

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

Факультет лінгвістики

Кафедра теорії, практики та перекладу німецької мови

«На правах рукопису»

УДК 811.111'25 (043.3)

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ О. А. ЛАЗЕБНА

«__» _____ 20__ р.

МАГІСТЕРСЬКА ДИСЕРТАЦІЯ

на здобуття ступеня магістра

зі спеціальності 035 «Філологія»

на тему: «Особливості краудсорсингу в перекладі»

Виконала: студентка 2 курсу, групи ЛН-01мп
Дебела Анастасія Сергіївна _____

Науковий керівник:
Доцент каф. ТППНМ
Кандидат філологічних наук
Івашкевич Леся Сергіївна _____

Консультант: _____

Рецензент: _____

Засвідчую, що у цій магістерській
дисертації немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних посилань.
Студентка _____

Київ 2021

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Факультет лінгвістики

Кафедра теорії, практики та перекладу німецької мови

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Спеціальність (спеціалізація) – 035 Філологія (035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – німецька)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ О. А. ЛАЗЕБНА

«___» _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

на дипломну роботу студентці

Дебелій Анастасії Сергіївні

1. Тема роботи «Особливості краудсорсингу в перекладі», науковий керівник дисертації: Івашкевич Леся Сергіївна, доцент кафедри теорії, практики та перекладу німецької мови, кандидат філологічних наук, затверджені наказом по університету від «___» _____ 20__ р. № _____
2. Термін подання студентом роботи: 29.11.2021
3. Об'єкт дослідження: тексти та переклади субтитрів українською, німецькою на англійською мовами, правила та вимоги до перекладу для масових освітніх платформ.
4. Предмет дослідження: особливості застосування краудсорсингу під час перекладу масових освітніх платформ, основні аспекти та труднощі, що виникають під час такого перекладу.
5. Перелік завдань, які потрібно зробити:
 - 1) Визначити ключові поняття – «краудсорсинг», «громадський переклад», з'ясувати історію та особливості краудсорсингу, його переваги та недоліки;
 - 2) Проаналізувати матеріал (англомовні, німецькомовні та українськомовні тексти та переклади субтитрів для масових платформ) на предмет перекладацьких труднощів;

- 3) Проаналізувати правила та вимоги до перекладу;
 4) Виконати порівняльний аналіз вимог до перекладу субтитрів на платформах TED та Coursera.

6. Ілюстративний матеріал (із зазначенням плакатів, презентацій тощо). Презентація Power-Point із знімками екрану, які демонструють приклади перекладу субтитрів для масових освітніх платформ.

7. Перелік публікацій: стаття у науковому журналі.

8. Дата видачі завдання 17.12.2021

Календарний план

Етап роботи	Дати	Подається керівникові
I етап	13.09 – 01.10.2021	План. Теоретична частина (1 та 2 розділи)
II етап	04.10.2021 – 29.10.2021	3 Розділ
III етап	01.11.2021 – 12.11.2021	Чернетка роботи
IV етап	15.11.2021 – 12.11.2021 29.11.2021	Електронна версія роботи у pdf та подання на антиплагіат Кінцевий варіант роздрукованої роботи у твердій або термо-палітурці, подається на кафедру
Рецензування	30.11.2021 – 11.12.2021	Роздрукована робота у твердій або термо-палітурці для рецензування готової роботи

Студентка

А.С. Дебела

Керівник

Л.С. Івашкевич

РЕФЕРАТ

Магістерська дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, та списку використаних джерел, який налічує 56 джерел та списку ілюстративного матеріалу, який налічує 16 джерел. Загальний обсяг роботи – 76 сторінок.

У наш час зростає популярність освітніх платформ. Водночас через потребу поширення інформації, зростає й попит на переклад. До перекладу матеріалів часто залучають волонтерів, зокрема й недосвідчених перекладачів. Багато перекладацьких проєктів застосовують метод краудсорсингу, який дозволяє залучити велику кількість виконавців та спростити процес перекладу. Магістерську дисертацію присвячено краудсорсингу у перекладі до відеозаписів виступів щорічної конференції TED Talks та до відеозаписів курсів на онлайн-ресурсі Coursera: проведено аналіз підходів до створення та перекладу таких субтитрів та до забезпечення їх якості.

Актуальність роботи зумовлена інтересом до дослідження використання краудсорсингу у перекладі як провідного способу поширення інформації багатьма мовами світу.

Об’єктом дослідження є тексти та переклади субтитрів українською, німецькою на англійською мовами, правила та вимоги до перекладу для масових освітніх платформ.

Предметом дослідження виступають особливості застосування методу краудсорсингу під час перекладу масових освітніх платформ, основні аспекти та проблеми, з якими стикається перекладач.

Мета роботи полягає у виокремленні та узагальненні вимог до перекладу для масових освітніх платформ.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- 1) Визначити ключові поняття – «краудсорсинг», «громадський переклад», з'ясувати історію та особливості краудсорсингу, його переваги та недоліки;
- 2) Опрацювати матеріал (англомовні, німецькомовні та українськомовні тексти та переклади субтитрів для масових платформ);
- 3) Проаналізувати правила та вимоги до перекладу.
- 4) Виконати порівняльний аналіз вимог до перекладу субтитрів на платформах TED та Coursera.

Наукова новизна роботи полягає у порівнянні, аналізі та узагальненні правил та вимог до волонтерського перекладу для масових освітніх платформ та встановленні особливостей та проблем, з якими стикається перекладач під час перекладу краудсорсингового проєкту.

Матеріалом дослідження є відеозаписи виступів щорічної конференції TED Talks та відеозаписи курсу на онлайн-ресурсі Coursera, перекладеного у рамках курсу «Перекладацький проєкт», а також тексти вимог та рекомендацій до перекладу до вищезазначених платформ.

Методи дослідження. У роботі застосовано загальнонаукові (аналіз, узагальнення) та лінгвістичні методи. Зіставний метод застосовується для порівняння стилістичних аспектів перекладу субтитрів для різних масових платформ, метод дефініцій – для визначення ключових понять, аналіз для порівняння вимог перекладу субтитрів на масових освітніх платформах.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження висвітлено у статті «Analyzing crowdsourcing model in translation (subject: TED translation)» («Аналіз використання моделі краудсорсингу у перекладі (на прикладі перекладів для TED»)), яка прийнята редакцією до друку та буде опублікована у науковому журналі «Закарпатські філологічні студії» №19 (2021 р.).

Ключові слова: краудсорсинг, громадський переклад, субтитрування, транскрибація, TED Talks, Coursera.

ABSTRACT

The master`s dissertation consists of an introduction, three chapters, conclusions to each chapter, general conclusions, list of references that includes 56 points and list of sources of illustrative materials that includes 16 points. The paper amount is 76 pages.

Educational platforms are growing in popularity. At the same time, because of the need to disseminate information, the demand for translation is also growing. Volunteers, including inexperienced translators, are often involved in translating of materials. Many translation projects use crowdsourcing, which allows to involve a large number of translators and facilitate the translation process. This master`s dissertation focuses on crowdsourcing translation of TED Talks and Coursera videos: it analyzes the approaches to creating and translating such subtitles and to ensuring their quality.

The topicality is presented by the interest in the study of crowdsourcing in translation in different languages.

The object of the study are texts and translations of subtitles in Ukrainian, German and English, rules and requirements for translation for mass educational platforms.

The subject of the study are the peculiarities of crowdsourcing by translation of mass-media platforms, the main aspects of the problems faced by the translator.

The aim of the research is to identify and summarize the requirements for translation for mass educational platforms.

Achieving this goal involves the solution of the following **tasks**:

- 1) Define key concept – «crowdsourcing», «community translation», find out the history and features of crowdsourcing, its advantages and disadvantages;
- 2) Process the material (Ukrainian, German and English texts and subtitle translations for mass platforms);

- 3) Analyze the rules and requirements for translating;
- 4) Conduct a comparative analysis of subtitle translation requirements of the TED and Coursera platforms.

The originality of the research lies in the comparison, analyses and synthesis of the rules and requirements for volunteer translation for mass educational platforms, which results in establishing the features and challenges faced by the translator when translating a crowdsourcing project.

The research material are video recording of the annual TED Talks conference and videos of the Coursera online course, translated as part of the course «Translation Project», as well as texts of the requirements and guidelines for translating the above-mentioned platforms.

Research methods. In this work, general (analysis, synthesis) and linguistic methods are applied. The comparative method is used to compare the stylistic aspects of subtitle translation for different mass platforms, the method of definitions, analysis.

Publications. The main statements and results of the dissertation research are presented in the article «Analyzing crowdsourcing model in translation (subject: TED translation)», which has been accepted for publication and will be published in the scientific journal «Transcarpathian Philological Studies» №19 (2021).

Key words: *crowdsourcing, community translation, subtitling, transcribing, TED Talks, Coursera.*

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ 10

Вступ 11

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ЯКОСТІ ПЕРЕКЛАДІВ ДЛЯ МАСОВИХ ОСВІТНІХ ПЛАТФОРМ 14

1.1 Поняття «краудсорсинг» у перекладі 14

1.1.1 Визначення поняття «краудсорсинг 14

1.1.2 Принцип краудсорсингу у різних сферах діяльності 18

1.1.3 Краудсорсинг у перекладі 20

1.2 Оцінювання якості перекладу 29

Висновки до 1-го розділу 33

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДУ ДЛЯ ПЛАТФОРМИ TED ТА ВИМОГ ДО НЬОГО 36

2.1. TED Talks як вид публічних промов 36

2.2. Аналіз вимог до перекладу для платформи TED 37

2.3. Дотримання вимог до оформлення субтитрів. Порівняльний аналіз субтитрів англійською, німецькою та українською мовами. 42

Висновки до 2-го розділу 47

РОЗДІЛ 3 АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДУ ДЛЯ ПЛАТФОРМИ COURSERA, ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ПЕРЕКЛАДУ ТА ВИМОГИ ДО НЬОГО 50

3.1 Coursera як вид освітнього онлайн-ресурсу 50

3.2 Аналіз вимог до перекладу для платформи Coursera 51

3.3 Аналіз особливостей перекладу для платформи Coursera	54
Висновки до 3-го розділу	61
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	68
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	75

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ТМ – перекладацька пам’ять (англ. «Translation Memory»)

МТ – машинний переклад (англ. «Machine Translation»)

CAT – computer-assisted translation або computer-aided translation

TED – Technology, Entertainment, Design

ВСТУП

У час глобалізації зростає попит на інформацію. Популярність онлайн-платформ набирає обертів, серед яких і освітні масові платформи (такі як TED, Coursera, Khan Academy та інші). Усі охочі мають можливість пройти певний курс, отримати диплом чи просто підвищити кваліфікацію у низці освітніх закладах чи пройти цікавий для них курс онлайн. Разом з цим виникає потреба у перекладі матеріалів курсів багатьма мовами світу.

Для спрощення та прискорення процесу перекладу надзвичайно великого обсягу матеріалів курсів, програм чи доповідей, організації та компанії, які є ініціаторами масових освітніх програм, заходів тощо залучають до роботи волонтерів зокрема й недосвідчених перекладачів. Такі проєкти ґрунтуються на методі краудсорсингу, який дозволяє виконати масштабний проєкт, використовуючи максимум ресурсів.

Магістерську дисертацію присвячено вивченню методу краудсорсингу у перекладі до відеозаписів виступів щорічної конференції TED Talks та до відеозаписів курсів на онлайн-ресурсі Coursera. Було проведено аналіз підходів до створення та перекладу таких субтитрів та до забезпечення їх якості, аналіз особливостей застосування краудсорсингу у перекладі, порівняльний аналіз вимог до перекладу субтитрів на платформах TED та Coursera.

Актуальність теми дослідження зумовлена інтересом до дослідження використання краудсорсингу у перекладі як провідного способу поширення інформації багатьма мовами світу.

Метою роботи є виокремлення та узагальнення вимог до перекладу для масових освітніх платформ.

Метою визначено ряд **завдань**:

- 1) Надати визначення термінів («краудсорсинг», «громадський переклад») та теоретичне підґрунтя роботи;

- 2) Опрацювати матеріал (англомовні, німецькомовні та українськомовні тексти та переклади субтитрів для масових платформ);
- 3) Проаналізувати правила та вимоги до перекладу субтитрів.
- 4) Виконати порівняльний аналіз вимог до перекладу субтитрів на платформах TED та Coursera.

Об'єктом дослідження є тексти та переклади субтитрів українською, німецькою на англійською мовами, правила та вимоги до перекладу для масових освітніх платформ.

Предмет дослідження – особливості застосування методу краудсорсингу під час перекладу масових освітніх платформ, основні аспекти та проблеми, з якими стикається перекладач.

Методи дослідження. У роботі застосовано загальнонаукові (аналіз, узагальнення) та лінгвістичні методи. Зіставний метод застосовується для порівняння стилістичних аспектів перекладу субтитрів для різних масових платформ, метод дефініцій, аналіз.

Практичне значення проведеного дослідження полягає у можливості використання його результатів у курсах лекцій «Аудіовізуальний переклад» та «Перекладацьких проєкт».

Апробація роботи. Результати дослідження висвітлено у статті «Analyzing crowdsourcing model in translation (subject: TED translation)» («Аналіз використання моделі краудсорсингу у перекладі (на прикладі перекладів для TED)»), яка прийнята редакцією до друку та буде опублікована у науковому журналі «Закарпатські філологічні студії» №19 (2021 р.).

Наукова новизна роботи полягає у порівнянні, аналізі та узагальненні правил та вимог до волонтерського перекладу для масових освітніх платформ та встановленні особливостей та проблем, з якими стикається перекладач під час перекладу краудсорсингового проєкту.

Структура та обсяг роботи. Робота складається з переліку умовних скорочень, вступу, трьох розділів (з висновками до них), загальних висновків, списку використаних джерел (56 найменувань), списку джерел ілюстративного

матеріалу (16 найменувань). Загальний обсяг роботи – 76 сторінки (обсяг основного тексту – 67 сторінок).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ЯКОСТІ ПЕРЕКЛАДІВ ДЛЯ МАСОВИХ ОСВІТНІХ ПЛАТФОРМ

1.1 Поняття «краудсорсинг» у перекладі

1.1.1 Визначення поняття «краудсорсинг»

Принцип краудсорсингу застосовується у багатьох галузях діяльності, у тому числі й у перекладі. Він, як і інші методи виконання завдань, має певні переваги та недоліки як переваги, так і недоліки. Але перш ніж перейти до аналізу функціонування цього методу, слід розглянути поняття «краудсорсинг» і чому воно набуває все більшої актуальності.

