

# Переход на мультимедийный контент

*Катрин Дешам-Поттер (Catherine Deschamps-Potter)*

Хотя традиционные способы обращения к пользователям в разных странах с помощью переводного печатного текста по-прежнему широко используются, во всем мире исследуются и становятся все более популярными новые виды общения с пользователями на их родных языках. По мере распространения графики, звукозаписей, изображений и видеоклипов меняются подходы и процессы, используемые для перевода такого контента. Все больше видеоматериалов и других мультимедийных проектов размещается в Интернете, а не просто пересылается клиентам на DVD-дисках. Стремясь сократить затраты на наем обучающего персонала и перевод подробных руководств, предприятия, по сути, заменяют такие руководства визуальными материалами, в которых иллюстрируются концепции и функции производимой продукции с помощью графики и видео.

В 2009 году наша компания наблюдала огромные изменения в разработке контента клиентами — объем видеомате-

риалов и мультимедийного контента увеличился по сравнению с предыдущими годами втрое. В частности, один клиент принял решение перевести весь материал для обучения в формат видеозаписей.

Как и при любом быстром переходе на новые способы предоставления продукта, клиенты могут столкнуться с препятствиями или излишне поспешно внедрять инновации, не учитывая последствий значительных изменений носителей. Огромные темпы увеличения количества видеозаписей на сайте YouTube могут внушить компаниям уверенность в том, что видеоматериалы в чистом виде удовлетворят потребности в обмене информацией. Тем не менее, самодельные видеоклипы и профессиональные мультимедийные материалы для обучения, которые содержат необходимую информацию о продукции, — явно не одно и то же.

Благодаря обширным знаниям о других культурах поставщики услуг локализации могут помочь клиентам разобраться, в каких случаях мультимедийные презентации будут для определенной аудитории предпочтительнее, чем простой текст. Они могут принести

своим клиентам огромную пользу, поскольку способны провести их по лабиринту культурных и технологических факторов к целевой аудитории, создав мультимедийный продукт профессионального уровня.

В 2010 году чаще всего преобразуют в мультимедийный формат учебные материалы. Некоторые компании также стараются сокращать объем текста и использовать больше рисунков и фотографий в руководствах для пользователей. Например, на сегодняшний день один из наших клиентов использует в своих руководствах рисунки, а не пошаговые текстовые инструкции по сборке изделий.

**... компании все чаще сталкиваются с необходимостью выбирать между «идеальным» и «достаточно хорошим» вариантами разработки и предоставления контента клиентам со всего мира.**

## Выбор

Прежде чем создавать мультимедийный продукт для международной аудитории, компании должны решить, с помощью каких технологий он будет предоставляться пользователю. Из всех игроков на рынке разработки и распространения контента поставщики услуг локализации знакомы с самым широким спектром технологий и используют его. Они успешно осваивают технологии, применяемые сегодня в странах, где проживает целевая аудитория, благодаря чему материалы будут действительно доступны потенциальным клиентам. Знание ассортимента

средств предоставления контента, от BlackBerry до Apple iPad, имеет большое значение, если поставщики услуг локализации стремятся к процветанию в новой деловой среде, где широко распространены мультимедийные материалы. Поставщик языковых услуг с самого начала должен принимать участие в выборе средств разработки и поставки. Чем активнее такое участие, тем вероятнее снижение затрат клиента на перевод — а это основная причина перехода на мультимедийные форматы — и предоставление пользователям всей необходимой информации.

С использованием мультимедийных материалов обмен информацией сильно изменился: печатный текст заменила устная речь. Большинство компаний, занимающихся локализацией, уже давно предлагают клиентам услуги опытных дикторов и помогают выбрать нужный тип локализации аудио- и видеоматериалов, например, синхронизировать движения губ со звукозаписью переведенного текста или же использовать закадровый голос. Поставщики языковых услуг должны знать все преимущества и недостатки обоих видов дублирования и предоставлять клиентам соответствующие рекомендации. В некоторых культурах привлечение диктора-женщины не вызывает вопросов; в других культурах желательно, чтобы текст был начитан мужчиной. Это задача поставщиков рекомендовать дикторов, которые будут наилучшим образом восприняты целевой аудиторией.

Хотя в мультимедийных материалах для обучения используется все меньше текста, чтобы создать качественный

продукт для международной аудитории поставщику услуг локализации придется хорошо потрудиться. Возьмем, к примеру, мультимедийную презентацию, в основном состоящую из изображений и снимков экрана. В большинстве случаев для каждого слайда нужно переводить лишь небольшие фрагменты текста, но если графический пользовательский интерфейс представляемой программы остается на английском языке, несоответствие в языках может быть более очевидным, чем в традиционной пользовательской документации. Такие проекты могут способствовать тому, что заказчик пересмотрит свое решение и захочет локализовать программное обеспечение.

Другие проблемы возникают из-за самих изображений. Если заказчик плохо разбирается или вообще не разбирается в культурных предпочтениях целевой аудитории, вероятно, изображения окажутся неуместными. Фотография может сказать о многом, поэтому включенные в проект изображения, не подходящие для определенной культуры, произведут на аудиторию неблагоприятное впечатление. Квалифицированный поставщик услуг локализации должен стать партнером в работе над проектом, чтобы помогать с выбором и дизайном графических изображений.

