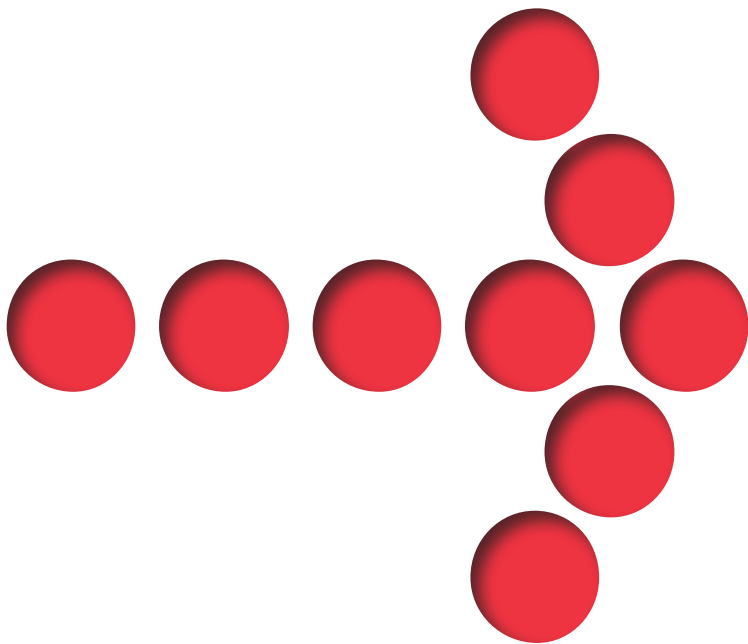


Jak kupić dobre tłumaczenie?



Praktyczny poradnik

Zakup przekładu może być frustrujący.

Oto kilka wskazówek, które pomogą dobrze wykorzystać budżet i uniknąć niepotrzebnego stresu.

Na czym polega różnica między pracą tłumaczy ustnych a pracą tłumaczy pisemnych? Na tym, że ci pierwsi zajmują się wypowiedziami ustnymi, a drudzy — słowem pisanym.

W języku polskim mówimy o tłumaczach pisemnych i ustnych. W niektórych innych krajach — na przykład w Wielkiej Brytanii, Francji, Hiszpanii czy we Włoszech — są to dwa zupełnie odrębne zawody. Do tłumaczenia instrukcji obsługi na rynek niemiecki lub sprawozdania finansowego spółki zależnej na Słowacji potrzebujemy tłumacza *pisemnego*.

Natomiast jeśli musimy porozumieć się z osobą obcojęzyczną ustnie — czy to podczas spotkania zarządu w Japonii, czy na szkolnej wywiadówce z udziałem nowo przybytej do kraju ukraińskiej rodziny — musimy się zgłosić do tłumacza *ustnego*.

Czy tłumaczenie jest nam w ogóle potrzebne?

Zamiast bez namysłu tłumaczyć liczące setki stron dokumenty, warto zdecydować, które informacje należy faktycznie przetłumaczyć. Najlepiej zapytać o to samych odbiorców tekstu albo personel działu sprzedaży. Zwykle dokument do tłumaczenia można okroić z informacji niepotrzebnych obcojęzycznym klientom czy klientkom. Czy wykaz wszystkich działów, które przyczyniły się do sukcesu firmy, to naprawdę niezbędną informacją?

- Jedna z francuskich firm skróciła 500-stronicowy dokument o połowę, ponieważ tłumaczka ekspertka od razu zasygnalizowała, które fragmenty nie będą potrzebne zagranicznym odbiorcom.
- Kancelaria prawnicza w Kalifornii często zatrudnia wyspecjalizowanego tłumacza do sporządzenia szybkiego podsumowania japońskich patentów. Następnie wspólnie wybierają dokumenty do tłumaczenia w całości.



Tłumaczmy tylko istotne fragmenty dokumentów lub przygotowane na ich podstawie krótsze teksty.

Obraz mówi czasem więcej niż tysiąc słów

Nie polegajmy tylko na słowach.