Вперше слово «краудсорсинг» («*crowdsourcing*» – з англ. «*crowd*» – натовп та «*sourcing*» – підбір ресурсів) у 2006 році використав редактор журналу «Wired» Джефф Хоу у статті «The Rise of Crowdsourcing». У цій розвідці він наводить приклади застосування такого підходу до виконання певних обсягів роботи, але визначення терміну не надає [35]. Однак, з праці узагальнено краудсорсинг можна визначити як виконання завдання шляхом передачі деяких функцій невизначеному колу людей («натовпу»).

Принципу використання краудсорсингу, зокрема й у перекладі, присвячено низку публікацій. Використання методу краудсорсингу у різних сферах діяльності вивчали О. Б. Кіреєва [12], Г.М. Калініна [10], І. Ю. Косуля [14], О.І. Карий та Я.В. Панас [11], О. І. Драган [7] та інші.

Окрім Дж. Хоу [35] варто згадати таких дослідників, які вивчали явище краудсорсингу у перекладі: М. О'Хаган [40; 42; 41], І.С. Бахов [1], Р. В. Поворознюк [16] та інші.

Краудсорсинг може набувати вигляду делегування завдань «натовпу» за певну винагороду. Також він передбачає можливість здійснення певних завдань на волонтерських засадах.

Г.М. Калініна у статті «Краудсорсинг як інноваційний управлінський інструмент і змістова компонентна навчального посібника для керівників» [10] виокремлює декілька видів краудсорсингу за різними сферами. А саме:

За сферою життя:

1. Бізнес-сфера – дозволяє коригувати напрямок бізнесу з мінімальними витратами;
2. Соціальна сфера – «рішення будь-якого спектру завдань, пов'язаних з громадською діяльністю, взаєминами між людьми, благодійністю». Наприклад, такий принцип роботи допомагає у пошуку зниклих людей чи зборі коштів, громадські ініціативи тощо;
3. Політичне/державне управління – у цьому ракурсі до цієї категорії потрапляють проєкти обговорення законів та державних ініціатив [10, с.232-233].

За типом вирішуваних завдань:

1. Створення продукту;
2. Голосування;
3. Пошук рішення;
4. Збір інформації;
5. Збір думок;
6. Тестування;
7. Служба підтримки;
8. Збір коштів – краудфандинг [10, с. 233].

Також дослідниця вказує на переваги використання методу краудсорсингу, зокрема:

- залучення великої кількості виконавців, у той час як замовник не використовує додаткові ресурси;
- обмін ідеями, обговорення результатів, мотивація виконавця;

- різноманітність ідей та варіантів вирішення задачі, пов'язана з тим, що до проекту можуть долучитись виконавці з різних куточків світу. Також це можуть бути представники різних професій, відповідно, вони можуть мати різний досвід. Це дозволяє замовнику отримати різні варіанти, що дозволяє обрати серед них саме той, який йому потрібно;

- економія фінансових ресурсів – краудсорсинг дозволяє досягати результатів із меншими витратами;

- розвиток творчого потенціалу та ідей [10, с. 233-234].

І.Ю. Косуля у статті «Краудсорсинг та краудфандинг: нові поняття чи нові феномени?» зазначає, що ідея краудсорсингу не нова і що це поняття об'єднує у собі «мозковий штурм», волонтерство, благодійність тощо [14, с. 268].

Також авторка у своїй роботі згадує краудфандинг як один з напрямків краудсорсингу. «Краудфандинг – це залучення фінансових ресурсів від великої кількості людей (від англ. «crowdfunding»: crowd – натовп та funding – фінансування) з метою реалізації продукту або послуги, допомоги тим, хто її потребує, проведення заходів, підтримки як фізичних, так і юридичних осіб тощо» [14].

Загалом принцип краудсорсингу застосовується у масштабних проєктах, де потрібна велика кількість людей. Зазвичай це незнайомі організаторам проєкту чи замовниками завдання люди. Брати у цьому участь можуть як професіонали у певній галузі діяльності, так і новачки чи люди, які не мають відповідної освіти, але мають базові знання та навички.

Такий вид роботи має як переваги, так і недоліки.

У дослідженні «Краудсорсинг як інструмент менеджменту: приклади вирішення місцевих проблем» [11] О.І. Карий та Я.В. Панас наголошують на проблемах та загрозах, пов'язаних з краудсорсингом. Зокрема:

1. Не завжди велика група людей здатна домовитися та прийти до спільного рішення;

2. Організація краудсорсингу вимагає витрат, бо замовник все одно звертається до кваліфікованих спеціалістів для контролю якості виконання проєкту;
3. Складнощі з правильним мотивуванням виконавців – не завжди замовнику вдається залучити до проєкту достатню кількість виконавців. Тобто, слід завчасно продумати систему мотивування волонтерів;
4. Публічне обговорення проєкту та залучення великої кількості виконавців може спричинити загрозу перехоплення ідеї чи рішення певної проблеми конкурентами [11, с. 218].

О. І. Драган у своїй статті «Сучасні технології управління і використання персоналу» [7] досліджувала краудсорсинг з точки зору менеджменту та стратегічного управління. Вона виокремлює дві категорії краудсорсингу:

1. за сферою життя (бізнес, соціальний, політичний);
2. типом вирішувальних завдань (створення продукту, пошук рішення, пошук людей, тестування тощо).

О. І. Драган також називає переваги використання краудсорсингу у менеджменті. До цього переліку вона включає:

1. «масове охоплення аудиторії виконавців без додаткових ресурсів і зусиль;
2. залучення користувачів (виконання завдань, обмін ідеями, обговорення результатів роботи, поширення інформації про проєкт іншим користувачам);
3. велика кількість варіантів і різноманітність вибору;
4. пошук єдиного можливого варіанта;
5. фіксовані терміни (застосування чітких часових орієнтирів);
6. економія фінансових ресурсів, яка дозволяє досягати результатів з найменшими витратами й економія на дорогих маркетингових технологіях».

Водночас дослідниця згадує про недоліки застосування цього методу:

1. «несправедливий принцип винагороди (приз отримує тільки обмежена кількість людей, а решта трудиться даремно);
2. ігнорування технологій краудсорсингу професіоналами різних сфер діяльності;
3. витік інформації та проблеми з конфіденційністю;
4. потреба в швидкому впровадженні й патентуванні результатів дослідження» [7].

Наприклад, масштабованість, яку ми можемо спостерігати, є однією з основних переваг принципу краудсорсингу. Така стратегія залучення великої аудиторії до створення нового проєкту або продукту дає можливість виконувати великі обсяги роботи за менший проміжок часу, ніж це було під час звичайного процесу.

Але водночас таке залучення великої кількості виконавців може стати й недоліком, оскільки не завжди передбачається перевірка можливостей виконавців. Внаслідок цього є ймовірність виникнення помилок, низького рівня якості кінцевого результату. А також витрачання часу та ресурсів для перевірки та виправлення помилок.

1.1.2 Принцип краудсорсингу у різних сферах діяльності

О. Б. Кіреєва у своїй праці «Краудсорсинг як інноваційний інструмент участі громадськості в публічному управлінні» досліджує засоби застосування цієї технології на громадському рівні [12].

О. Б. Кіреєва зазначає, що «краудсорсинг дозволяє органам публічної влади приймати ефективніші управлінські рішення з урахуванням думок, вимог, пропозицій населення (громад, міст, областей, країни) шляхом залучення до вирішення завдань, що зачіпають його інтереси, надає можливість висловлювати, обговорювати й оцінювати пропозиції» [12, с. 73].

Л.С. Усова у статті «Використання краудсорсингу в процесі брендингу» [17] досліджує використання крауд-технологій в українському бізнесі. Авторка зазначає варіанти впровадження крауд-технологій, які можуть відкрити для підприємств нові можливості розвитку. Наприклад, краудсорсинг можна застосовувати на практиці у вигляді:

- нових технологій, послуг, продуктів, організаційних та управлінських рішень;
- засобу розвитку інноваційного потенціалу шляхом використання здібностей великої групи виконавців;
- зменшення інноваційних ризиків за допомогою тісної співпраці з потенційними споживачами інноваційного продукту [17, с. 56].

В. В. Джеджула та І. Ю. Єпіфанова у своєму дослідженні «Краудсорсинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств» [6] розглядають економічну сутність краудсорсингу. Автори зазначають, що ключова перевага краудсорсингу полягає у тому, що його впровадження на підприємствах дозволяє «ефективніше використовувати наявні ресурси в порівнянні з традиційними підприємствами» [6].

Також дослідниця М. Скаржаускайте у своїй статті «The application of crowd sourcing in educational activities» (укр. «Застосування краудсорсингу в освітній діяльності») [44] звертає увагу на науковий краудсорсинг. Вона зазначає про позитивні результати досліджень, проведених у закладах освіти, де були запроваджені принципи краудсорсингу. Завдяки тому, що студентам, які беруть участь у краудсорсингових ініціативах, пропонуються певні переваги (наприклад, досвід), зроблено висновки, що «найкращою людиною для виконання роботи є той, хто найбільше бажає виконувати цю роботу» [44].

Отже, принцип краудсорсингу застосовується у різноманітних сферах діяльності з метою залучення великої кількості виконавців та економії ресурсів шляхом делегування завдань.

1.1.3 Краудсорсинг у перекладі

Метод краудсорсингу знайшов своє застосування і у перекладі. Зараз, в епоху глобалізації, багато онлайн-ресурсів перекладають свої матеріали різними мовами. Але коли обсяг матеріалів великий, виникає необхідність залучення більшої кількості працівників. На допомогу приходить принцип делегування завдання (у нашому випадку – перекладу) «натовпу».

У перекладацькій індустрії існує багато проєктів, які ґрунтуються саме на принципі краудсорсингу, тобто залученні волонтерів-лінгвістів (і не тільки). Зокрема, слід згадати такі проєкти: TED [52], Coursera [24], GlobalVoices [26], Wikipedia [56], Khan Academy [36] тощо.

Одним з найяскравіших прикладів слугує платформа TED [52] (аббревіатура англ. *Technology Entertainment Design*). Це щорічна конференція, яка відома завдяки лекціям – TED Talks. Лекції охоплюють майже всі сфери людської діяльності і порушують актуальні проблеми, поширюючи інформацію про важливі відкриття, дослідження тощо. Отже, з метою поширення інформації серед масштабної аудиторії, виникає потреба у перекладі лекцій багатьма мовами світу. Як наслідок – потреба у залученні великої кількості перекладачів.

М. О’Хаган у своїй праці «*Evolution of User-generated Translation: Fansubs, Translation Hackings and Crowdsourcing*» [40] досліджує феномен «громадського» перекладу. Він стверджує, що переклади на ресурсах можуть виконувати як недосвідчені аматори, так і професійні перекладачі. Вчений описує принцип дії громадського перекладу на досвіді перекладу для соціальної мережі Facebook. У 2007 році Facebook організував масштабний проєкт щодо перекладу платформи багатьма мовами [1, 37, 40, с. 112]. У 2008 році Facebook залучив понад 30 000 волонтерів, користувачів соціальної мережі у всьому світі, щоб перекласти веб-сторінку 16 мовами. Волонтерам не обов’язково було

перекладати якийсь певний обсяг тексту, вони мали змогу обирати будь-який фрагмент тексту, який вони хотіли перекласти [42, с. 938].

Спочатку до проєкту було залучено лише студенти, але згодом до нього міг приєднатися будь-хто. Професійні лінгвісти контролювали процес та перевіряли всі переклади, але це був одним з останніх етапів роботи.

I.C. Бахов у своїй праці «Новаторські підходи до оцінки якості перекладу в Facebook» [1] називає підхід Facebook до перекладу гібридним: користувачі створюють переклади, голосують за той варіант перекладу, який більш відповідає вимогам, а команда професійних перекладачів, лінгвістів контролює процес та вирішує можливі проблеми. Вчений стверджує: «...ця гібридна модель призначена для витягу підсвідомої схеми очікування користувачів із одночасним збереженням професійного контролю за всім циклом» [1, с. 19]. Тобто, ця модель суттєво відрізняється від моделі Вікіпедії, яка повністю спирається на залученні ресурсів.

Бахов також дослідив сам процес роботи у Facebook. Загалом процес перекладу та оцінки якості складався з таких етапів:

1. Спочатку створюється додаток для перекладу, де розміщуються всі фрагменти, як можна перекласти. Особливість такого підходу в тому, що це постійний процес, бо Facebook продовжує оновлювати сторінку. Волонтери можуть слідкувати, скільки їхніх перекладів опубліковано або за скільки голосували.

2. Перший етап перекладу – робота з глосарієм Facebook, опрацювання термінів та рядків тексту інтерфейсу. Користувачі ознайомлюються з додатком для перекладу, отримують керівництво по стилю. Також створюється форум для обговорення, якщо виникають складнощі з перекладом. Також, у деяких випадках, користувачам пропонується контекст або надається можливість зазначити для певного сегменту проблему у мові перекладу.

Наприклад, переклад рядка «*single*» у деяких мовах буде залежати від статі користувача, про якого йдеться. В українській мові цей рядок може перекладатися «неодружений/на».

3. На наступному етапі за готові переклади голосують активні користувачі соціальної мережі. Користувач може оцінити перекладений фрагмент: подобається чи не подобається. Голосування є чимось на кшталт першим етапом оцінки якості перекладу. Користувачі можуть передивитися не тільки терміни або рядки, але й цілісні сторінки чи повідомлення. Хоча розробники повідомляють, що така модель залучення ресурсів спрацьовує з невеликими сегментами тексту. Тобто, увага волонтерів зосереджується на мікротекстуальному та сегментному рівні. А на макротекстуальному рівні працюють вже професійні лінгвісти та перекладачі.

4. На останньому етапі працює вже команда професійних перекладачів, яких найняв Facebook. Вони перевіряють на контролюють усі переклади [1, с.19].

