

# Překlady a jak na to

Průvodce pro zadavatele překladů



**JTP**

Jednota tlumočnicků a překladatelů  
[www.jtpunion.org](http://www.jtpunion.org)



**ITI**

Institute of Translation & Interpreting  
[www.iti.org.uk](http://www.iti.org.uk)

**Pro zákazníky, kteří neznají jazyk, do kterého potřebují přeložit text, je zadávání překladů často sázkou do loterie. V tomto průvodci najdete rady, jak se většině problémů vyhnout.**

# Je překlad opravdu nutný?

Před zahájením překladu celého (často i mnohasetstránkového) materiálu je mnohem lepší se se zákazníkem dohodnout, které části dokumentu přeložit. Většinou lze snadno vypustit tzv. „omáčku“, sebeckválu a seznam všech vnitropodnikových oddělení, která mají lví podíl na úspěšnosti podniku. Tyto pasáže mohou působit kontraproduktivně a často vyvolávají představu arogantního podniku, který se stará jenom sám o sebe.

- V roce 1999 zkrátila jedna francouzská finanční instituce za pomoci zkušeného překladatele svůj 500stránkový materiál na 230 stránek. Překladatel jí před zahájením vlastního překladu pomohl vyhledat zbytečné stránky a ty, které nemají význam pro zahraniční klienty.
- Kalifornská právní firma, zabývající se patentovou problematikou, pravidelně povolává specializovaného překladatele k prohlídce materiálů v japonštině. Překladatel ji stručně ústně informuje o obsahu dokumentu a společně s právníkem pak rozhoduje o tom, co je vlastně třeba kompletně přeložit.

**Nechte přeložit jen odpovídající části již existujících materiálů, nebo vytvořte a zadejte k překladu jen kratší dokument ve svém rodném jazyce.**

# Obrázek vydá za tisíc slov

Nespoléhejte jen na slova. Přiměřené používání mapek, piktogramů a grafů může být mnohem účinnější než literární „díla“ a přetechnizované popisy. Navíc to usnadňuje práci překladatele. Snižuje se totiž riziko, že ztroskotá na přesném odborném termínu. Menší rozsah překladu samozřejmě znamená i nižší náklady.

- Švédský nábytkářský gigant IKEA má 159 obchodních domů. Jsou ve 29 zemích, kde se mluví 17 různými jazyky. V montážních návodech pro zákazníky používá především grafické prvky bez slova. 80 % návodů tvoří výhradně obrázky a zbývajících 20 % je text obsahující bezpečnostní pokyny.
- Londýnským letištěm Heathrow prošlo v roce 2001 více než 60 milionů cestujících ze všech koutů světa. Všechny čtyři letištní terminály používají mezinárodně srozumitelné piktogramy.

**Text používejte jen tehdy, je-li to nezbytně nutné, resp. tam, kde je nejúčinnějším způsobem komunikace.**

Jaký je rozdíl mezi tlumočením  
a překladem?

**Překlad** je projev písemný,  
**tlumočení** ústní.

Překladatelé překládají  
a tlumočníci tlumočí.

# Od samého počátku přemýšlejte v mezinárodních rozměrech

Vyvarujte se používání typicky českých obrátů ve výchozím českém textu, který má být přeložen. Výrazy z oblasti ledního hokeje se mohou minout účinkem. Pozor na narážky na jednotlivé části těla, které v různých kulturách vyvolávají odlišné asociace.

U psaných dokumentů je třeba se vyhnout slovním hříčkám, které mají mít nějaký vizuální efekt. V různých zemích mohou totiž vyvolávat různé představy. Překladatelé jsou pak nuceni používat nevhodné slovní hříčky, nebo se musí uchýlit k těžkopádnému překladu opisem.