Pokrętnie objaśnienia i specjalistyczne opisy niekoniecznie przykują uwagę międzynarodowych czytelniczek i czytelników. Inaczej będzie w przypadku trafnego użycia map, piktogramów czy wykresów. Ułatwi to także pracę osobie przygotowującej przekład i ograniczy ryzyko pomyłek. Dodatkowy plus? Niższy koszt tłumaczenia.

- Szwedzki gigant meblowy Ikea ma 316 sklepów w 38 krajach, w których mówi się w 25 różnych językach. W instrukcjach montażu firma posługuje się głównie rysunkami.
- Co roku po pięciu terminalach londyńskiego lotniska Heathrow dzięki pomocy piktogramów porusza się ponad 65 mln podróżnych z całego świata.



Używajmy słów tylko wtedy, gdy są one rzeczywiście konieczne albo będą najbardziej efektywnym sposobem przekazania informacji.

Od początku myślimy na skalę globalną

Lepiej unikać frazesów głęboko osadzonych w danej kulturze, odniesień do narodowych sportów czy tradycji oraz metafor wywodzących się z literatury czy kultury. Trzeba także ostrożnie podchodzić do wszelkich nawiązań do ludzkiego ciała, bo każda kultura ma do tej kwestii inne podejście.

Jeśli tekst jest ściśle powiązany z grafiką, której znaczenie poza granicami naszego kraju może być inne, przysporzy nam to tylko kłopotów. Tłumaczowi pozostaną wtedy jedynie niezdarne gry słowne i pokrętne metafory.

Odniesienia do brytyjskiej kultury nie zawsze będą zrozumiałe nawet w Stanach Zjednoczonych czy Kanadzie. Nie możemy więc oczekiwać, że cytowanie „Pana Tadeusza” będzie miało taki sam efekt w Japonii, co w Polsce.



Oczywiście odrobina lokalnego kolorytu nie zaszkodzi, ale warto zapytać osoby pracujące nad przekładem, czy adaptacja tekstu będzie możliwa.

Ile to będzie kosztować?

Tłumaczenie może być tanie, drogie, a nawet bardzo drogie. Chociaż wysoka cena nie zawsze oznacza wysoką jakość, należy pamiętać, że poniżej pewnej granicy cenowej raczej trudno będzie uzyskać przekład, na który zasługują nasza firma i nasze produkty. Płacąc na poziomie minimalnego wynagrodzenia, trudno mieć wygórowane oczekiwania.

Musimy patrzeć na sytuację realistycznie. Ile stron da się przetłumaczyć w ciągu godziny? Ile czasu tłumacz powinien poświęcić na pracę? A ile czasu nam samym zajęło napisanie tekstu?

Wybierając usługodawcę tłumaczeniowego, warto wyliczyć, ile czasu włożyliśmy w opracowanie produktu czy usługi, które chcemy reklamować za granicą. Jeśli nie stać nas na zatrudnienie profesjonalistki lub profesjonalisty, może nie jesteśmy jeszcze gotowi na międzynarodowy rynek.



Wartość dodana oferowana przez agencję tłumaczeniową — wybór tłumacza, zarządzanie projektem, kontrola jakości, konwertowanie plików, standaryzacja wielojęzycznych projektów itd. — też ma swoją cenę, ale zlecenie tych zadań firmie zewnętrznej na pewno oszczędzi nam wielu godzin pracy.

Czy styl ma znaczenie?

Golarka elektryczna Tehao RCCW-320: Przemycaj żyłkę (wartość referencyjna około 400 g) do mięśni w pionie. Następnie przeciągnij skórę i powoli się gol.

Takie tłumaczenia często są efektem wrzucenia tekstu do programu tłumaczeniowego lub oddania go w ręce nieznających biegle języka osób, które będą w pocie czoła wertować na przemian karty podręcznika do gramatyki i słownika. Tego typu przekład wywoła tylko drwiące uśmiechy.

Inna sytuacja: tłumaczenie oddaje sens oryginału, ale tekst mogłoby się czytać płynniej, a w składni i wyborze słownictwa nazbyt widoczne są wpływy języka, z którego zlecono przekład. Taki dokument raczej nie posłuży nam więc jako efektywne narzędzie sprzedaży, ale może wystarczyć zaznajomionym z tematyką odbiorcom, którzy potrafią czytać między wierszami (i mają na to czas).