У результаті, знання та досвід користування соціальною мережею дозволив волонтерам не тільки перекласти сторінку, але й локалізувати її з точки зору користувачів. Аналіз цього досвіду вказує на те, що користувачі Facebook у якості перекладачів у деяких аспектах виявилися кращими за професіоналів. Волонтери знали систему роботи мережі краще, тому для них було набагато простіше підібрати еквівалент до відповідної опції Facebook мовою перекладу [1, с. 18].

Згідно зі словами розробників соціальної мережі, їхньою основною метою була не економія грошей. Для роботи над цим проектом була створена спеціальне програмне забезпечення. Багато коштів за рахунок цієї «економії» було витрачено на створення робочого простору для волонтерів [40, с. 112].

Ще одним яскравим прикладом використання принципу краудсорсингу у перекладі є Вікіпедія [2]. Вікіпедія – це онлайн-енциклопедія, статті якої можуть редагувати всі бажаючі. Зміст веб-сторінки було цілком створено за допомогою краудсорсингу.

Після запуску онлайн-енциклопедії у 2001 році протягом першого року, Вікіпедія налічувала близько 15 000 статей. Десять років потому вона налічувала понад 3,5 мільйона статей лише англійською мовою. До 2011 року статті у Вікіпедії існували 279 мовами [38, с. 170].

Як пояснює Вікіпедія, статті на одну й ту саму тему можуть редагуватися та розвиватися незалежно одна від одної: «...перекладена стаття може розвиватись користувачами без зв'язку з тим, яким чином редагують статтю, з якої початково взяли текст для перекладу. Іншими словами, для відвідувачів Вікіпедії усі статті відтворюються однаково, незалежно від того, чи вони оригінальні, чи перекладні» [3]. Тому зміст різних версій статей у Вікіпедії часто пишуть власне цільовою мовою, а не перекладається з іншої мови [38, с. 170].

Дж. МакДона Долмая у своїй праці «Analyzing the Crowdsourcing Model and Its Impact on Public perceptions of Translation» («Аналіз моделі краудсорсингу та її вплив на суспільне сприйняття перекладу») [38] досліджує явище краудсорсингу у перекладі на прикладі Вікіпедії. У своїй роботі вона проводить опитування серед волонтерів, які долучаються до перекладу статей Вікіпедії, аналізує причини, чому вони долучилися до проєкту, сфери їх діяльності тощо.

Насправді, важко визначити, скільки учасників спільноти Вікіпедії – на сайті немає єдиного переліку користувачів. Учасники, які хочуть перекладати на англійську мову, потрапляють до переліку англійської версії. Так само з іншими мовами. Станом на 23 січня 2011 року Вікіпедія налічувала 557 активних учасників (або тих учасників, які були активними нещодавно), які перекладали з однієї або декількох мов англійською [38, с.170].

Сторінка Translabel [55] надала інформацію, що 191 перекладач виявив бажання перекладати для Meta-Wiki з різних вихідних мов на англійську, яких не було включено до переліку інших перекладачів Вікіпедії.

Долмая для участі у своєму дослідженні запросила 204 респондентів – волонтерів-перекладачів Вікіпедії. На її прохання відгукнулося лише 75 людей, тобто 37% всіх запрошених.

Основна частина опитування складалась з 18 питань. Перші шість питань стосувалися інформації про перекладачів, наступні чотири питання – про досвід роботи, наступні чотири були покликані дізнатися, чи брали респонденти участь у краудсорсингових проєктах. Інші питання дозволили дізнатися, чому опитувані беруть чи не беруть участь у таких проєктах.

За даними опитування дослідниці, 84% перекладачів Вікіпедії чоловіки, з яких 76% – 35-річного віку чи молодше. Щодо освіти, то 68% респондентів не мають освіти у перекладацькій галузі.

Нижче наведена таблиця (Рисунок 1.1) зі статистикою відповідей на питання «Do you have any formal training in translation?» («Чи маєте Ви освіту у галузі перекладу?») [38, с.173]:

Response	Responses	Percentage
Yes, I have a university or college degree in translation	5	6.7%
Yes, I have a certificate in translation from a college or university	1	1.3%
Yes, I took some translation courses at a college or university, but I do not have a degree in translation	13	17.3%
Yes, I am currently enrolled in a translation program at a college or university	0	0%
Yes, I received training in translation at my workplace	7	9.3%
No, I have no formal training in translation	51	68%
Other	7	9.3%

Table 1. Responses to the question: 'Do you have any formal training in translation?'

Рисунок 1.1 – Відповіді на питання «Чи маєте Ви освіту у галузі перекладу?»

Згідно з даними опитування, 68% волонтерів ніколи не працювали професійними перекладачами. Тільки 9 опитаних зазначили, що працюють у перекладацькій галузі. У таблиці, наведеній нижче (Рисунок 1.2), статистика відповідей на питання «What is your current occupation?» («Яка Ваша професія?») [38, с.175]:

Occupation	No. Respondents	Percentage
Student High school student – 6 respondents College/University student (languages) – 4 respondents College/University student (other fields) – 17 respondents	27	37%
Works in IT sector	11	15%
Works in language industry	9	12%
Works in another sector (e.g. graphic design, law, education)	8	11%
Works in business, finance or administration	7	10%
Unemployed/stay-at-home parent	4	5%
Academic	3	4%
Engineer	2	3%
Works in sales and service industry	2	3%
Total	73	100%

Table 2. Responses to the question: 'What is your current occupation?'

Рисунок 1.2. – Відповіді на питання «Яка Ваша професія?»

Тільки 30 з 75 опитаних зазначили, що брали участь в інших краудсорсингових проєктах. До того ж, переклад Facebook одна з найпоширеніших відповідей.

Type of initiative	No. respondents ¹⁹ /Percentage ²⁰	Respondent occupation
Outsourcing-driven crowdsourced translation initiatives <i>Facebook</i> – 16 respondents <i>Orkut</i> – 1 respondent <i>aNobii</i> – 1 respondent <i>Findicons.com</i> – 1 respondent	18 (24%)	• <i>Student</i>: 10 responses (55.5%) 2 high school students, 1 college/university student in languages, 7 in another field • <i>Business, finance or administration</i>: 2 respondents (11.1%) • <i>IT sector</i>: 2 respondents (11.1%) • <i>Academic</i>: 1 respondent (5.5%) • <i>Language industry</i>: 1 respondent (5.5%) • <i>Other sectors</i>: 1 respondent (5.5%) • <i>No response</i>: 1 respondent (5.5%)
Cause-driven crowdsourced translation initiatives <i>TED</i> – 2 respondents <i>The Kamusi Project</i> – 1 respondent <i>Forvo</i> – 1 respondent <i>iFixit</i> – 1 respondent <i>Pirate Parties International</i> – 1 respondent <i>SF</i> fandom websites – 1 respondent <i>Traduwiki.org</i> – 1 respondent <i>Der Mundo</i> – 1 respondent <i>Translated.by</i> – 1 respondent	9 (12%)	• <i>Student</i>: 3 respondents (33%) 2 college/university student in languages, 1 in another field • <i>Other sector</i>: 1 respondent (11.1%) • <i>Business, finance or administration</i>: 1 respondent (11.1%) • <i>IT sector</i>: 1 respondent (11.1%) • <i>Language industry</i>: 1 respondent (11.1%) • <i>Unemployed/stay-at-home parent</i>: 1 respondent (11.1%)
Product-driven crowdsourced translation initiatives <i>Translatewiki.net</i> – 2 respondents <i>OmegaT</i> – 1 respondent <i>Framasoft</i> – 1 respondent <i>Flock</i> – 1 respondent <i>Adium</i> – 1 respondent <i>Concrete5</i> – 1 respondent <i>Launchpad.net</i> – 1 respondent <i>"software documentation"</i> – 1 respondent <i>Lastpass</i> – 1 respondent	9 (12%)	• <i>Student</i>: 4 respondents (44%) 1 high school student, 3 college/university students in fields other than languages • <i>IT sector</i>: 2 respondents (22.2%) • <i>Language industry</i>: 1 respondent (11.1%) • <i>Unemployed/stay-at-home parent</i>: 1 respondent (11.1%) • <i>Other sector</i>: 1 respondent (11.1%)

Table 3. Responses to the question: 'In which crowdsourced translation initiatives have you participated?(grouped by type of initiative, Wikipedia excluded)'

Рисунок 1.3. – Відповіді на питання «У яких краудсорсингових перекладацьких ініціативах ви брали участь? (поділених за типами ініціатив, окрім Вікіпедії)»

Наступна таблиця показує, що респонденти вказали багато причин, чому вони беруть участь у такому проєкті. Майже всі волонтери хотіли зробити

інформацію доступнішою для носіїв інших мов та підтримати організаторів проєкту.

Reason	Currently translators	Previously translators	Not professional translators	All
<i>Intrinsic motivations (Lakhani and Wolf 2005)/Social, community or political motives (Ghosh 2005)</i>				
Make information available to other language speakers	11 (100%)	11 (84.6%)	45 (88.2%)	67 (89.3%)
See what translation was like	--	--	6 (11.8%)	6 (8%)
Practice my source language(s)	1 (9.1%)	6 (46.2%)	20 (39.2%)	27 (36%)
Practice my target language(s)	2 (18.2%)	6 (46.2%)	13 (25.5%)	21 (28%)
Help support the organization that launched the initiative	5 (45.5%)	8 (61.5%)	29 (56.9%)	42 (56%)
Found the project intellectually stimulating	5 (45.5%)	11 (84.6%)	35 (68.6%)	51 (68%)
Be part of the network	--	1 (7.7%)	--	1 (1.3%)
For fun	--	2 (15.4%)	--	2 (2.6%)
Bored at work	1 (9.1%)	--	--	1 (1.3%)
Improve my students' translation skills ²³	1 (9.1%)	--	--	1 (1.3%)
<i>Extrinsic motivations (Lakhani and Wolf 2005)/Career, monetary or product-related motives (Ghosh 2005)</i>				
Attract translation clients	3 (27.3%)	--	--	3 (4%)
Enhance my reputation as a translator	4 (36.4%)	1 (7.7%)	2 (3.9%)	7 (9.3%)
Gain more experience translating	4 (36.4%)	6 (46.2%)	22 (43.1%)	32 (42.7%)
Network with other translators	2 (18.2%)	--	1 (2%)	3 (4%)
Needed the information to be available in the TL	--	--	1 (2%)	1 (1.3%)
Gain recognition within the community	--	--	1 (2%)	1 (1.3%)
Get an early look at FOSS or its features	--	--	1 (2%)	1 (1.3%)

Table 6. Responses to the question: 'Please think of the last crowdsourced translation initiative in which you participated. Why did you do so? Please select UP TO FOUR (4) answers'.

Рисунок 1.4 – Відповіді на питання «Згадайте останню перекладацьку ініціативу, у якій ви брали участь. Чому? Будь ласка, оберіть ДО ЧОТИРЬОХ (4) відповідей»

Тобто, як стверджує дослідниця, опитування не тільки надають інформацію про цілі та мотиви волонтерів, але й те, як учасники проєкту

сприймають цей досвід. Респонденти цього опитування, які не працюють перекладачами, розглядали переклад, який ґрунтується на краудсорсингу, як спосіб зробити інформацію доступною. Ці люди, які не мали освіти в галузі перекладу, часто витрачали на цей проєкт більше часу ніж професійні перекладачі [38, с. 187].

Р. В. Поворознюк у своїй статті *«Інтерлінгвальний вимір онлайн-платформи TED Talks»* використовує поняття «громадський переклад» (англ. *«community translation»*) та досліджує його використання на прикладі онлайн-платформи TED Talks [16]. Вона стверджує, що такий вид перекладу відіграє велику роль для різних порталів та ресурсів.

Вчена посилається на визначення поняття «громадський переклад», які запропонували О'Хаган та Таїбі. М.Таїбі зазначає, що громадський переклад застосовується для того, щоб інформація була доступною у багатомовному суспільстві [45, с.15].

М. О'Хаган визначає цей вид перекладу як «переклад громади для потреб громади» [16, с.103; 41].

Отже, принцип краудсорсингу широко використовують у перекладі, щоб робити інформацію доступною багатьма мовами. Такий вид роботи дозволяє швидко виконувати значний обсяг завдань та залучати велику кількість перекладачів.

1.2 Оцінювання якості перекладу

Перш ніж перейти безпосередньо до аналізу критеріїв оцінювання та засобів забезпечення якості перекладу для масових освітніх платформ, слід розглянути власне поняття якості перекладу.

Дерді Е.Т. та Сахро А.С. у статті «Сучасні підходи до оцінювання якості науково-технічного перекладу» трактують поняття «якість перекладу» як «відповідність конкретним вимогам та задачам, які були поставлені за мету в оригіналі» [5]. У роботі розглянуті такі критерії якості перекладу:

1. достовірність передачі оригіналу;
2. адекватність передачі оригіналу;
3. відповідність особливим вимогам замовника;
4. відповідність практичним цілям оригіналу;
5. правильність оформлення перекладу.

Натомість, Фабрична Я. Г. у своїй статті «Критерії оцінювання якості письмових перекладів текстів з методики навчання іноземних мов» [18] виділяє такі критерії оцінювання:

1. змістова еквівалентність тексту перекладу (далі – ТП);
2. адекватність мовного оформлення ТП на лексичному рівні;
3. адекватність мовного оформлення ТП на граматичному рівні;
4. адекватність мовного оформлення ТП на синтаксичному рівні.

Дерді Е.Т. та Сахро А.С. у своїй статті звертаються до класифікації французької дослідниці Дюрьє К., яка виокремлює дві категорії якості: абсолютну якість та відносну якість. На її думку, абсолютна якість має розглядатися з позицій лінгвістики та когнітивістики, а відносна якість – це поєднання користі, ефективності та своєчасності перекладу. Відносну якість вона, у свою чергу, поділяє на внутрішню та зовнішню. Оцінка внутрішньої якості включає грамотність, зв'язаність тексту та точність передачі, а оцінка зовнішньої якості пов'язана з термінологічною точністю [5].

Ендрю Честерман у своїй роботі «Can theory help translators? A dialog between the ivory tower and the wordface» пропонує власний перелік норм – критеріїв якості перекладу. зокрема:

- прийнятність;
- зв'язок тесту перекладу з текстом оригіналу/еквівалентність;
- комунікативна норма тощо [20].

Водночас існують теоретичні підходи, які описують норми адекватності перекладу й пропонують комплексні моделі для визначення якості перекладу. Наприклад, Джуліан Хаус у своєму дослідженні «Translation quality assessment: Linguistic description versus social evaluation» [30, с. 243-257] пропонує функціонально-прагматичну модель оцінки перекладу.