Všichni si jistě pamatujeme na anglický film *The Full Monty*. Ministerský předseda Tony Blair řekl v projevu před japonskými investory v roce 1998, že britská vláda chce při oživení ekonomiky maximálně využít všech dostupných prostředků. Použil přitom výraz „the full monty“ (tedy doslovně: „úplně do naha“). Protože v Japonsku film ještě nedávali, vyvolalo to zděšení.

**Považujete-li to za nezbytné, ponechte v textu určité místní prvky. Konzultujte je však s týmem, který se stará o mezinárodní úpravu dokumentu, aby bylo možné je přeložit. V písemných materiálech nezapomínejte uvádět u čísel telefonů a faxů předvolbu státu.**

# Co to bude stát?

Cena za překlad může být jak velmi nízká, tak i vysoká. Vysoká cena nemusí být ještě zárukou vysoce kvalitního překladu. Přesto bychom si však dovolili tvrdit, že pod určitou cenou jenom stěží získáte překlad, který bude dobrou vizitkou podniku a jeho produktů.

Uvažujte reálně. Kolik stránek je překladatel podle vašeho názoru schopen zpracovat za hodinu? Jak dlouho by se měl zabývat úpravami textu, který je určen k propagaci výrobků a služeb podniku? (A kolik času strávil podnikový tým při tvorbě originálu!?)

Při volbě dodavatele překladatelských služeb mějte na paměti, kolik času jste věnovali vývoji výrobků či služeb, které chcete v zahraničí propagovat. Nemáte-li dostatek prostředků na zaplacení kvalitního profesionálního překladatele, zvažte, zda jste připraveni vstoupit na zahraniční trhy.

**Co vlastně dělá kvalitní překladatelská agentura za peníze, které inkasuje? Vybírá vhodné překladatele, zajišťuje řízení projektů, kontroluje kvalitu překladu, formátuje soubory... Samozřejmě, že to něco stojí, ale zákazníkovi to může v konečném důsledku ušetřit spoustu času (a také peněz). Funguje-li ovšem agentura jenom jako tzv. „pošt’ák“, tj. vezme zadaný text k překladu, pošle jej překladateli a hotový text vrátí bez jakékoli kontroly zadavateli, je lepší domluvit se s překladatelem přímo.**

Překladem informativním rozumíme přesný a kvalitní překlad bez stylistické a grafické úpravy. Většinou je dodán v kratší lhůtě a levněji než skutečně špičkový překlad určený k publikování.

Chcete-li však prodávat nebo působit přesvědčivě, nebude informativní překlad nejspíš dostatečným řešením.



# Význam stylu

Návod k použití „antény dalekohledné VHF“: typ UVR-AV888B  
(Výrobce QIAO HUA, dovozce taktně zamlčen.)

1) Nový styl, vědecký náčrtek.

...

9) Opatrnost: nelze exponovat anténu ve vlhkost či rozparek.

Některé překlady jsou beznadějně ztracené již od samého počátku. Často se jedná o strojový překlad bez redakční úpravy. Může to ale být výsledek práce překladatele, který zápolí s překladem třímaje gramatiku v jedné ruce a slovník v ruce druhé. Takový překlad je dobrý jen pro zasmání.

Jiné překlady mohou být sice technicky přesné, ale jejich věty jsou kostrbaté. Jazyk originálu tu nežádoucím způsobem ovlivňuje slovosled nebo slovní zásobu překladu v jazyce cílovém. Takové překlady nelze použít jako účinný nástroj prodeje. Jsou dostatečně dobré jen k tomu, aby věcně znalý čtenář, který umí číst mezi řádky, pochopil obsah sdělení.