Wielu dostawców jako standardową usługę oferuje tłumaczenie w celach informacyjnych.

A takiemu tłumaczeniu daleko do adaptacji

czy transkrecji. Aby uniknąć nieporozumień, należy od razu jasno zakomunikować nasze oczekiwania — najlepiej na piśmie.


Teksty tłumaczone wyłącznie na wewnętrzne potrzeby firmy czy tytułem informacji — poprawne, ale niedoszlifowane stylistycznie — wymagają zwykle mniejszego nakładu czasu i pracy i są w związku z tym tańsze niż dokumenty przeznaczone do publikacji.

Jeśli tekst ma na celu sprzedaż lub przekonanie czytelnika albo jeśli zależy nam na wizerunku, takie tłumaczenie będzie jednak niewystarczające.

Lepiej oprzeć się pokusie samodzielnego tłumaczenia.

Nasza biegłość w języku mówionym niekoniecznie gwarantuje lekkie pióro. Nawet jeśli regularnie prowadzimy negocjacje w języku angielskim, niemieckim czy francuskim oraz spędzamy dużo czasu za granicą, w większości wypadków nasz sposób pisania może pozostawiać wiele do życzenia.


Nie zawsze płynność w piśmie jest ważna. Oto niektóre przykłady: (1) główną zaletą produktu czy usługi jest cena (klientki i klienci, którym zależy na niskiej cenie, zniosą wiele, jeśli tylko uda im się zrozumieć główne przesłanie); (2) chcemy podkreślić element „obcości” (tak jak marka Audi, która w anglojęzycznych krajach posługiwała się sloganem „Vorsprung durch Technik”, czy firma Perrier reklamująca swoją wodę hasłem „H2Eau”).



Marzy nam się wypuszczenie produktu na rynek międzynarodowy? Lepiej zrezygnować z etnicznie zabarwionego podejścia. W wielu kulturach niezdarne użycie lokalnego języka nie jest postrzegane jako zabawne, lecz obraźliwe.

Tekst należy sfinalizować, zanim pracę nad nim rozpocznie tłumacz

Chociaż szybki start projektu tłumaczeniowego może być czymś kuszącym, w większości wypadków praca nad niedopracowanym szkicem dokumentu zajmie tłumaczącym dłużej — i będzie wiązać się z wyższymi kosztami (nie mówiąc o frustracji). Lepiej poczekać na ostateczną wersję tekstu. Co gorsza, im więcej wersji dokumentu, tym większe prawdopodobieństwo wprowadzenia błędów do końcowej wersji.




Czasem nie mamy jednak wyboru. Terminy nas gonią, więc praca nad przekładem musi się rozpocząć, zanim sfinalizujemy ostateczną wersję dokumentu. W takim wypadku należy jasno zaznaczać dla osoby tłumaczącej datę i godzinę każdej edycji oraz wszelkie zmiany w tekście.

Oprogramowanie do tłumaczenia

Jeśli mamy mało czasu i na własny użytek chcemy sprawdzić, o czym mówi dokument, programy tłumaczeniowe mogą okazać się przydatne. To zdecydowanie szybka i — jako że nic nas nie kosztuje — najtańsza z możliwych opcji.

Żelazna reguła: niezredagowanego tłumaczenia maszynowego nigdy nie należy używać do celów zewnętrznych (chyba że nasi klienci wyrazili na to jasną zgodę). Dlaczego? Po prostu się do tego nie nadaje. Odbiorcy mogą pomyśleć, że nie umiemy się wysłowić, albo — co gorsze — że nie grzeszymy rozumem. Jedną z opcji jest powierzenie edycji tłumaczenia maszynowego specjaliście w tej dziedzinie. Nie każdy się na to jednak zgodzi. Wiele tłumaczek i tłumaczy twierdzi, że wyniki tłumaczenia maszynowego są tak niezgrabne, że lepiej po prostu przetłumaczyć całość od nowa.



Niektórzy usługodawcy tłumaczeniowi opracowali swoje własne oprogramowanie dla konkretnych języków i tematyki. Użycie takiego programu do przetłumaczenia tekstu da dużo lepsze rezultaty niż posłużenie się ogólnodostępnym oprogramowaniem do tłumaczenia maszynowego. Wiązać się z tym będą jednak koszty, a całość powinna mimo wszystko zostać sprawdzona przez profesjonalistę.