В основі цієї моделі – поняття функціонально-прагматичної еквівалентності, що є основним фактором оцінки якості перекладу [9, 28, 29]. На думку дослідниці, для того, щоб оцінити якість перекладу, слід враховувати та аналізувати вихідний текст та текст перекладу на трьох рівнях:

1. мови та тексту;
2. реєстру:
 - галузь – охоплення теми, предмету дискусії;
 - напрямок – охоплення учасників комунікації, соціальних відносин між ними;
 - форма – охоплення аудиторії, ступінь взаємодії між автором та реципієнтом;
3. жанру [9, с. 193].

Крістіне Норд у своєму дослідженні «Translating as a purposeful activity. Functionalist approaches explained» [39] пропонує інший варіант. На думку дослідниці, оцінювання якості перекладу повинне спиратися на поняття «Скопос» («мета перекладу»). Тобто, для оцінки необхідно скласти профіль тексту перекладу, де Скопос поєднується з параметрами тексту оригіналу. Також дослідниця зазначає, що слід класифікувати виявлені помилки, щоб оцінити якість перекладу та вчитися на своїх помилках і надалі робити їх

менше, а також щоб інтегрувати тему помилок у дидактику перекладу. Класифікація залежить від функцій тексту [9, с. 193].

Норд не пропонує формальні критерії оцінки перекладу, вона розглядає ці критерії залежно від типу перекладу: від буквального до вільного. Також, з тієї ж причини, вона не пропонує класифікацію помилок перекладача. Вона вважає, що ці критерії залежать від мети перекладу, тож мають визначатися безпосередньо замовником [9, с. 193-194].

Першою кількісною системою оцінки перекладів була модель Sical (Canadian Language Quality Measurement System), яка була розроблена для проведення професійної атестації перекладачів на базі Канадського державного бюро перекладів (Canadian Government Translation Bureau). Ця система ґрунтується на підрахунку кількості помилок, серед яких виокремлюють чотири категорії:

1. Мовні;
2. Перекладацькі;
3. Критичні;
4. Некритичні [9, с. 195].

Багато наступних моделей оцінки якості перекладу, також розроблених для проведення сертифікаційних іспитів для перекладачів, працювали за тим самим принципом [9, с. 195].

Дещо пізніше було розроблено SAE J 2450 (J2450 Translation Quality Metric) – єдину систему, яка враховує тип тексту. Вона орієнтована лише на оцінку текстів технічної тематики. Н. Іваницька у своїй статті згадує систему Американської асоціації перекладачів та кількісну систему оцінки якості перекладів Ради усних і письмових перекладачів та термінологів Канади [9, с. 195].

Отже, як вважає Н. Іваницька, поява кількісних моделей спростила процедуру оцінювання якості перекладів. Хоча, у свою чергу, вони мають ряд певних недоліків, а саме:

- Відсутність чітких параметрів оцінювання;

- Відсутність повного переліку необхідних параметрів оцінки якості;
- Залежність моделі від певної кількості слів;
- Відсутність стандарту, рівня «прийнятності» перекладу [9, с. 195-196].

Тому проблема створення ефективної системи оцінювання перекладу, яка ґрунтується на єдності теоретичних перекладознавчих досліджень та практичних формах впровадження теоретичних положень, досі залишається невичерпаною [9, с.196]. Адже поєднання усіх необхідних параметрів, критеріїв та класифікації помилок – складне завдання.

Для масових платформ наявність правил та інструкцій щодо якості перекладу актуальна, оскільки популярність таких платформ зростає, а отже зростає й потреба у перекладі.

Наприклад, освітня платформа TED Talks, яка масово залучає волонтерів до перекладацьких проєктів, пропонує детальні інструкції для всіх учасників процесу – не тільки для перекладачів, але й для транскрибаторів та редакторів. Було створено загальні рекомендації для учасників процесу перекладу [27], а також серію відео «*The OTP Learning Series*» [54] на YouTube з покроковими інструкціями щодо реєстрації на платформі, початку роботи, вимогами до всього робочого процесу: до власне транскрибування, перекладу та редагування тощо.

Варто зазначити, що переклади на платформі перевіряються також за принципом краудсорсингу – роботу виконують волонтери. До редакторів також є певні вимоги: окрім загальних рекомендацій, є наявність певного досвіду на платформі – принаймні п'ять опублікованих перекладів. Хоча це вже досвідчені учасники перекладацького проєкту TED Talks, проте не завжди вони є професійними лінгвістами, для яких переклад – не постійна галузь діяльності. Це також волонтери, які починали як перекладачі.

Тому, у подібних проєктах, де всі учасники перекладацького процесу – волонтери (а отже, серед них можуть бути непрофесійні лінгвісти), вимоги до роботи, система оцінювання якості перекладу особливо необхідні.

ВИСНОВКИ ДО 1-ГО РОЗДІЛУ

Принцип краудсорсингу широко застосовується у різних сферах діяльності. Залучення великої кількості людей – «натовпу» – дозволяє підприємцям, організаторам масштабних проєктів тощо виконувати великі обсяги роботи за менший проміжок часу, ніж це було під час звичайного процесу.

Розрізняють декілька видів краудсорсингу:

За сферою життя:

1. За сферою життя (бізнес, соціальна сфера, політичне/державне управління);
2. За типом вирішуваних завдань (створення продукту, голосування, пошук рішення, збір інформації, збір думок, тестування, служба підтримки, збір коштів). [10, с. 232-233].

Також зазначаються переваги використання методу краудсорсингу, зокрема: залучення великої кількості виконавців; обмін ідеями, обговорення результатів, мотивація виконавця; різноманітність ідей та варіантів вирішення задачі; економія фінансових ресурсів; розвиток творчого потенціалу та ідей [10, с. 233-234].

Але водночас таке залучення великої кількості виконавців може стати й недоліком, оскільки не завжди передбачається перевірка можливостей виконавців. Внаслідок цього є ймовірність виникнення помилок, низького рівня якості кінцевого результату. А також витрачання часу та ресурсів для перевірки та виправлення помилок.

У дослідженні «Краудсорсинг як інструмент менеджменту: приклади вирішення місцевих проблем» [11] О.І. Карий та Я.В. Панас наголошують на проблемах та загрозах, пов'язаних з краудсорсингом. Зокрема:

1. Не завжди велика група людей здатна домовитися та прийти до спільного рішення;

2. Організація краудсорсингу вимагає витрат, бо замовник все одно звертається до кваліфікованих спеціалістів для контролю якості виконання проєкту;
3. Складнощі з правильним мотивуванням виконавців;
4. Загроза перехоплення ідеї реалізації проєкту конкурентами [11, с. 218].

Тому для таких проєктів, які ґрунтуються на волонтерській роботі (тобто, серед виконавців можуть бути непрофесіонали у певній галузі), необхідні вимоги до роботи, система оцінювання якості виконаної роботи тощо.

У перекладацькій галузі існує багато проєктів, які ґрунтуються саме на краудсорсинговому принципі. Зокрема, серед найвідоміших проєктів слід згадати: TED [52], Coursera [24], GlobalVoices [26], Wikipedia [56], Khan Academy [36] тощо.

У свій час було створено багато моделей задля покращення перекладів шляхом оцінювання перекладів за певними критеріями, параметрами, категоріями помилок тощо. Багато вчених, дослідників та мовознавців, а також компаній та перекладацьких спілок намагалися визначити стандарт перекладу, який можна вважати прийнятним.

Але це виявилось доволі складним завданням, оскільки виник ряд неточностей, який не дозволяв прийняти одну єдину систему критеріїв оцінювання якості перекладу.

Серед недоліків вже існуючих моделей оцінювання якості перекладу можна назвати відсутність чітких параметрів оцінювання; відсутність повного переліку необхідних параметрів оцінки якості; залежність моделі від певної кількості слів; відсутність стандарту, рівня «прийнятності» перекладу [9, с. 195-196].

Отже, оскільки глобалізація інформаційного процесу вимагає поширення інформації, а отже й перекладу матеріалів на велику кількість мов великою кількістю мов світу, одним з кращих варіантів для цього вважається метод краудсорсингу. У наш час він поширений серед масштабних освітніх платформ, які залучають багато виконавців з усіх куточків світу. Але, щоб забезпечити

високу якість перекладів, необхідно здійснювати контроль усього процесу та кінцевий результат. Тож для цього кожен із замовників (організаторів проєктів) впроваджують свої вимоги та критерії до виконання перекладу.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДУ ДЛЯ ПЛАТФОРМИ TED ТА ВИМОГ ДО НЬОГО

2.1. TED Talks як вид публічних промов

TED Talks – один з найпопулярніших онлайн-ресурсів та краудсорсинговий перекладацький проєкт. Некомерційна організація TED (Technology, Entertainment, Design) була започаткована у 1984 році. З 1990 року конференцію почали проводити щорічно, завдяки чому вона почала набирати популярність [52].

TED публікує всі виступи та лекції, завдяки чому до відеоматеріалів конференції доступ отримала велика аудиторія.

А.В. Литвин та І.Г Романченко у своїй статті «Ретроспективи становлення конференції «Technology Entertainment Design» (TED) як бренда» [15] досліджують історичні аспекти та чинники становлення TED як бренду. Вони зазначають, що становленню організації як міжнародного бренду сприяло започаткування нових успішних програм та ініціатив, а саме:

1. конференція TED;
2. конференція TEDGlobal;
3. щорічний TED Prize;
4. «Open Translation Project» - відкритий перекладацький проєкт;
5. відкритий проєкт «TV»;
6. TED Fellows;
7. конференції TEDx [15, с.89].

Гасло TED: «Ideas worth spreading» («Ідеї, варті поширення»). Щоб реалізувати цю місію, відеозаписи промов публікують на сайті, здійснюють їх субтитрування та переклад на більш ніж 100 мов світу. За даними TED, до

проєкту залучено понад 40 000 волонтерів по всьому світу, а загалом здійснено понад 180 000 перекладів [49].

Виступи TED Talks охоплюють практично всі сфери людської діяльності та є джерелом поширення інформації про важливі відкриття, винаходи, дослідження тощо. Тому проєкт TED Talks можна назвати освітнім, що зумовлює необхідність поширювати матеріали конференції у всьому світі, а отже – перекладати багатьма мовами світу. Проєкт «Open Translation Project» покликаний реалізовувати цю мету.

2.2. Аналіз вимог до перекладу для платформи TED

Процес перекладу на платформі TED охоплює декілька етапів: створення субтитрів оригінальною мовою промовою (транскрипту), власне переклад та редагування. На кожному з цих етапів виконавцем може стати будь-хто охочий, але слід пам'ятати про вимоги та інструкції, які надаються до кожного етапу роботи. Останній етап – це затвердження перекладу організацією та схвалення публікації.

Для робочого процесу над перекладом субтитрів TED для волонтерів передбачено розподіл ролей, вимоги до виконавців та їхні функції. Детальнішу інформація про ролі надано у розділі ознайомчих матеріалів для волонтерів «Volunteer Roles» [53]:

1. Транскрибатор/перекладач (*Transcriber/Translator*). Транскрибатор та перекладач – це ті, хто власне створюють субтитри. Основними вимогами до виконавців є вільне володіння мовами: для транскрибаторів – мовою промови, а для перекладачів – мовою вихідного тексту та мовою перекладу. До того ж, щоб стати транскрибатором, волонтеру необхідно перекласти 90 хвилин виступів.

2. Редактор (*Reviewer*). Редактор – це досвідчений волонтер, який читає та редагує готовий переклад або транскрипт. Він редактора очікуються поглиблені знання вихідної мови та мови перекладу. Його задача – перевіряти переклад на наявність помилок у граматиці, пунктуації, а також слідкувати за дотриманням вимог щодо формату власне субтитрів – довжина рядків, швидкості читання тощо.

Для того, щоб стати редактором, волонтеру необхідно перекласти щонайменше 90 хвилин виступів.

3. Мовний координатор (*Language Supervisor/Language Coordinator*). Мовний координатор виконує фінальну перевірку перекладу або транскрипту та підтверджує роботу. Після цього транскрипт або переклад публікується.

Мовний координатор також консультує щодо лінгвістичних питань певної мови та щодо питань технічного забезпечення платформи.

Координатором може стати досвідчений та компетентний волонтер, який допомагає своїй мовній спільноті у рамках проєкту «Open Translation Project».

Робота над завданням – 30 днів. Після завершення перекладу або транскрибування робота переходить до редактора. Але на це може піти час. Тому у навчальному відео пропонують звернутися до спільноти у групі конкретної мови у Facebook [48], якщо робота довгий час не переходить на наступний етап.

Під час редагування всі питання та виправлення можна обговорювати з виконавцем за допомогою коментарів на платформі або особисто у повідомленнях. Після редагування роботу остаточно затверджує мовний координатор.

Для роботи над субтитрами TED використовує безкоштовну онлайн-програму Amara. Але перед початком роботи виконавцям пропонується ознайомитися з рекомендаціями для успішної співпраці.

Інструкції для роботи на платформі TED надаються у різному вигляді:

1. розділи «*Get Started*» [50] «*Guidelines*» [27], «*Subtitling Tips*» [51], «*Volunteer Roles*» [53] на сайті конференції TED;

2. у вигляді довідкових статей («*How to Compress Subtitles*» [32], «*How to break lines*» [31], «*How to Tackle a Translation*» [34], «*How to Tackle a Review*» [33]);

3. окремою збіркою коротких навчальних відео на YouTube [48].

Такий спосіб поширення інформації залучає більшу кількість виконавців, оскільки це спрощує процес навчання перед початком роботи з субтитрами.

С.П. Запольських та А.Ю. Запольських у своєму дослідженні «Особливості перекладу англомовних промов (на матеріалах доповідей конференції Technology Entertainment Design Talks (TED-Talks))» [8] умовно поділяють рекомендації до перекладу для TED на дві групи: лінгвальні та екстралінгвальні. Умовно, оскільки ці дві групи тісно пов'язані між собою. Але автори додають: «Але, якщо абстрагуватися і зважати на домінантні аспекти, то можна говорити про лінгвальні рекомендації, які стосуються лексичних, граматичних та стилістичних характеристик промов, їхнього відтворення при перекладі субтитрів. Так, наприклад, рекомендоване застосування універсальної загальноповживаної лексики, яка однозначно розуміється серед усіх діалектів мови перекладу, перевага надається сучасним традиційним термінам» [8, с. 44].