Рассмотрим, к примеру, изображение из руководства по эксплуатации, где показано, как пользователь должен подключать бытовой прибор к сети электропитания. Не во всех странах используются одинаковые розетки. Если на изображении показана типичная американская розетка для вилки с тремя

штырьками, рисунок будет непонятен пользователям из Франции или Германии и может даже сбить их с толку. Особое внимание следует также уделить цветам на фотографии, в некоторых культурах розовые или женственные цвета воспринимаются хорошо, а в других могут быть приняты за оскорбление. Одежда мужчин и женщин имеет такое же значение, как и национальность моделей, если не большее.

Возможно, потребуется также проанализировать (и при необходимости изменить) линии, формы и других графических элементы в соответствии с особенностями целевой аудиторией. В обычных документах такие компоненты не играют настолько важной роли, как в мультимедийных материалах. Иными словами, чем больше внимания уделяется изображению (ввиду сокращения объема текста), тем важнее адаптировать изображения для конкретной аудитории.

### Типичный мультимедийный проект 2010 года

Давайте рассмотрим комбинацию типичных мультимедийных проектов, на примере которых можно проанализировать действия поставщика услуг локализации по адаптации английского образовательного видеомодуля для латиноамериканской аудитории, а также выявить некоторые проблемы и возможности, возникающие при переводе мультимедийных проектов.

Цель проекта — локализация английского видеоматериала для обучения

на испанский язык. Клиент, международный разработчик программного обеспечения, ставит задачу перевести текст слайдов PowerPoint с множеством изображений на испанский и сделать закадровый перевод. В результате должен получиться видеоматериал для обучения пользователей веб-приложения.

Для реализации данного проекта мы использовали следующие средства: Microsoft PowerPoint 2007, Articulate 2009 и Adobe Captivate 3. Articulate — это программа для разработки модулей электронного обучения, с помощью которой дизайнер может создавать сложные материалы на основе презентаций PowerPoint, например добавлять навигационные меню, анимацию и закадровый голос, а также импортировать флеш-фильмы.

Инструмент для разработки модулей электронного обучения Captivate дает возможность создавать снимки экранов, имитировать их наполнение и навигацию по ним. Эти снимки затем используются в электронных учебных модулях для иллюстрации действий пользователя по решению задач с помощью программного обеспечения. При публикации содержимое, созданное в Articulate и Captivate, преобразовывается в флеш-файлы.

В данном случае поставщики услуг локализации получили от клиента следующее:

- оригинальный курс электронного обучения в формате Articulate с английским закадровым текстом;
- отдельные файлы Adobe Captivate с записанными действиями навигации по программному обеспечению;
- оригинальную презентацию PowerPoint на английском языке;
- файл Microsoft Word с текстом аудиозаписи на английском языке. Обратите внимание, что в некоторых случаях может понадобиться транскрибировать запись, если клиент не может предоставить оригинальный текст. Поставщику также необходимо сверить текст с аудиозаписью, чтобы убедиться в их соответствии.

Для данного курса программное обеспечение не было локализовано на испанский. Поэтому модуль электронного обучения должен был максимально эффективно донести до латиноамериканской аудитории основные сведения об использовании программного обеспечения с помощью комментариев, сопровождающих изображения. Когда значительная часть переводного курса состоит из снимков экранов на английском языке, а для описания работы с программным обеспечением используется минимальный объем текста, мы рекомендуем клиентам рассмотреть вопрос о локализации интерфейса. Работа поставщика услуг локализации над этим проектом состояла из следующих этапов:

1. Извлечение текстовых строк из слайдов Microsoft PowerPoint, применение к ним, а также тексту аудиозаписи памяти переводов.
2. Перевод текста аудиозаписи на испанский язык для Латинской Америки.
3. Надлежащая проверка и вычитка текста с использованием установленного процесса.
4. Создание испанской версии слайдов PowerPoint путем вставки переведен-

ных текстовых строк в точную копию исходных слайдов. На данном этапе носители языка проверяют изображения, оценивая уместность для целевой аудитории, и рекомендуют клиенту внести изменения в элементы презентации, чтобы адаптировать их для пользователей из Латинской Америки.

5. Запись закадрового перевода.
6. Создание анимации и меню навигации в программе Articulate с помощью испанской версии презентации PowerPoint.
7. Импорт файлов закадрового перевода и синхронизация слайдов с аудиозаписью.
8. Публикация файлов Captivate, не содержащих переводимого текста, в виде отдельных флеш-файлов и импорт файлов в программу Articulate для имитации работы с программным обеспечением.
9. Для файлов Captivate, содержащих текст, предназначенный для перевода: вставка текста на испанском языке, внесение необходимых изменений и последующая публикация переведенной версии файла Captivate

во флеш-формате для обеспечения возможности импорта в Articulate.

Для проекта, похожего на описанный здесь, особенно полезно, если дизайнер, работающий над материалами курса электронного обучения, знаком с языком перевода. В таком случае ему легче выполнить синхронизацию анимации и смоделированных навигационных действий с закадровым текстом.

Сейчас, когда компании жестко контролируют свой бюджет, предприятиям все чаще приходится выбирать между «идеальным» и «достаточно хорошим» вариантами разработки и предоставления контента клиентам со всего мира. Поставщики услуг локализации могут помочь предприятиям в принятии такого решения, предоставляя сведения о многих факторах, которые следует учесть при предоставлении мультимедийных материалов международной аудитории.

---

***Катрин Дешам-Поттер** — вице-президент по продажам и маркетингу, а также совладелец корпорации International Communication by Design, Inc. Обладает 19-летним опытом работы в управлении продажами и производственными аспектами перевода и локализации.*