O ograniczeniach związanych z tłumaczeniem maszynowym mówi się od dawna: kiedy programy tego typu dopiero pojawiały się na rynku, na łamach dziennika „The Wall Street Journal” przetestowano dwie bezpłatne usługi tłumaczenia maszynowego online. Oto wnioski: „Usługi te mogą się sprawdzić w podróży czy w przypadku listu od obcojęzycznej kuzynki. Lepiej nie używać ich jednak w kontekście biznesowym lub jeśli chociaż trochę zależy nam na dokładnym znaczeniu”.


Od tamtej pory dzięki udoskonalonym algorytmom jakość tłumaczenia maszynowego zdecydowanie się poprawiła, ale wciąż korzystanie z niego wiąże się ze sporym ryzykiem w przypadku tekstów, które czytać będą osoby spoza naszej firmy.

Tłumacz musi znać przeznaczenie tekstu

Przemówienie to nie to samo, co strona internetowa. Broszura marketingowa różni się od katalogu produktów. Nagłówek wykresu to co innego niż drogowskaz. Artykuł w brukowcu i prospekt emisyjny pierwszej oferty publicznej to zupełnie odmienne teksty.

Styl, łatwość wymowy, dobór słownictwa, długość zdań w tekście będą zależę od tego, gdzie ma on zostać opublikowany i jaki jest jego cel. Doświadczony tłumacz lub tłumaczka zapewne o to zapytają, więc musimy znać odpowiedź na to pytanie.

Najlepsze wyniki przyniesie długotrwała współpraca z zespołem tłumaczy. Im dłużej ona trwa, im lepiej osoby zajmujące się przekładem rozumieją filozofię naszej firmy, jej strategię i produkty, tym efektywniejsze będą przetłumaczone teksty.




Musimy poinformować osobę wykonującą tłumaczenie o przeznaczeniu tekstu. Dzięki temu będzie ona w stanie przygotować taką jego obcojęzyczną wersję, która w najefektywniejszy sposób przekaże nasz komunikat wybranym środkiem przekazu docelowym odbiorcom.

Nauczyciele, wykładowcy i studenci niekoniecznie znają się na tłumaczeniu

Wiele firm potrzebujących pomocy z obcojęzycznym tekstem w pierwszej kolejności zwraca się do wydziału językowego na miejscowej uczelni. Czasem takie podejście może się sprawdzić w przypadku tekstów do użytku wewnętrznego (np. chcemy dowiedzieć się, czym zajmuje się akurat konkurencja), ale jeśli chodzi o teksty zewnętrzne, zwłaszcza marketingowe, wiąże się z tym **ogromne** ryzyko.

Nauczanie języka obcego to trudna praca, do której potrzebne są konkretne umiejętności. Rzadko kiedy pokrywają się one z kompetencjami zapewniającymi płynne i stylistycznie poprawne tłumaczenie. Zatrudnienie studentki bądź studenta do przygotowania przekładu także może wydawać się dobrą, tanią opcją, ale w rzeczywistości może nas słono kosztować.



Chyba nie chcielibyśmy, żeby studenci medycyny dorabiali podczas studiów, wykonując drobne zabiegi chirurgiczne?

Wyobraźmy sobie, że nie mówimy jednak o medycynie, a tekście, nad którym pracujemy: czy opisałibyśmy naszą broszurę reklamową, pismo, raport roczny czy przemowę jako coś „drobnego” lub mniej istotnego?


Czy w ramach oszczędności zlecilibyśmy przygotowanie sprawozdania finansowego swojej firmy studentce rachunkowości?

Profesjoniści tłumaczą na swój język ojczysty

Tłumaczeniem katalogu produktów na język niemiecki i rosyjski zajmą się odpowiednio rodzimy użytkownik języka niemieckiego oraz rodzimy użytkownik języka rosyjskiego. Zgodnie z tą zasadą osoby, których językiem ojczystym jest polski, tłumaczą z języka obcego na polski.