Розглянемо рекомендації для роботи над перекладом. Волонтерам наголошуються загальні аспекти стосовно довжини субтитрів, щоб враховувати швидкість читання:

1. «*When a subtitle is longer than 42 characters, break it into two lines* («Якщо у субтитрах більше, ніж 42 знаки, діліть їх на дві лінії»);

2. *Never use more than two lines per subtitle* («Не діліть субтитри на більше ніж два рядки»);

3. *Keep broken lines as close in length as possible* («Розташовуйте розділені рядки якомога ближче»);

4. *Keep 'linguistic wholes' together when breaking lines* («При розділенні рядків не розривайте лінгвістичні одиниці»);

5. *Keep the subtitle reading speed at a maximum of 21 characters / second* («Зберігайте швидкість читання субтитрів 21 знак за секунду»).

6. *Compress subtitles over 21 characters / second. Try to preserve as much meaning as possible* («Скорочуйте субтитри, які перевищують ліміт 21 знак за секунду. Намагайтесь передати якомога більше контексту») [51].

Також пропонуються поради щодо загального оформлення субтитрів:

1. *«Line-breaking – Don't break linguistic units»* («Розрив рядків – Не розривайте лінгвістичні одиниці»)

2. *«Line-length balance – One line can't be shorter than 50% of the other»* («Баланс довжини рядків – Один рядок не може бути вдвічі коротшим за другий»)

3. *«Subtitle structure – Don't merge end and beginning of two sentences»* («Структура субтитрів – Не поєднуйте кінцівку одного речення й початок – іншого»)

4. *«Text segmentation – Don't split sentences if not necessary for length/speed»* («Сегментація тексту – Розривайте речення тільки якщо це необхідно для довжини/швидкості»)

5. *«Sound representation – (Parentheses)»* («Відтворення звуку – Круглі дужки»)

6. *«On-screen text – [Square brackets]»* («Текст на екрані – Квадратні дужки») [51]

Також організатори наголошують на стилістичних особливостях, на які слід звертати увагу під час перекладу. У наведеному нижче переліку перераховано основні моменти, які необхідно враховувати виконавцям:

- *Informal over formal* – Де доречно, використовувати неформальну лексику;
- *Modern over traditional* – Обирати сучасні терміни та вислови. Перекладачі мають бути добре обізнаними у темах, що розглядаються.
- *Personal over generic* – Намагатись відповідати тону мовлення спікера. Переклад має передавати забарвлення, енергію та стиль промови.

- *Global over regional* – Використовувати більш загальноживану, універсальну лексику, а не діалектну.
- *Idioms* – Не перекладати ідіоми дослівно, намагатись вживати схожий вираз мовою перекладу. Якщо немає еквіваленту, то відтворювати ідіоми так, щоб читачі розуміли, про що йдеться, навіть якщо переклад менш вдалий, ніж оригінальний вираз.
- *TED* – Назва конференції «TED» не перекладається.
- *Titles of works* – Для назв книжок, фільмів, журналів та віршів перевіряти, чи є офіційний переклад. Якщо ні – не перекладати.
- *Proper nouns* – Транслітерувати імена. Для місць використовувати назви, що загальноживані у мові перекладу. В іншому випадку – транслітерувати.
- *Punctuation* – Використовувати правила пунктуації мови перекладу.
- *Character sets* – Використовувати стандартні символи унікоду та уникайте використання символів, які є специфічними для платформи.
- *Units of measurement* – Конвертуйте одиниці вимірювання відповідно до мови перекладу [27].

Отже, можна побачити, що вимоги до перекладу TED – це вимоги до якості, типові для перекладацької галузі. Слід дотримуватись правил адекватного перекладу змісту, збереження форматування, локалізації часового формату, одиниць виміру тощо. Але у той самий час особливістю перекладу TED є наявність додаткового фактора: створення та переклад субтитрів – це додаткова робота для волонтера, оскільки необхідно враховувати не лише правила до перекладу, а й правила до субтитрування. Наприклад, кількість символів та рядків, довжина рядка тощо.

2.3 Дотримання вимог до оформлення субтитрів. Порівняльний аналіз субтитрів англійською, німецькою та українською мовами.

На прикладі виступу Кетрін Бускіл «The unforeseen consequences of a fast-paced world» («Як пристосуватись до зростаючого темпу сучасного життя?») [57, 62, 63], розглянемо дотримання вимог щодо оформлення відтворення звуку за кадром.

Звуки мають зазначатися у круглих дужках. У наведених нижче таблицях зазначені приклади оформлення звуків сміху у відео англійською (мова оригіналу), українською та німецькою мовами:

Таблиця 2.1

Англійська	Українська	Німецька
(Laughter)	(Сміх)	(Lachen)

На прикладі того самого відео розглянемо оформлення звуків оплесків:

Таблиця 2.2

Англійська	Українська	Німецька
(Applause)	(Оплески)	(Applaus)

З цими технічними примітками виникають певні труднощі, оскільки, якщо не витримати консистентності, то можна переплутати круглі і квадратні дужки і тоді звуки змішаються із текстом на екрані.

Під час створення субтитрів текст, який демонструється на екрані під час виступу, відтворюється у субтитрах у квадратних дужках. Наприклад, як у виступі Джуліана Трежера «The 4 ways sound affects us» («Чотири способи, у які звук впливає на нас») [60, 67, 70]:

Таблиця 2.3

Англійська	Українська	Німецька
[Open-plan offices productivity down 66%]	-	-

Таблиця 2.6

Англійська	Українська	Німецька
And now, brrrrrrrrrrr , just like when you were a kid.	А зараз : брррррр , достоту так, як у дитинстві.	Und jetzt brrrrrrrrrrr , wie damals als Kind.»

Отже, як можна побачити у наведеній вище таблиці, головним завданням транскрибатора при створенні субтитрів було точна передача звуків доповідача, щоб лінгвісти оцінили, яка передача звуку буде адекватною цільовою мовою. Під час перекладу вже все залежить від майстерності та креативності власне перекладача та редактора.

Крістіане Норд [39] виокремлює цей вид перекладу як документуючий. Передача звуків на рівні створення субтитрів не виконує комунікативної функції, лише «документує» те, що було в оригінальній промові.

Навіть при дотриманні всіх рекомендацій та вимог лінгвісти стикаються з певними труднощами під час роботи з субтитрами. Для транскрибаторів може бути складно створити транскрипт до відео, коли слова неможливо розібрати.

Це може спричинити невідповідності у транскрипті – помилки у написанні. У свою чергу, такі помилки спричиняють складнощі під час процесу перекладу. Але такі помилки виправляються на етапі перекладу та редагування.

Також складним моментом при створенні транскрипту може стати специфіка мови доповідача: слова-паразити (наприклад: «well», «oh», «so», «right» тощо), вимова, гучність голосу, акцент тощо.

Щодо специфіки вимови доповідача чи особливостей виступу, варто згадати вади вимови, такі як заїкання, картавлення та інші дефекти вимови.

Меган Вошінгтон, відома австралійська співачка-пісняр, змалку заїкається. У своїй промові «Why I live in mortal dread of public speaking» («Чому я понад усе на світі боюсь виступати перед публікою») [58, 71, 72] вона розповідає, як бореться із заїканням. Звичайно, вона наводить декілька прикладів, які демонструють, як розмовляють люди із цією проблемою:

Таблиця 2.7

Англійська	Українська	Німецька
Hello, m-m-m-my name is Joe	Привіт! М-м-мене звати Джо	Hi, m-m-m-mein Name ist Joe

І транскрибатор, і перекладачі передали цю особливість вимови за допомогою дублювання літер за дефісів.

Гра слів також відноситься до таких особливостей. Гра слів завжди була однією з труднощів у перекладі, оскільки не завжди можна передати значення вислову іншою мовою.

Наприклад, сер Кен Робінсон у своїй промові «Do schools kill creativity» («Чи вбивають школи креативність») [59, 65, 66] розповідає історію про свого сина та про те, як він грав у різдвяній виставі. Це була частина, де троє волхвів прийшли до маленького Ісуса та принесли дари: золото, пахощі та мирру. В результаті хлопчики переплутали слова, через що виникла гра слів.

У таблиці, наведеній нижче (Таблиця 2.8), зображено згаданий фрагмент мовою оригіналу (англійською) та мовою перекладу (українською):

Таблиця 2.8

Англійська	Українська
They put these boxes down, and the first boy said, "I bring you gold." And the second boy said, "I bring you myrrh." And the third boy said, " Frank sent this. "	...і ставлять на підлогу коробки, і перший каже: «Я приніс вам золото». А другий каже «Я приніс вам мирру». А третій каже: « Френк передав ось це ».

У Таблиці 2.9, зображено згаданий фрагмент мовою оригіналу (англійською) та мовою перекладу (німецькою):

Таблиця 2.9

Англійська	Німецька
They put these boxes down, and the first boy said, "I bring you gold." And the second boy said, "I bring you myrrh." And the third boy said, " Frank sent this. "	...und stellten ihre Geschenke hin. Der erste Junge sagte: „Ich bringe dir Gold“. Der zweite sagte: „Ich bringe dir Myrrhe“. Der dritte sagte: „ Frank hat das geschickt! “.

Фраза «Frank sent this» показує, що у цьому випадку через те, що хлопчик не зрозумів значення слова «frankincense» («пахощі»), виникло непорозуміння. Перекладачу передав цю репліку українською дослівно. на жаль, передати гру слів не вдалося.

Так само не вдалося передати цю гру слів і німецькою мовою. Німецькою мовою пахощі – «Weihrauch». Очевидно, що це слово ніяк не співзвучне з «Frank hat das geschickt!», тому і в цьому випадку відтворити гру слів неможливо.

Таким чином, можна побачити, що під час перекладу специфіка вимови мовця або ж лексичні чи стилістичні особливості промови можуть викликати труднощі, і, як наслідок, в деяких випадках і невідповідності.

ВИСНОВКИ ДО 2-ГО РОЗДІЛУ

TED Talks – один з найпопулярніших онлайн-ресурсів та яскравий приклад проєкту, який ґрунтується на методі краудсорсингу. TED публікує всі виступи та лекції щорічних конференцій, завдяки чому доступ до інформації отримує велика аудиторія. Виступи охоплюють практично всі сфери людської діяльності та є джерелом поширення інформації про важливі відкриття, винаходи, дослідження тощо.

«Open Translation Project» («Відкритий перекладацький проєкт») – краудсорсингова ініціатива, до якої, за даними організації, залучено понад 40 000 волонтерів по всьому світу, а загалом здійснено понад 180 000 перекладів [49].

Процес перекладу на платформі TED складається з кількох етапів: створення субтитрів оригінальною мовою промовою (транскрипту), власне перекладу та редагування.

На кожному з зазначених етапів виконавцями можуть стати всі охочі. Але, враховуючи, що виконавцем може стати навіть непрофесійний (чи недосвідчений) перекладач, до проєкту передбачено вимоги та інструкції для кожного етапу.

Для виконавців перекладу передбачено розподіл ролей на транскрибатора (розшифровує відеозапис виступу та створює субтитри), перекладача субтитрів, редактора та мовного експерта (виконує фінальну перевірку перекладених та відредагованих субтитрів та надає допуск до публікації).

Для роботи над субтитрами TED використовує безкоштовну онлайн-програму Amara. Але перед початком роботи виконавцям пропонується ознайомитися з рекомендаціями для успішної співпраці.

Інструкції для роботи на платформі TED надаються у різному вигляді: у розділах «Get Started» [50] «Guidelines» [27], «Subtitling Tips» [51], «Volunteer Roles» [53] на сайті конференції TED; у вигляді довідкових статей («How to

Compress Subtitles» [32], «How to break lines» [31], «How to Tackle a Translation» [34], «How to Tackle a Review» [33]); окремою збіркою коротких навчальних відео на YouTube [48].

Такий спосіб поширення інформації залучає більшу кількість виконавців, оскільки це спрощує процес навчання перед початком роботи з субтитрами.

Волонтерам наголошуються загальні аспекти стосовно довжини субтитрів, щоб враховувати швидкість читання, пропонуються поради щодо загального оформлення субтитрів та щодо стилістичних особливостей, на які слід звертати увагу під час перекладу.

Під час порівняльного аналізу було визначено низку особливостей відтворення вихідного тексту субтитрів цільовою мовою. Серед них відтворення звуків за кадром та оплесків (круглі дужки), а також відтворення тексту, який демонструється на екрані під час виступу (квадратні дужки).

Також, завданням транскрибатора у цьому випадку є точна передача звуків за кадром чи доповідача, щоб лінгвісти вже могли оцінити, яка передача звуку буде адекватною цільовою мовою.

Але навіть дотриманні всіх рекомендацій та вимог лінгвісти стикаються з певними труднощами під час роботи над перекладом субтитрів. До аспектів, які можуть викликати труднощі, належить специфіка мови та індивідуального мовлення доповідача, наприклад: слова-паразити, наприклад: «well», «oh», «so», «right» тощо), вимова, гра слів, гучність голосу, акцент, заїкання, картавлення тощо.

Таким чином, можна побачити, що під час перекладу специфіка вимови мовця або ж лексичні чи стилістичні особливості промови можуть викликати труднощі під час створення транскрипту та, згодом, перекладу. І, як наслідок, в деяких випадках і невідповідності.

Отже, після створення субтитрів, під час перекладу вже все залежить від майстерності та креативності перекладача та редактора. Їхнє завдання полягає не тільки у перекладі, передачі стилістичних, лексичних та індивідуальних

особливостей мовця, але й виправленні помилок, які було допущено під час створення транскрипту.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДУ ДЛЯ ПЛАТФОРМИ COURSERA, ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ПЕРЕКЛАДУ ТА ВИМОГИ ДО НЬОГО

3.1. Coursera як вид освітнього онлайн-ресурсу

Ще один з найпопулярніших онлайн-ресурсів – Coursera. Це комерційна організація, заснована у 2012 році двома професорами Стенфордського університету – Дафною Коллер та Ендрю ЕнДжи. Після того, як їхній онлайн-курс привабив понад 100 000 учасників, вони зрозуміли, що необхідно зробити освіту доступнішою та глобальнішою і започаткували освітню платформу Coursera [46, с. 223].

