яким він працює задля демонстрації своєї компетенції. Адже 66% компаній наймають працівників, спираючись на їхні минулі проекти. Також необхідно вказувати посилання на колишні проекти. Так в інших користувачів буде можливість детальніше з ними ознайомитися.

Також не варто недооцінювати рекомендації, адже їх роль у «LinkedIn» дуже важлива. Рекомендації – це розгорнутий відгук колишніх і теперішніх колег, партнерів і клієнтів. Чим більше рекомендацій, тим вищий рівень довіри до інформації, вказаної в профілі.

Результати останніх досліджень у галузі статистики свідчать, що з кожним роком усе більше й більше перекладачів стають членами соціальних спільнот. Не лише фрилансери, а й перекладачі, які працюють в офісі, все частіше звертаються до перекладацьких форумів. Розглянемо детальну статистику використання найбільш уживаних професійних спільнот для перекладачів:

Дослідивши аудиторію користувачів «LinkedIn» за гендерними, віковими ознаками та за місцем розташування (США, Великобританія, Індія, Бразилія, Іспанія), дійшли висновку, що більшість користувачів «LinkedIn» – це чоловіки віком від 30 до 49 років у США. Це зумовлено тим, що переважна кількість користувачів цієї спільноти – це американці, які працюють у сфері фінансів та інформаційних технологій. Як свідчить гендерна статистика, в цих галузях працює 54–57% чоловіків [12].

Після проведення детального аналізу спільноти можна зробити висновок, що «XING» найбільш популярна в німецькомовних країнах (Австрії, Німеччині, Швейцарії), що не є дивним, адже мережа заснована в Німеччині та довгий час мала лише німецьку мову інтерфейсу. Оскільки мережа спрямована на встановлення й підтримку бізнес-контактів, вона не є популярною серед молоді: 46% користувачів – це люди від 40–49 років.

Аналіз користувачів «ProZ.com» демонструє нам, що майже 60% користувачів – це американки, що підтверджується статистичним дослідженням, проведеним Міжнародною асоціацією перекладачів конференцій [9].

Дослідивши вікову та гендерну категорію користувачів «Город переводчиков», отримали такі результати: здебільшого користувачами цієї спільноти є чоловіки (Росія), які відвідують розділи з бізнес-тематикою та порадами щодо перекладу конференцій. Серед користувачів – переважно молодь, що пояснюється тим, що в пострадянському просторі цифрові технології ще не до кінця ввійшли в ужиток і є найбільш поширеними серед молоді.

Статистичне дослідження, проведене в процесі написання статті, показує, що користувачами професійних соціальних мереж є всі вікові групи, проте спільноти, спрямовані на пошук і встановлення бізнес-контактів найбільш популярні серед людей середньої вікової категорії. Професійні платформи найбільш розповсюджені в західних країнах, оскільки Україна лише нещодавно почала процес впровадження та активного використання інформаційних технологій у професійному середовищі. Зокрема, соціальні мережі для перекладачів користуються найбільшим попитом у США, Великобританії, Німеччині й Італії. Уважаємо статтю надзвичайно актуальною та затребуваною, адже на сучасному етапі глобалізації й розвитку інформаційно-комунікаційних технологій соціальні мережі перетворюються на основне джерело фахового інформування та професійної комунікації для перекладача.

Література:

1. Бархударов Л.С. Язык и перевод. Москва: Междунар. отношения, 1975. 240 с.
2. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз / пер. с англ. Ростов-на-Дону: Феникс, 2011. 317 с.
3. Галіч Т.О. Соціальні інтернет-мережі та віртуалізація суспільного життя. Соціологія майбутнього: науковий журнал з проблем соціології молоді та студентства. 2010. № 1. С. 145–152.
4. Гиллен П. Новые агенты влияния. USA. Society for New Communications Research, 2009. 80 с.
5. Данько Ю.А. Феномен соціальних мереж у контексті становлення і розвитку мережевого суспільства. Вісник Міжнародного слов'янського університету. Серія «Соціологічні науки». 2012. Том XV. № 1. С. 53–59.
6. Захарченко А.П. Соціальність інтернет-медіа та її вплив на популярність ресурсу. URL: <http://storage.library.opu.ua/online/periodic/iortkXXI/308-315.pdf>.
7. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение: учебное пособие. Москва: ЭТС, 2004. 424 с.
8. Нелюбин Л.Л. Введение в технику перевода: учебное пособие. Москва: ЛитРес, 2015. 1204 с.
9. Підласий І.П., Підласий І.П. Педагогічні інновації. Львів: Рідна школа, 1998. 260 с.
10. Портал Міжнародної асоціації перекладачів конференцій. URL: <https://aiic.net/>.
11. Федорова О.Л. Ера соціальної комунікації: проблематика нових медіа. URL: http://www.philology.univer.kharkov.ua/nauka/e_books/visnyk_1027/content/fedorova.pdf.
12. Швейцер А.Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. Москва: Наука, 1988. 215 с.
13. Gender statistics for the EU. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Gender_statistics.

Джерела ілюстративного матеріалу:

1. Соціальна мережа «LinkedIn». URL: <https://www.linkedin.com>.
2. Соціальна мережа «One Hour Translation». URL: <https://www.onehourtranslation.ru/>.
3. Соціальна мережа «ProZ.com». URL: <http://www.proz.com/>.
4. Соціальна мережа «Translators Cafe». URL: <https://www.translatorscafe.com>.
5. Соціальна мережа «XING». URL: <https://www.xing.com/>.
6. Соціальна мережа «Город переводчиков». URL: <http://www.trworkshop.net/>.

Анотація

А. СОВЕТНА, О. ЛІСУН. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНФОРМАЦІЙНИЙ РЕСУРС У РОБОТІ ПЕРЕКЛАДАЧА

У статті досліджуються соціальні мережі «ProZ.com», «XING», «LinkedIn» і «Город переводчиков» як інформаційний ресурс для перекладача. Основна увага зосереджена на їх функціях і можливостях. Проведено статистичне дослідження гендерної, вікової групи, а також країни, в якій нараховується найбільша кількість користувачів, і зроблено відповідні висновки.

Ключові слова: соціальні мережі, професійна діяльність, переклад.

Анотация

А. СОВЕТНАЯ, О. ЛИСУН. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНФОРМАЦИОННЫЙ РЕСУРС В РАБОТЕ ПЕРЕВОДЧИКА

В статье исследуются социальные сети «ProZ.com», «XING», «LinkedIn» и «Город переводчиков» как информационный ресурс для переводчика. Основное внимание уделено их функциям и возможностям. Проведено статистическое исследование гендерной и возрастной группы, а также страны, в которой насчитывается наибольшее количество пользователей, и сделаны соответствующие выводы.

Ключевые слова: социальные сети, профессиональная деятельность, перевод.

Summary

A. SOVYETNA, O. LISUN. SOCIAL NETWORKS AS INFORMATION RESOURCE IN THE WORK OF THE TRANSLATOR

The article deals with social networks «ProZ.com», «XING», «LinkedIn» and «The city of translators» as information resource especially in the work of the translator. Special attention is paid to their functions and possibilities. Gender and age groups, country with the biggest number of users were analyzed.

Key words: networks, professional activity, translation.