Klienci potrzebujący usług tłumaczeniowych mogą nie być tego świadomi. Należy jednak wiedzieć, że tłumacze i tłumaczki lekceważący tę zasadę mogą nie przywiązywać wagi także do innych ważnych kwestii.


Zdarzają się oczywiście wyjątki, ale nie są one częste. Jeśli lingwista twierdzi, że zalicza się do tłumaczy rzeczywiście dwujęzycznych, wówczas warto poprosić o próbkę tłumaczeniową. Jeżeli nie ma w niej błędów rzeczowych, czyta się ją dobrze, a tłumaczka bądź tłumacz gwarantują taką samą jakość w przypadku tłumaczenia naszego dokumentu, nic nie stoi na przeszkodzie, by nawiązać współpracę. Czasami lingwiści specjalizujący się w konkretnej tematyce podejmują się przekładu na język obcy. Gotowy tekst powinien zostać w takim wypadku bardzo dokładnie zredagowany przez rodzimego użytkownika danego języka, wyculonego na kwestie językowe.

 **Czy tłumaczki i tłumacze mieszkający za granicą tracą kontakt z językiem ojczystym? W przypadku lingwistów oferujących tańsze usługi jest to możliwe. Natomiast prawdziwi specjaliści pielęgnują swoje zdolności językowe bez względu na to, w jakim kraju mieszkają.**

W jakim języku mówią docelowi odbiorcy tekstu?

Czy jest to hiszpański na potrzeby klientów w Madrycie, czy Meksyku? Angielski dla rynku brytyjskiego, czy amerykańskiego? Warto skontaktować się z zagranicznymi partnerami, by dokładnie poznać ich potrzeby w tym względzie.

Rodzaj odbiorców to także ważna kwestia. Czy tekst będzie czytać niemiecki personel medyczny, czy może pacjenci? Czy dokument do przetłumaczenia dotyczy ogólnodostępnych produktów oszczędnościowych, czy funduszy inwestycyjnych skierowanych do sektora finansowego w Luksemburgu? Należy także pamiętać, że w niektórych krajach dokumenty muszą być dostępne w przynajmniej dwóch językach — niestosowanie się do tej zasady może wiązać się co najmniej z karą pieniężną.

 **Musimy umieć mówić językiem naszych klientów, postawić się w ich sytuacji i zastanowić się, jak oferowane przez nas produkty i usługi mogą im pomóc. Konkretny, precyzyjny przekaz to najlepszy wybór. (Oczywiście to samo dotyczy oryginalnych, nietłumaczonych materiałów marketingowych.)**

Dociekliwy tłumacz to dobry znak

Nikt nie czyta tekstu tak dokładnie, jak pracujący nad nim tłumacz lub tłumaczka. Podczas lektury lingwista prawdopodobnie zwróci uwagę na niejasne fragmenty, które wymagają doprecyzowania.

To dobra wiadomość — zyska na tym także oryginalna wersja dokumentu.

- Kierownictwo jednej z europejskich firm z branży gier wideo zrozumiało swoją politykę prawa wykupu akcji dopiero wtedy, kiedy przeczytało angielskie tłumaczenie tekstu: osoba, która pracowała nad przekładem, zadawała wiele pytań, a zaprezentowana przez nią wersja tekstu była dużo jaśniejsza niż oryginał.
- „Zanim wyślemy nasze francuskie oryginały do druku, staramy się poczekać na przetłumaczone wersje”, mówi główny ekonomista jednego z dużych paryskich banków. „Powód jest prosty: zespół tłumaczeniowy śledzi tematykę pojawiającą się w naszych publikacjach. Dzięki jego krytycznemu spojrzeniu na tekst widzimy, które fragmenty oryginału należy dopracować”.



Dobrzy tłumacze rozkładają zdania na czynniki pierwsze, a dopiero później odtwarzają je w języku docelowym.

I nie stronią od zadawania pytań.

Im bardziej specjalistyczna tematyka tekstu, tym ważniejsza praca z tłumaczem bądź tłumaczką znającymi ją jak własną kieszeń.

Gdyby poprosić pięciu rodzimych użytkowników dowolnego języka o opisanie dowolnego produktu w 100 słowach, powstałoby pięć zupełnie różnych tekstów — niektóre z nich byłyby czytelniejsze niż inne. Osoby zaznajomione z daną tematyką prawdopodobnie napiszą lepszy tekst. Tak samo jest z tłumaczami.