Coursera співпрацює з понад 200 провідними університетами та компаніями у всьому світі. Платформа пропонує широкий спектр можливостей навчання – практичні проєкти, курси, професійну підготовку та програми на здобуття ступеню [21].

Як і TED, курси Coursera налаштовані на якомога більше поширення інформації та своїх матеріалів, тому постала потреба у створення та перекладі субтитрів.

У 2014 році стартував перекладацький проєкт «Global Translator Community» (GTC). Проєкт ґрунтується на краудсорсинговому принципі роботи, тобто, приєднатися може будь-хто бажаючий. Наразі, за даними GTC, до проєкту приєдналися понад 150 000 волонтерів [25].

Команду GTC складають:

1. Волонтери (перекладачі та редактори або рев'ювери);
2. Мовні координатори (Language Coordinators) – досвідчені перекладачі, які допомагають у організації мовної спільноти. Для того, щоб стати мовним координатором, волонтеру необхідно перекласти щонайменше 50 000 слів;

3. Команда Coursera, яка також допомагає в організації робочого процесу [25].

3.2. Аналіз вимог до перекладу для платформи Coursera

Як і під час роботи на TED, процес роботи на Coursera складає декілька етапів. Але, на відміну від виступів TED, транскрипт створюється не волонтерами. Коли перекладач починає працювати у програмі, йому вже пропонується готовий, автоматично згенерований транскрипт субтитрів.

Для роботи над субтитрами Coursera використовує онлайн-платформу Smartling. Робота не обмежується у часі, виконавці можуть працювати над перекладом стільки, скільки потрібно. Над перекладом одного курсу можуть працювати одночасно декілька виконавців. Особливість робочого процесу на Coursera полягає у тому, що, оскільки курси поділені на розділи, одночасно працювати над курсом можуть і перекладачі, і рев'юери. Наприклад, перекладач підтверджує завершення своєї роботи над одним розділом курсу і може переходити до наступного. У свою чергу, рев'юер отримує доступ до перекладу та починає його редагувати.

Прогрес роботи (як перекладу, та і рев'ю) можна побачити ще до початку роботи, у розділі «Courses» [23], де волонтер може у наведеному переліку обрати курс для перекладу, який його цікавить.

Рисунок 3.1

Courses			
Translate / Courses to Translate			
COURSES THAT ARE AVAILABLE FOR TRANSLATION			
Search Course:			
Mindware: Critical Thinking for the Information Age https://www.coursera.org/learn/mindware	Translation status: 100%	Review status: 91.07%	Start
Terrorism and Counterterrorism: Comparing Theory and Practice https://www.coursera.org/learn/terrorism	Translation status: 100%	Review status: 61.99%	Start
Write Professional Emails in English https://www.coursera.org/learn/professional-emails-english	Translation status: 100%	Review status: 44.03%	Start
Aspectos básicos de la planificación y la gestión de proyectos https://www.coursera.org/learn/uva-darden-project-management-es	Translation status: 100%	Review status: 35.54%	Start
Fundamentals of Project Planning and Management https://www.coursera.org/learn/uva-darden-project-management	Translation status: 100%	Review status: 35.54%	Start
Speak English Professionally: In Person, Online & On the Phone https://www.coursera.org/learn/speak-english-professionally	Translation status: 100%	Review status: 28.92%	Start
Business English: Networking https://www.coursera.org/learn/business-english-intro	Translation status: 100%	Review status: 25.15%	Start
Philosophy and the Sciences: Introduction to the Philosophy of Physical Sciences https://www.coursera.org/learn/philosophy-physical-sciences	Translation status: 100%	Review status: 14.48%	Start

Так само можна побачити статистику кожного розділу курсу окремо, як показано на рисунку нижче:

Рисунок 3.2

Course Details			
Translate / Course Details			
An Introduction to Interactive Programming in Python (Part 1)			
Status: In Progress	Coordinator: No coordinators		
Translation Status: 95.35%			
Review Status: 83.14%			
Course Resource Title	Translation Status	Review Status	Translate
Introduction	Translation status: 100%	Review status: 100%	Translate
CodeSkulptor	Translation status: 100%	Review status: 100%	Translate
Arithmetic Expressions	Translation status: 100%	Review status: 100%	Translate
Variables	Translation status: 100%	Review status: 100%	Translate
Saving in CodeSkulptor	Translation status: 100%	Review status: 100%	Translate
Mini-project Video	Translation status: 100%	Review status: 100%	Translate
Functions	Translation status: 100%	Review status: 100%	Translate
Visualizing Functions	Translation status: 100%	Review status: 3.12%	Translate
More Operations	Translation status: 100%	Review status: 100%	Translate

Як і для інших краудсорсингового проєкту, для перекладу для Coursera передбачено рекомендації до роботи над субтитрами. Перед початком виконавцям пропонується ознайомитися з ними у розділі «Community Guidelines & Translation Tips» [22]. Волонтерам наголошуються загальні аспекти стосовно роботи та поведінки у спільноті, поради до перекладу та вимоги до стилю.

1. Принципи спільноти:
 - Передбачати добрі наміри;

- Ставитися один до одного з повагою;
- Допомогати один одному;
- Прагнути більшого.

2. Поради до перекладу:

- Перекладайте вдумливо. Не треба змінювати переклад іншого волонтера без потреби – лише коли зміни дійсно покращують вже існуючий переклад.

- Користуйтеся полем для пропозицій. Якщо у перекладача є пропозиція, як покращити вже існуючий переклад, можна скористатися спеціальним полем, залишивши свій варіант перекладу.

3. Вимоги до стилю:

- Точність. Оскільки характер матеріалів академічний, то перекладачам необхідно якомога чіткіше передавати зміст матеріалу та мовлення викладача;

- Доступність. Переклад має бути чітким, зрозумілим, ефективним та доступним широкій аудиторії;

- Людяність. Переклад має бути позитивним та доступним будь-кому;

- Не завжди потрібно передавати зміст буквально чи дослівно. Слід знайти баланс між зрозумілістю та доречністю;

- Ідіоми та розмовний стиль допомагають передати індивідуальність мовця. Необхідно використовувати еквіваленти мовою перекладу, не перекладати дослівно. Якщо переклад не підходить, передати значення змісту дослівно;

- Скорочення допомагають ефективно передавати інформацію та скорочують та полегшують читання субтитрів. Скорочення варто використовувати у тих випадках, коли вони зрозумілі аудиторії;

- Часто у відеоматеріалах згадуються назви творів. Слід використовувати офіційний або загальноприйнятий переклад назви. Якщо це неможливо – залишити назву мовою оригіналу.

- Пунктуація, одиниці вимірювання, дата та час мають бути локалізовані згідно з правилами мови перекладу, якщо це не ускладнить розуміння тексту, наприклад, математичних завдань [22].

Отже, можна побачити, що загалом вимоги до перекладу Coursera, як і для TED – це вимоги до якості, типові для перекладацької галузі. Слід дотримуватись правил адекватного перекладу змісту, передачі стилістичних особливостей тексту, збереження форматування, локалізації часового формату, одиниць виміру тощо.

Але, на відміну від TED, немає правил до субтитрування щодо кількості символів та рядків, довжини рядка тощо. Тому, перекладачі керуються власним відчуттям читабельності.

3.3 Аналіз особливостей перекладу для платформи Coursera

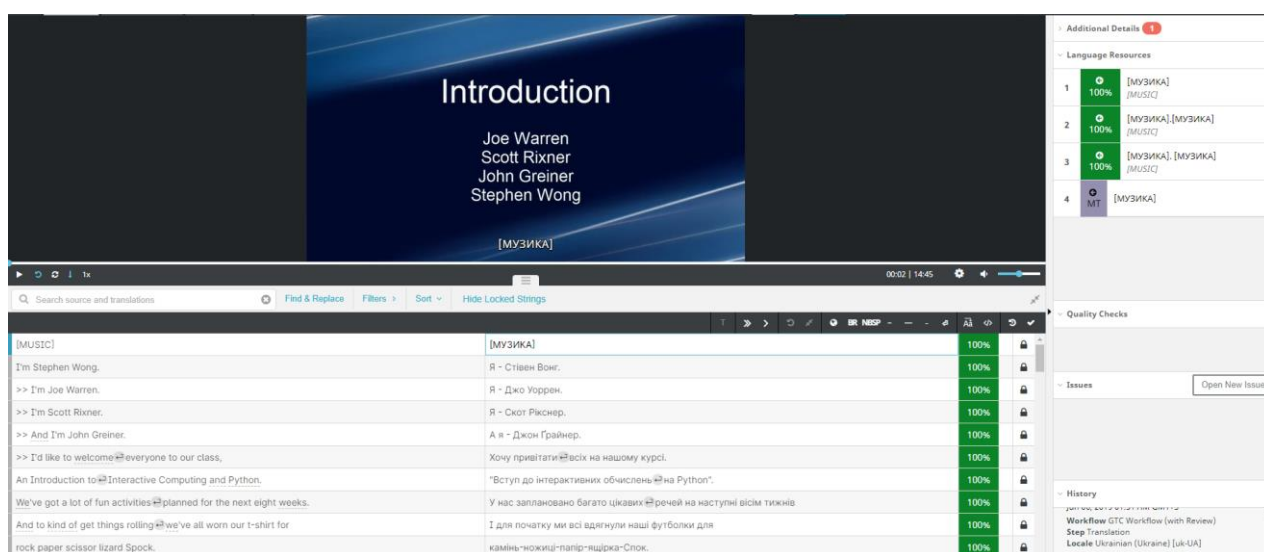
На прикладі субтитрів до відеозапису курсу «An Introduction to Interactive Programming in Python (Part 1)» («Вступ у інтерактивне програмування мовою Python (частина 1)» [64], переклад яких було здійснено у рамках навчального курсу «Перекладацький проєкт», розглянуто та проаналізовано особливості краудсорсингового перекладу. Переклад субтитрів на час написання дисертації ще не опублікований для загального перегляду, але доступний всім зареєстрованим перекладачам та редакторам платформи.

Онлайн-платформа Smartling працює за таким самим принципом, як типова САТ-програма: текст промови розбитий на сегменти за таймінгом ліворуч, текст перекладу – праворуч, угорі розташована панель інструментів, у панелі праворуч – варіанти перекладу запропоновані перекладацькою пам'яттю (ТМ) та вбудованим машинним перекладом (МТ) та поле для приміток.

Також доступний перегляд відеозапису курсу. Це дає можливість регулювати довжину рядка, оскільки ми бачимо, як субтитри будуть

розташовані на відео. Наявність відео – один з ключових моментів, оскільки це полегшує розуміння контексту відеозапису курсу. До того ж, виконавці можуть контролювати те, що відбуватиметься з текстом на екрані. У цьому і полягає певна складність перекладу субтитрів, тому що перекладачу необхідно враховувати всі деталі: довжину рядка, гармонію субтитрів з іншими елементами на екрані (щоб вони не накладалися один на одного, а субтитри було добре видно), швидкість читання тощо.

Рисунок 3.3



Як і у перекладі для TED, ще одну складність для перекладача становить наявність помилок у транскрипті. Оскільки транскрипти створюються автоматично, вони не завжди вони відповідають тексту мовця. Але такі помилки виправляються на етапі перекладу, де виконавець може вказати на помилку, заповнивши відповідне поле на панелі, вказавши тип (помилка у написанні чи уточнення до тексту) та рівень помилки (низький, середній та високий). Виконавець може запропонувати свій варіант виправлення транскрипту. Після цього напроти статусу сегмента з'являється прапорець (Рисунок 3.4), який попереджає про наявність помилки.

Рисунок 3.4.



Також, навіть після затвердження перекладу, інший перекладач може повідомити про помилку у перекладі, так само заповнивши відповідне поле, зазначивши тип помилки (наприклад, невірність розташування або помилка у перекладі МТ чи перекладача) та рівень помилки (низький, середній та високий).

Розглянемо приклад помилки у транскрипті у Таблиці 3.1:

Таблиця 3.1

Англійська	Українська
I can say $1 + 1 * (2 + 3) * 4$.	Я можу сказати $1 * (2 + 3) * 4$.

На Рисунку 3.5 продемонстровано приклад поля для заповнення повідомлення про помилку у транскрипті.

Рисунок 3.5

String Details

Original English (United States) [en-US]
I can say $1 + 1 * (2 + 3) * 4$.

Translation Ukrainian (Ukraine) [uk-UA]
Я можу сказати $1 * (2 + 3) * 4$.

Issues Instructions History

< All issues for this string

#48304 : Open issue Source - Clarification
1 Comment | High Severity
Reopened by Pedro Fernandes (GTC) on May 11, 2020 at 03:31 PM
Assigned to Konrad Wienands (GTC)
I can say $1*(2+3)*4$.

Comments

Comment by Pedro Fernandes (GTC) on May 11, 2020 at 03:33 PM
The original subtitle is also wrong, the Python expression wrote in the screen is: $1 * (2 + 3) * 4$

Resolve Issue
☐ Answered
Drop files to attach, or browse

Drop files to attach, or browse

Comment Comment & Resolve

Також не завжди можна розібрати вимову мовця, тому, щоб уникнути неточностей та некоректного перекладу, у транскрипті нерозбірливі місця зазначаються за допомогою слова «INAUDIBLE» у квадратних дужках, як це зазначено у Таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Англійська	Українська
>> [INAUDIBLE]>> Paper just Spock.	[НЕРОЗБІРЛИВО] Папір спростовує Спока.

Звуки у субтитрах на Coursera, як і на TED, зазначаються у квадратних дужках (Таблиця 3.3-3.4):

Таблиця 3.3

Англійська	Українська
>> [LAUGH] Anyways, we're having a lot of fun in this class and	[CMIX] У будь-якому випадку, на цьому курсі нам весело

Таблиця 3.4

Англійська	Українська
[MUSIC].	[МУЗИКА].

У Таблиці 3.3 демонструється не тільки відтворення звуків сміху, але й прямої мови за допомогою знаків «>>». Було відмічено, що ці знаки використовувалися, коли мовців у кадрі було декілька і була необхідність відокремити репліку одного мовця від іншого. Наприклад, як це зображено у Таблиці 3.5:

Таблиця 3.5

Англійська	Українська
Ready.>> Mm-hm..	Готовий?>> Угу..