W miarę możliwości należy poznać osobę tłumaczącą dokument — znajomość koordynatora lub koordynatorki projektu nie wystarczy; przecieź to tłumacze pracują nad przekładem. Dobrze by było, abyśmy my także dali się tłumaczowi poznać.




Komunikacja między zleceniodawcą a tłumaczem to podstawa. Osoby pracujące nad przekładem powinny doskonale orientować

się w danej tematyce. Jeśli tak nie jest, pora na zmianę usługodawcy. Tłumacze nie powinni dokształcać się w konkretnej tematyce kosztem zleceniodawcy projektu (chyba że obie strony na to przystały).

Ostatnia prosta: tłumacz powinien dokonać korekty tekstu złożonego do druku

Zawsze. Dobre intencje osób niepracujących jako lingwiści mogą mieć opłakane skutki: wprowadzanie zmian tuż przed opublikowaniem dokumentu (dodawanie nagłówków, podpisów pod zdjęciami, zmiana pojedynczych słów) — nawet przy najrzetelniejszych procedurach oraz współpracy z tłumaczkami i tłumaczami znającymi firmę od podszewki — potrafi zaważyć nad efektywnością tekstu.

O pomyłkę naprawdę łatwo. Dobrym przykładem może być różnica między liczbą pojedynczą a mnogą w niektórych polskich i angielskich słowach; po angielsku słowo „siedziba” zawsze występuje w liczbie mnogiej — *headquarters*, a o informacjach zawsze będziemy mówić w liczbie pojedynczej, czyli *information*. W takiej sytuacji naprawdę lepiej zaufać tłumaczowi.


 **Wszelkie zmiany wprowadzane do tłumaczenia należy zatwierdzić z pomocą rodzimego użytkownika danego języka, wyczulonego na kwestie językowe — najlepiej, by był to zawodowy tłumacz bądź tłumaczka. Zagrożenie stanowią tutaj samozwańczy eksperci z niesprecyzowanymi umiejętnościami — bez względu na to, jak dobre wrażenie zrobią na jednojęzycznym personelu. Z tych samych powodów zmiany w obcojęzycznych tekstach nie powinny być zatwierdzane przez telefon — łatwo przecież się przesłyszeć.**

Każdy język ma inne zasady typograficzne

Wielu drukarzy i pracowników biurowych nie zdaje sobie z tego sprawy lub nie traktuje tej kwestii poważnie i może starać się „poprawić” obcojęzyczny tekst tak, by spełniał ich własne standardy.

W języku francuskim między słowem a dwukropkiem stawia się spację, a cytaty zaznacza zupełnie innym cudzysłowem: « ». W języku niemieckim zaś wszystkie rzeczowniki pisane są od dużej litery. Chociaż w języku polskim nazwy miesięcy piszemy z małej litery, w języku angielskim należy stosować dużą literę. Spore zamieszanie w naszym języku może spowodować zwykły ogonek — lub jego brak:

„Dostawa: świeżutkie paczki” nie brzmi zbyt apetycznie, zwłaszcza w tłusty czwartek. Zgodniali klienci zamiast kartonowych paczek woleliby zapewne pączki.

 **Nawet jeśli błędy w złożonym dokumencie są błahe, ich suma zniechęci docelowych odbiorców. Należy bezwzględnie stosować się do konwencji typograficznych języka, na który dany dokument jest tłumaczony.**

Tłumacz a osoba dwujęzyczna

Zawodowi tłumacze nie zajmują się jedynie przekładem — oni piszą. Teksty ich autorstwa dobrze się czyta w języku docelowym. Zwykle osoby te biegle posługują się także językiem źródłowym, czasami więcej niż jednym. Jednak ich podstawową rolą jest skuteczne zmniejszanie dystansu między danymi językami. Potrafią odwzorować komunikat oryginału w swoim rodzimym języku za pomocą odpowiedniego stylu i terminologii.