Також труднощі можуть виникати під час перекладу власне змісту. Це можуть бути жарти, які не стосуються теми курсу і можуть бути відомі далеко не всім. Наприклад, на перекладеному курсі 4 викладача, і вони були у футболках «rock paper scissor lizard Spock». Перекладачу, який не знає, про що йдеться, слід провести додаткову пошукову роботу, щоб правильно зрозуміти значення фрази. У цьому випадку йдеться про розширену версію гри «Камінь-ножиці-папір». Цей варіант гри став популярним завдяки американському серіалу «The Big Bang Theory» («Теорія великого вибуху»).

Таблиця 3.6

Англійська	Українська
...rock paper scissor lizard Spock.	...камінь-ножиці-папір-ящірка-Спок.

Також складним моментом при перекладі може стати специфіка мови лектора. Наприклад: вимова, гучність голосу, акцент тощо. Також, до специфіки мовлення належить наявність слів-паразитів («okay», «well», «kind of», «oh», «so», «right» тощо). Наприклад:

Таблиця 3.7

Англійська	Українська
Okay , let's move on and talk about the material in the first week of class...	Добре , продовжимо та поговоримо про матеріали першого тижня курсу...

Перекладачеві потрібно визначити, коли ці слова варто передати ціловою мовою, а коли варто їх опустити. Наприклад, «so» було вирішено передати різними способами, щоб уникнути постійних повторів:

Таблиця 3.8

Англійська	Українська
So you're actually watching this introductory video right now.	Отже , зараз ви дивитесь це вступне відео.

Таблиця 3.9

Англійська	Українська
So , with that said, let me go on to the kind of our last segment.	Тож , враховуючи все сказане, я б хотів перейти до останнього сегменту.

Таблиця 3.10

Англійська	Українська
And so I'll end this with actually pointing you back to kind...	Отже , закінчу тим, що фактично поверну вас до...

Таблиця 3.11

Англійська	Українська
So take a look at it.	Тож погляньте на це.

Таблиця 3.12

Англійська	Українська
So one typical way, especially in a video-driven drawing, is that	Отже , одним з типових способів, особливо у кресленні, є програма.

У наступному прикладі (Таблиця 3.13) було вирішено опустити «so» у перекладі, щоб спростити переклад, оскільки це слово не несе ніякого змістового навантаження:

Таблиця 3.13

Англійська	Українська
So the one of the critical things to remember...	Тут слід пам'ятати одну важливу річ...

Ще один приклад передачі слів-паразитів, які можуть не нести змістового навантаження та значення у тексті, це «kind of». У Таблиці 3.14 переклад виразу «kind of» (укр. «*на кшталт*») був доречним:

Таблиця 3.14

Англійська	Українська
Then you'll have your first kind of media mini project building a game called, rock...	Потім у вас буде щось на кшталт медійного міні-проєкту з розробки гри

У Таблицях 3.15-3.17 наведено приклади сегментів, де переклад цього виразу був не доречним, оскільки він не має змістового навантаження, а лише виражає специфіку індивідуального мовлення лектора:

Таблиця 3.15

Англійська	Українська
So, kind of the, kind of the thing to understand why you have a computer monitor	Слід зрозуміти, чому ми маємо монітор.

Таблиця 3.16

Англійська	Українська
...is this kind of grid of millions of millions of little dots.	...мільйони й мільйони маленьких точок.

Таблиця 3.17

Англійська	Українська
So how does the computer actually then kind of make things move?	Як комп'ютер змушує пікселі рухатись?

Отже, можемо спостерігати, що під час перекладу субтитрів для Coursera слід враховувати не тільки власне переклад, але й розташування субтитрів на

відео, швидкість читання, таймінг та стилістичні особливості, які можуть викликати труднощі, і, як результат, невідповідності у перекладі у деяких випадках.

ВИСНОВКИ ДО 3-ГО РОЗДІЛУ

Coursera – ще один з найпопулярніших онлайн-ресурсів, комерційна організація, яка співпрацює з понад 200 провідними університетами та компаніями у всьому світі. Платформа пропонує широкий спектр можливостей навчання – практичні проєкти, курси, професійна підготовка та програми на здобуття ступеню [21].

У 2014 році стартував перекладацький проєкт «Global Translator Community» (GTC). Проєкт також працює за принципом краудсорсингу, тобто, виконавцями перекладу на платформі є перекладачі-волонтери, які можуть бути непрофесіоналами у цій галузі. Наразі, за даними GTC, до проєкту приєдналися понад 150 000 волонтерів [25].

Для виконавців перекладу для Coursera також передбачено розподіл ролей на перекладача, редактора (або рев'юера) та мовного координатора (досвідчений перекладач, який допомагає у організації мовної спільноти певної мови).

Для роботи над субтитрами Coursera використовує безкоштовну онлайн-програму Smartling. Над перекладом одного курсу можуть працювати одночасно декілька виконавців. Особливість робочого процесу на Coursera полягає у тому, що, оскільки курси поділені на розділи, одночасно працювати над курсом можуть і перекладачі, і рев'юери.

Волонтер може обрати курс, який цікавить для перекладу, у переліку запропонованих курсів. У цьому переліку можна проглянути статистику роботи – як перекладу, так і редагування. Так само побачити статистику кожного розділу курсу окремо.

Як і для інших краудсорсингових проєктів, перед початком роботи виконавцям пропонується ознайомитися з рекомендаціями у розділі «Community Guidelines & Translation Tips» [22]. Волонтерам наголошуються

загальні аспекти стосовно роботи та поведінки у спільноті, поради до перекладу та вимоги до стилю.

Можна прослідкувати та побачити, що загалом вимоги до перекладу Coursera, як і для TED – це вимоги до якості, типові для перекладацької галузі: правила адекватного перекладу змісту, передача стилістичних особливостей тексту, збереження форматування, локалізація часового формату, одиниць виміру тощо.

Онлайн-платформа Smartling працює за таким самим принципом, як типова CAT-програма: текст промови розбитий на сегменти за таймінгом ліворуч, текст перекладу – праворуч, вгорі розташована панель інструментів, варіанти перекладу запропоновані перекладацькою пам'яттю (TM) та вбудованим машинним перекладом (MT) та поле для приміток.

Одним з ключових моментів є наявність відео, оскільки це полегшує розуміння контексту відеозапису курсу. До того ж, виконавці можуть контролювати те, що відбуватиметься з текстом на екрані.

Як і у перекладі для TED, складність для перекладача становить наявність помилок у транскрипті. Перекладач може вказати на помилку, заповнивши відповідне поле на панелі, зазначивши тип (помилка у написанні чи уточнення до тексту) та рівень помилки (низький, середній та високий). Виконавець може запропонувати свій варіант виправлення транскрипту.

Також труднощі можуть виникати під час перекладу змісту. Наприклад, переклад жартів, які не стосуються теми курсу і відомі не всім. У такому випадку перекладачу необхідно провести додаткову пошукову роботу, щоб передати зміст жарту так, щоб було зрозуміло всім реципієнтам.

Складнощі під час перекладу можуть спричинити і специфіка мови лектора: вимова, гучність голосу, акцент. А також, лексичні та стилістичні особливості мовлення, наприклад, слова-паразити («okay», «well», «kind of», «oh», «so», «right» тощо).

Перекладач має визначити, коли такі слова варто передавати цільовою мовою, а коли опустити. А якщо передавати, то підібрати достатньо еквівалентів, щоб уникнути повторів.

Отже, під час перекладу субтитрів відеозаписів для Coursera, перекладачу слід не тільки передавати зміст цільовою мовою, але й враховувати додатково розташування субтитрів на відео, швидкість читання та таймінг.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У роботі було надано теоретичне підґрунтя краудсорсингу та громадського перекладу та особливостей використання краудсорсингу у проєктах. Метод краудсорсингу можна застосовувати у різних галузях діяльності, у фокусі нашої уваги було саме використання краудсорсингу у перекладі.

Узагальнено краудсорсинг можна визначити як виконання завдання шляхом передачі деяких функцій невизначеному колу людей («натовпу»).

Краудсорсинг може набувати вигляду делегування завдань «натовпу» за певну винагороду. Також він передбачає можливість здійснення певних завдань на волонтерських засадах.

Розрізняють декілька видів краудсорсингу:

За сферою життя:

1. За сферою життя (бізнес, соціальна сфера, політичне/державне управління);
2. За типом вирішуваних завдань (створення продукту, голосування, пошук рішення, збір інформації, збір думок, тестування, служба підтримки, збір коштів). [28, с. 232-233].

Переваги краудсорсингу проявляються у наступних аспектах: залучення великої кількості виконавців; обмін ідеями, обговорення результатів, мотивація виконавця; різноманітність ідей та варіантів вирішення задачі; економія фінансових ресурсів; розвиток творчого потенціалу та ідей [10, с. 233-234].

О.І. Карий та Я.В. Панас наголошують на проблемах та загрозах, пов'язаних з краудсорсингом. Зокрема:

1. Не завжди велика група людей здатна домовитися та прийти до спільного рішення;

2. Організація краудсорсингу вимагає витрат, бо замовник все одно звертається до кваліфікованих спеціалістів для контролю якості виконання проєкту;
3. Складнощі з правильним мотивуванням виконавців;
4. Загроза перехоплення ідеї реалізації проєкту конкурентами [11, с. 218].

Під час дослідження використання методу краудсорсингу у перекладі було опрацьовано тексти субтитрів відеозаписів TED Talks та Coursera українською, англійською та німецькою мовами, проаналізовано лексичні та стилістичні особливості, які можуть викликати труднощі під час перекладу субтитрів.

До особливостей перекладу субтитрів належать: оформлення відтворення звуку за кадром чи оплесків, відтворення тексту, який демонструється на екрану під час виступу (якщо це відеозапис саме виступу), відтворення звуків, які видає доповідач або лектор (як частину доповіді).

Перекладачам слід враховувати, що специфіка індивідуального мовлення доповідача чи лектора може спричинити низку певних складнощів під час транскрибування та перекладу. Наприклад, заїкання чи картавлення, жарти, слова-паразити («well», «oh», «so», «right» тощо), гра слів та ін.

У роботі також було проаналізовано правила та вимоги до перекладу субтитрів матеріалів на масових освітніх платформах.

Оскільки, як було зазначено вище, краудсорсинг передбачає залучення великої кількості волонтерів, які можуть не мати ніякого відношення до перекладацької індустрії, організатори проєктів забезпечили виконавців чітко окресленими правилами та рекомендаціями до робочого процесу.

Вимоги охоплюють розподіл ролей волонтерів, створення субтитрів (транскрибування), стилістичні та граматичні особливості, та навіть поведінку учасників проєкту.

У цьому і полягає певна складність перекладу субтитрів, тому що перекладачу необхідно враховувати всі деталі: довжину рядка, гармонію

субтитрів з іншими елементами на екрані (щоб вони не накладалися один на одного, а субтитри було добре видно), швидкість читання тощо.

Під час дослідження було здійснено порівняльний аналіз вимог до перекладу субтитрів на платформах TED та Coursera.

Оскільки є певні відмінності у принципах роботи на TED та Coursera, функції виконавців так само дещо відрізняються. Це виражається у відмінностях між етапами перекладацького процесу та ролями волонтерів: для роботи над субтитрами для TED потребується додатково транскрибатор для створення транскрипту, у той час, як на платформі Coursera перекладачу пропонується автоматично згенерований транскрипт. Через це у перекладача на Coursera виникає додаткова потреба у перевірці транскрипту на наявність помилок, які ускладнюють процес роботи.

Але під час перекладу є можливість переглядати відеозапис курсу. Наявність відео – один з ключових моментів, оскільки це полегшує розуміння контексту відеозапису курсу. До того ж, виконавці можуть контролювати те, що відбуватиметься з текстом на екрані, регулювати довжину рядка, розташування субтитрів відносно інших елементів у кадрі.

Оскільки TED та Coursera дещо відрізняються за форматом, під час перекладу для Coursera зникає необхідність відтворення змісту, демонстрованого на екрані, адже реципієнт сам може прослідкувати, про що йдеться у курсі.

На відміну від Coursera, конференція TED Talks орієнтована на сприйняття саме промови доповідача. У слухача немає потреби прослідкувати все, що відбувається у кадрі. Але спікери використовують демонстративний матеріал (презентації), який вони не завжди дослівно озвучують. Тому транскрибатор та перекладач мають відтворити усі надписи на презентації у субтитрах.

Отже, залежно від призначення та функцій відеоматеріалів масових освітніх платформ, які ґрунтуються на використанні принципу краудсорсингу, виникають певні розбіжності у задачах виконавців, їх ролях, вимогах та

рекомендаціях до перекладу. Але чітке окреслення та виокремлення головних аспектів роботи у краудсорсинговому проєкті значно полегшують перекладацький процес, оскільки частина волонтерів можуть бути недосвідченими або непрофесійними перекладачами. Водночас це дозволяє залучити більше волонтерів, оскільки це спрощує процес навчання перед початком роботи з субтитрами.

Перспектива подальших розвідок полягає у вивченні вимог до перекладу інших платформ та виявлення не висвітлених труднощів у краудсорсинговому перекладі, дослідженні шляхів удосконалення робочого процесу таких проєктів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бахов І.С. Новаторські підходи до оцінки якості перекладу в Facebook. Science and Education a New Dimension. Philology. 2018. Vol.VI (51), no. 176. URL: https://www.researchgate.net/profile/Ivan-Bakhov/publication/328374161_Innovative_approaches_to_assessing_quality_of_translation_on_Facebook/links/5f1f477245851515ef502647/Innovative-approaches-to-assessing-quality-of-translation-on-Facebook.pdf
(дата звернення: 10.10.2021)

2. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B0_%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0

3. Вікіпедія. Переклад. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%96%D0%BA%D1%96%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D1%96%D1%8F:%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4>

4. Дегтярь Є. Р. Лінгвістичні характеристики, дискурсивні стратегії та риторичні прийоми в матеріалах TED Talks в аспекті перекладу. 2020. URL: https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/45789/1/%D0%94%D0%B5%D0%B3%D1%82%D1%8F%D1%80%D1%8C_%D0%B4%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%BD%D0%B0_%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0.pdf (дата звернення: 20.11.2021)

5. Дерді Е.Т., Сахро А.С. Сучасні підходи до оцінювання якості науково-технічного перекладу//Нова Філологія. Збірка наукових праць. Запоріжжя: ЗНУ. 2011. №45. 2011. С. 187-191

6. Джеджула В. В.; Єпіфанова І. Ю. Краудсорсинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. 2019. PhD Thesis. ВНТУ. URL: <http://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/27511/6615.pdf?sequence=3> (дата звернення: 07.11.2021)
7. Драган О.І. Сучасні технології управління і використання персоналу. Наукові праці НУХТ 2015. Том 21. №6. С. 117-125
8. Запольських, С. П.; Запольських, А. Ю. Особливості перекладу англомовних публічних промов (на матеріалах доповідей конференції Technology Entertainment Design talks (TED-talks)). Нова філологія. 2017. 71. С. 43-47.
9. Іваницька Н. Текст в аспекті моделей оцінки якості перекладу. Теоретична і дидактична філологія Випуск 20. 2015. С. 189-197
10. Калініна Г.М. Краудсорсинг як інноваційний управлінський інструмент і змістова компонентна навчального посібника для керівників. Проблеми сучасного підручника. 2015, 15 (1). С. 230-239.
11. Карий О. І.; Панас Я. В. Краудсорсинг як інструмент менеджменту: приклади вирішення місцевих проблем. Вісник Національного університету Львівська політехніка. Проблеми економіки та управління. 2016, 847. С. 213-219
12. Кіреєва О. Краудсорсинг як інноваційний інструмент участі громадськості в публічному управлінні // Державне управління та місцеве самоврядування. 2016. Вип. 3(30). С. 72-78
13. Король Т. Г. Переклад промов TED Talks як автентичний груповий проєкт: із досвіду реалізації та оцінювання. Науково-методичний журнал "Іноземні мови". 2020. 4. С. 17-25
14. Косуля І. Ю. Краудсорсинг та краудфандинг: нові поняття чи нові феномени? Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. 2014, 20. С. 267-271.

- 15.Литвин А. В., Романченко І. Г. Ретроспективи становлення конференції «Technology Entertainment Design»(TED) як брэнда. 2019. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/38872/1/Titd_2019_4_p86-94.pdf (дата звернення: 20.11.2021)
- 16.Поворознюк Р.В. Інтерлінгвальний вимір онлайн-платформи TED Talks // Одеський лінгвістичний вісник. №10. Том 2. 2017. С.103-106
- 17.Усова Л. С. Використання краудсорсингу в процесі брендингу. Інформаційне суспільство. 2017, 26. С. 51-59.
- 18.Фабрична Я. Г. Критерії оцінювання якості письмових перекладів текстів з методики навчання іноземних мов //Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ Серія Філологія, Педагогіка, Психологія. Випуск 29. 2014. С. 237-243
19. Bretschneider U. Schöne neue Crowdsourcing Welt: Billige Arbeitskräfte, Weisheit der Massen? [Electronic resource] / U. Bretschneider, J. M. Leimeister // Proceedings zum Workshop Gemeinschaft in Neuen Medien. – 2011. – P. 1–17. – Mode 74 of access : https://www.alexandria.unisg.ch/219912/1/JML_297.pdf
- 20.Chesterman A. Can theory help translators? A dialog between the ivory tower and the wordface. Manchester: St. Jerome publishing. 2002. 145 p.
21. Coursera. About. URL: <https://about.coursera.org/> (дата звернення: 25.11.2021)
- 22.Coursera. Community Guidelines & Translation Tips. URL: https://translate-coursera.org/new_gtc/app/#/page/view/guidelines (дата звернення: 26.11.2021)
23. Coursera. Courses. URL: https://translate-coursera.org/new_gtc/app/#/app/courses (дата звернення: 25.11.2021)
- 24.Coursera. URL: <https://www.coursera.org/> (дата звернення: 10.10.2021)
25. Coursera. Welcome to the Global Translator Community! URL: https://translate-coursera.org/new_gtc/app/#/page/view/introduction (дата звернення: 25.11.2021)

- 26.GlobalVoices. URL: <https://globalvoices.org/> (дата звернення: 10.10.2021)
- 27.Guidelines. TED. URL: <https://www.ted.com/participate/translate/guidelines> (дата звернення: 05.12.2020)
- 28.House J. How do we know when a translation is good? E. Steiner & C. Yallop (Eds.). Exploring Translation and Multi-lingual Text Production: Beyond Content. Berlin: Mouton De Gruyter. 2013. Pp.127-160.
- 29.House J. Translation quality assessment: A model revisited. Gunter Narr Verlag. 1997. 243 p. URL: https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=D16aYuTCBJ0C&oi=fnd&pg=PR7&dq=J.+House+translation&ots=4YS-WX0Un3&sig=0GRfj8hKfYka2z6jxJCKxB--6eM&redir_esc=y#v=onepage&q=J.%20House%20translation&f=false (дата звернення: 07.11.2021)
- 30.House, J. Translation quality assessment: Linguistic description versus social evaluation. Meta: journal des traducteurs. Meta: translators' Journal, 46(2). Pp. 243-257. URL: <https://www.erudit.org/en/journals/meta/1900-v1-n1-meta159/003141ar.pdf> (дата звернення: 07.11.2021)
- 31.How to break lines. URL: https://translations.ted.com/How_to_break_lines (дата звернення: 14.08.2021)
- 32.How to compress Subtitles. URL: https://translations.ted.com/How_to_Compress_Subtitles (дата звернення: 14.08.2021)
- 33.How to Tackle a Review. URL: https://translations.ted.com/How_to_Tackle_a_Review (дата звернення: 14.08.2021)
- 34.How to Tackle a Translation. URL: https://translations.ted.com/How_to_Tackle_a_Translation (дата звернення: 14.08.2021)

35. Howe J. The Rise of Crowdsourcing. URL: https://sistemas-humano-computacionais.wdfiles.com/local--files/capitulo%3Aredes-sociais/Howe_The_Rise_of_Crowdsourcing.pdf (дата звернення: 19.11.20)
36. Khan Academy. URL: <https://www.khanacademy.org/> (дата звернення: 10.10.2021)
37. Losse, K. Achieving Quality in a Crowd-sourced Translation Environment. Keynote Presentation at the 13th Localisation Research Conference Localisation4 All, Marino Institute of Education. Dublin, 2008, October 2-3
38. McDonough Dolmaya, Julie. Analyzing the crowdsourcing model and its impact on public perceptions of translation. *The Translator* 18.2. 2012. 167-191. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13556509.2012.10799507> (дата звернення: 10.10.2021)
39. Nord Christiane. Translating as a purposeful activity. *Functionalist approaches explained*. Manchester: St. Jerome. 1996. 178 p.
40. O'Hagan M. Evolution of User-generated Translation: Fansubs, Translation Hackings and Crowdsourcing. *The Journal of Internationalization and Localization*. 2009. 1. P. 94-121. URL: <https://www.jbe-platform.com/docserver/fulltext/jial.1.04hag.pdf?expires=1601823405&id=id&accname=guest&checksum=30FC9EF90A0F0CD9EBFC81DEE32D2343> (дата звернення: 20.11.20)
41. O'Hagan, Minako. "Community Translation: Translation as a social activity and its possible consequences in the advent of Web 2.0 and beyond. *Linguistica Antverpiensia, New Series–Themes in Translation Studies*. 2011. Vol. 10. URL: <https://lans-tts.uantwerpen.be/index.php/LANS-TTS/article/view/275/173> (access date: 28.10.2021)
42. O'Hagan, Minako. "Translations| Massively Open Translation: Unpacking the Relationship Between Technology and Translation in the 21st Century."

- International Journal of Communication 10 (2016): 18. URL: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3507/1572> (дата звернення: 28.10.2021)
- 43.OTP Learning Series 02: User roles and workflow. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=s2J6bb1Uh0U&list=PLuvL0OYxuPwxQbdq4W7TCQ7TBnW39cDRC> (дата звернення: 21.08.2021)
- 44.Skaržauskaitė, M. The application of crowd sourcing in educational activities. Social technologies. Vol. 2. No.1. 2012. Pp. 67-76. URL: <https://ojs.mruni.eu/ojs/social-technologies/article/view/145/138> (дата звернення: 07.11.2021)
- 45.Taibi M. Ozolins U. Community Translation. NY: Bloomsbury Academic. 2016. 200p. URL: https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=gzM0CwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Community+Translation&ots=G7jxAMQmC7&sig=wIWksgiJTr3wdCp5zVieyx-edfo&redir_esc=y#v=onepage&q=Community%20Translation&f=false (дата звернення: 10.10.2021)
- 46.Taneja S., Goel A. MOOC providers and their strategies. International Journal of Computer Science and Mobile Computing, 2014, 3.5: 222-228. URL: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33707421/V3I5201462-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1637873877&Signature=OBA2hM4exjiDCUccytYUm86Yo-cVYYng-mW5q2ig85wL9O9Z4MS474uHqXKVHwDMIVqcs3q8BA4Lyf-fuuo2KuAn4TQNuzViRjC27Zhl7k9NJBKz0yAZpnOfJNCu5x~er9-A~Gjr-SI-roPM5PZKQc~aKeq4o42FhNYVFL31RsO4Voy7USogrt7~Lhnyh0aW1ioUurl3SN30abh0S5IyRg8T9gfCo~9xwYnh0Awmqlccg8XpqyJuB-vEcTA~0D7RhNZvYowg-iANF0QzVIVVds22zNIgrzxnFapyz0I9xTj7QIgEQCxhdCgm1MbwU~OR>

[gP9PXG1aAL15Ha5fcLZacd3LQ_&Key-Pair-Id=APKAJ-LOHF5GGSLRBV4ZA](https://www.youtube.com/watch?v=gP9PXG1aAL15Ha5fcLZacd3LQ_&Key-Pair-Id=APKAJ-LOHF5GGSLRBV4ZA) (дата звернення: 25.11.2021)

47. TED Translation. URL: <https://www.youtube.com/user/OTPTED/playlists> (дата звернення: 14.08.2021)
48. TED Translators. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/groups/ITranslateTEDTalks/> (дата звернення: 21.11.2021)
49. TED Translators. URL: <https://www.ted.com/about/programs-initiatives/ted-translators> (дата звернення: 21.11.2021)
50. TED. Get Started. URL: <https://www.ted.com/participate/translate/get-started> (дата звернення: 14.08.2021)
51. TED. Subtitling tips. URL: <https://www.ted.com/participate/translate/subtitling-tips> (дата звернення: 14.08.2021)
52. TED. URL: <https://www.ted.com/> (дата звернення: 21.11.20)
53. TED. Volunteer Roles. URL: <https://www.ted.com/participate/translate/volunteer-roles> (дата звернення: 14.08.2021)
54. The OTP Learning Series. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=s2J6bb1Uh0U&list=PLuvL0OYxuPwxQbdq4W7TCQ7TBnW39cDRC> (дата звернення: 05.12.2020)
55. Translator in the following language combinations. URL: https://meta.wikimedia.org/wiki/Translator_in_the_following_language_combinations (дата звернення: 20.11.2021)
56. Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page (дата звернення: 10.10.2021)

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

57. Бускіл К. Як пристосуватись до зростаючого темпу сучасного життя?
URL: https://www.ted.com/talks/kathryn_bouskill_the_unforeseen_consequences_of_a_fast_paced_world/reading-list?language=uk (дата звернення: 21.11.2021)
58. Вошінгтон М. Чому я понад усе на світі боюсь виступати перед публікою.
URL: https://www.ted.com/talks/megan_washington_why_i_live_in_mortal_dread_of_public_speaking/transcript?language=uk (дата звернення: 21.11.2021)
59. Робінсон К. Чи справді школи вбивають творчість? URL: https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_do_schools_kill_creativity?language=uk (дата звернення: 21.11.2021)
60. Трежер Дж. Чотири способи, у які звук впливає на нас. URL: https://www.ted.com/talks/julian_treasure_the_4_ways_sound_affects_us?language=uk (дата звернення: 21.11.2021)
61. Трежер Дж. Як потрібно говорити, щоб людям хотілося слухати. URL: https://www.ted.com/talks/julian_treasure_how_to_speak_so_that_people_want_to_listen/transcript?language=uk (дата звернення: 21.11.2021)
62. Bouskill K. Die unvorhergesehenen Konsequenzen einer schnellen Welt.
URL: https://www.ted.com/talks/kathryn_bouskill_the_unforeseen_consequences_of_a_fast_paced_world?language=de (дата звернення: 21.11.2021)
63. Bouskill K. The unforeseen consequences of a fast-paced world. URL: https://www.ted.com/talks/kathryn_bouskill_the_unforeseen_consequences_of_a_fast_paced_world (дата звернення: 21.11.2021)

64. Coursera. An Introduction to Interactive Programming in Python (Part 1). URL: <https://www.coursera.org/learn/interactive-python-1> (дата звернення: 26.11.2021)
65. Robinson K. Do schools kill creativity? TED Talks. 2006. URL: https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_do_schools_kill_creativity (дата звернення: 25.10.2021)
66. Robinson K. Ersticken Schulen die Kreativität? URL: https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_do_schools_kill_creativity?language=de (дата звернення: 21.11.2021)
67. Treasure J. Die 4 Arten, wie Geräusche auf uns wirken. URL: https://www.ted.com/talks/julian_treasure_the_4_ways_sound_affects_us?language=de (дата звернення: 21.11.2021)
68. Treasure J. How to speak so that people want to listen. URL: https://www.ted.com/talks/julian_treasure_how_to_speak_so_that_people_want_to_listen?language=en (дата звернення: 21.11.2021)
69. Treasure J. So reden, dass andere einem zuhören wollen. URL: https://www.ted.com/talks/julian_treasure_how_to_speak_so_that_people_want_to_listen?language=de (дата звернення: 21.11.2021)
70. Treasure J. The 4 ways sound affects us. URL: https://www.ted.com/talks/julian_treasure_the_4_ways_sound_affects_us/transcript#t-119932 (дата звернення: 21.11.2021)
71. Washington M. Warum ich vor öffentlichem Reden Todesängste ausstehe. URL: https://www.ted.com/talks/megan_washington_why_i_live_in_mortal_dread_of_public_speaking?language=de (дата звернення: 21.11.2021)
72. Washington M. Why I live in mortal dread of public speaking. URL: https://www.ted.com/talks/megan_washington_why_i_live_in_mortal_dread_of_public_speaking/transcript (дата звернення: 21.11.2021)