Dwujęzyczność to coś zupełnie innego. Osoby dwujęzyczne biegle posługują się dwoma językami, ale niekoniecznie potrafią skutecznie przenosić informacje pomiędzy nimi, zwłaszcza na piśmie. Wiele osób, które opisać można jako dwujęzyczne, przecenia swoje umiejętności komunikacyjne.

Lina's, ekskluzywna francuska sieć sprzedająca kanapki, wypuściła anglojęzyczną kampanię reklamową, której celem było zaangażowanie międzynarodowych francyzobiorców. Slogan przygotował jeden z pracowników firmy — samozwańczy dwujęzyczny ekspert. Hasło brzmiało mniej więcej tak: „Jutro będziemy spodziewać się o twój dynamizm”. Reakcja? Zerowa.



Sama dwujęzyczność nie jest gwarancją biegłości w piśmie ani posiadania umiejętności tłumaczeniowych.

„Terminy specjalistyczne nie sprawiają wielu problemów tłumaczeniowych” — szeroko rozpowszechniony mit

To prawda: nazewnictwo naukowe w dziedzinach takich jak botanika czy zoologia jest nie tylko precyzyjne, ale i spójne na całym świecie — jeśli używa się go we właściwy sposób. Na przykład ilustrowany wykaz elementów dołączony do instrukcji konserwacji cysterny raczej nie sprawi wielu trudności w tłumaczeniu.

Jednak nawet osoby zawodowo zajmujące się techniką mogą popełnić błędy, pisząc tekst w swoim języku ojczystym.

Tłumacze specjalistyczni muszą zagwarantować, że przetłumaczoną wersję tekstu będzie czytać się tak dobrze, jak oryginał — a czasami nawet lepiej. Nie ma w tym nic nadzwyczajnego — kolejna para oczu może zauważyć niewychwycone dotąd mankamenty. Niewłaściwe użycie terminów specjalistycznych często wskazuje na to, że tematyka wykracza poza możliwości danego tłumacza. Jedną z opcji jest wówczas poproszenie eksperta lub ekspertki w danej dziedzinie o wkład oraz sprawdzenie tekstu.



Przed wysłaniem dokumentu do druku zawsze należy poprosić zawodowego tłumacza lub tłumaczkę o sprawdzenie poprawności

gramatycznej, składniowej, interpunkcyjnej oraz stylistycznej przekładu — zwłaszcza jeśli korzystamy z usług specjalistów, którzy nie są rodzimymi użytkownikami języka docelowego.

Wybór usługodawcy tłumaczeniowego

Atrakcyjnym broszurom i mocnym, bezkompromisowym chwytom marketingowym nie zawsze towarzyszą faktyczne umiejętności.

Warto poprosić potencjalnego usługodawcę tłumaczeniowego o próbki tekstów. Same nazwiska poprzednich klientów czy klientek nie wystarczą — należy zapoznać się z tekstami, które osoba ta przetłumaczyła. Rekrutując tłumaczkę lub tłumacza do pracy nad stroną internetową, warto poprosić o możliwość zapoznania się z innymi portalami, nad którymi pracował dany lingwista. Ta sama zasada obowiązuje w przypadku broszur i przemówień. Warto pokazać otrzymane próbki zaufanemu rodzimemu użytkownikowi języka, który jest wyczułony na kwestie językowe. Może to być ktoś z zagranicznej spółki zależnej lub obcojęzyczny partner biznesowy.

Jeśli osoba starająca się o zlecenie działa na rynku już od kilku lat, ale nie jest w stanie pokazać ani jednego przekładu, z którego byłaby dumna, zwiastuje to kłopoty — także dla niej.

Tłumaczy warto poinformować, że zostaną wymienieni wśród osób, które przyczyniły się do publikacji.



Umieszczenie w dokumencie imienia i nazwiska tłumacza bądź tłumaczki nic nie kosztuje — zmotywuje natomiast lingwistę do włożenia

w pracę jeszcze większego wysiłku. Uwaga: tłumacze mogą nalegać na zatwierdzenie korekty swojego tłumaczenia.

Bronią w ten sposób swojej reputacji, której mogą zaszkodzić zmiany wprowadzane do przekładu na ostatnią chwilę.

Wszystkim wyjdzie to na dobre, warto więc się na to zgodzić.

Przewidzieć to, co nieprzewidywalne: dobrym pomysłem jest przygotowanie firmowego glosariusza. (Zyskają na tym także oryginalne dokumenty — zachowanie spójności terminologicznej będzie o wiele łatwiejsze.)
Przygotowaniem jego dwu- lub wielojęzycznej wersji powinni zająć się tłumacze wraz z personelem wewnętrznym firmy.

Planowanie z wyprzedzeniem: firma, która zamierza wejść na zagraniczny rynek, powinna już teraz zacząć szukać tłumaczy i tłumaczek do współpracy. Gdy dokumenty do przetłumaczenia będą gotowe, należy dać tłumaczom jak najwięcej czasu na ukończenie projektu.


Musimy znać swoje potrzeby

Publikacja drukowana, dokument informacyjny, nieredagowane tłumaczenie maszynowe, a może streszczenie? Należy wiedzieć, jaki typ tłumaczenia będzie potrzebny (i w jakim budżecie powinien się zamknąć).

Jedno podejście to wyliczenie, ile osób będzie czytać tekst: mamy do czynienia z ogólnokrajową kampanią prasową, czy notatką informacyjną dla kilkunastoosobowego personelu? Warto zadać sobie pytanie, w jaki sposób pełne błędów tłumaczenie wpłynie na wizerunek firmy lub jej odpowiedzialność prawną.

Następnie należy uważnie przyjrzeć się budżetowi.

Na branżę tłumaczeniową składa się wiele nisz. Samą kategorię tłumaczy do publikacji podzielić można na szerokie spektrum usług i usługodawców (a także równie zróżnicowany cennik). Zespół, który świetnie przetłumaczył instrukcję obsługi oprogramowania, niekoniecznie sprawdzi się równie dobrze przy pracy nad raportem rocznym firmy.

 **Planując kampanię w drogich czasopismach lub na billboardach, najlepiej postarać się o usługę premium. W przypadku notatek wewnętrznych lub dokumentów z mniejszą liczbą odbiorców mniej starannie doszlifowany (i tańszy) tekst może okazać się wystarczający.**

Warto się zaangażować

Aby uzyskać żądany efekt, należy poświęcić czas na przekazanie usługodawcom wszystkich niezbędnych informacji na temat projektu.

Polecenie asystentowi czy asystentce: „proszę zorganizować tłumaczenie tego dokumentu” nie zajmie więcej niż 10 minut — ale warto poświęcić tyle samo czasu na rozmowę z tłumaczem (albo koordynatorem projektu). Dlaczego jest to tak ważne? Ponieważ w przeciwnym razie projekt może wiązać się ze sporymi kosztami — i sporym stresem.



Wykaz zawodowych tłumaczy ustnych i pisemnych znaleźć można na stronie ITI: www.iti.org.uk

Institute of Translation
and Interpreting
Suite 141, Milton Keynes
Business Centre,
Foxhunter Drive, Linford Wood,
Milton Keynes, MK14 6GD
+44 01908 325250
www.iti.org.uk

Tekst: Chris Durban ©2022
Publikacja: ITI, 2014 r.
Tłumaczenie: Alicja Tokarska
Redakcja i korekta:
Jadwiga Ruchlewska
Łamanie: Mark Richardson



Projekt tłumaczeniowy może się nie udać z setek powodów:

nierealne terminy, dwuznaczność tekstu źródłowego (którą dodatkowo pogarsza brak pytań ze strony osoby tłumaczącej), nieprawidłowe użycie tłumaczenia maszynowego (MT), brak korekty złamanego tekstu przez rodzimego użytkownika języka, ignorancja ze strony zbyt pewnego siebie i działającego w próżni tłumacza, nieumiejętne zarządzanie dużym projektem, tani tłumacz oferujący złą jakość usługi, drogi tłumacz oferujący złą jakość usługi, tania agencja tłumaczeniowa oferująca złą jakość usługi, droga agencja tłumaczeniowa oferująca złą jakość usługi, brak wkładu klientki lub klienta... przykłady można by mnożyć dalej.

Zastosowanie choć połowy przedstawionych tu porad pozwoli uzyskać przekład, który pomoże nam osiągnąć zamierzone cele.