**Celá řada překladatelů či překladatelských agentur běžně dodává texty určené „pro informaci“. Ty rozlišuje od „přepřacovaných“, resp. „stylisticky upravených“ materiálů. Specifikujte požadovaný druh překladu písemně hned při zadání zakázky. Vyhněte se tím pozdějším nedorozuměním.**

# Odolejte pokušení udělat si vše sami

Mluvený a psaný projev se navzájem liší. Skutečnost, že dotyčný plynně hovoří daným jazykem, není ještě zárukou, že je schopen i stylisticky správného písemného projevu. Když lidé, kteří často pobývají v cizině a běžně vedou jednání v angličtině, francouzštině, němčině či španělštině, napíše text, bude v 99 případech ze 100 okamžitě znát, že jej psal „cizinec“.

To může nebo nemusí hrát významnou roli. Nemusí to mít význam, pokud (1) hlavní předností vašich výrobků je cena (zákazníci, kterým jde jenom o cenu, snesou hodně, pochopí-li alespoň základní věci) nebo (2) chcete zvýraznit určitý cizorodý prvek (např. angličtina českých zpěváků, čeština některých cizinců v českých médiích, případně „Rudý bratr tě chápat“ v překladech románů Karla Maye).

**Chcete-li získat svým výrobkům a službám mezinárodní renomé, měli byste asi zvolit poněkud odlišný přístup. V mnoha kulturách je neobratné či nevhodné používání jazyka, zvláště pak ze strany cizinců, považováno za urážlivé a nikoliv za zábavné.**

## K překladu předávejte až finální verzi textu

Začít s překladem co nejdříve je velmi lákavé. Ovšem pozor! Riskujete, že překládáním ještě nedokončeného textu ztratíte nakonec více času, než vyčkáte-li na jeho finální podobu. Vyšší počet verzí zvyšuje i pravděpodobnost znásobení výskytu chyb v konečném znění.

**Někdy nemáte na výběr. Termíny mohou být tak napjaté, že překlad musí začít ještě před dokončením definitivní verze, která je překládána. V takovém případě nezapomeňte pečlivě označit jednotlivé verze datem a časem jejich vzniku. Také veškeré změny je třeba jasně vyznačit, aby o nich měli překladatelé přehled.**

# A co takhle strojový překlad?

Strojový překlad je užitečný, jste-li v časové tísní a potřebujete-li znát obsah nějakého materiálu pro použití v rámci podniku. Je velice rychlý a levný, velmi často zadarmo.

Bez předchozího výslovného souhlasu svých zákazníků byste však neměli žádný neupravený strojový překlad mimo podnik používat. Riskujete totiž, že text bude nesrozumitelný a navíc si s ním uděláte ostudu.

Možným řešením je pečlivá úprava strojového překladu zkušeným překladatelem. Ne všichni jsou však ochotni takové zakázky přijímat. Mnoho překladatelů zcela po pravdě prohlašuje, že texty vytvořené počítačovými programy jsou natolik špatné, že je rychlejší přeložit je znovu od začátku.

Toto je autentický český „překlad“ pořízený internetovým překladačem, který je zdarma.

Pamatovat jaký ty příboj

Tak základním způsobem kdy? váš použití Yahoo, Lycos, HotBot, nebo trochu hledat engines, a váš jsi stránkování pro the results vašich dotaz, the stáhnout funkce takes the strana ty jsi viewing a converts všechny golfové hřiště do váš favorites databáze ...

**Existují dodavatelé překladatelských služeb, kteří si pro určité jazykové kombinace a specifickou problematiku vyvinuli vlastní software. Ten však stojí dost peněz a v převážné většině případů vyžadují i jeho výstupy redakční úpravu překladatelem.**

Deník Wall Street Journal nechal v říjnu roku 2000 zkušebně přeložit texty pomocí dvou automatických internetových překladačů. Došel k závěru, že „tyto služby jsou použitelné pro lidi na cestách nebo pro ty, kteří potřebují přeložit dopis od bratrance z druhého kolena. V žádném případě nejsou vhodné pro podnikatelské účely nebo pro cokoli, co jen vzdáleně vyžaduje přesnost.“

(Rubrika A Closer Look z října 2000.)

# Sdělte překladateli účel překladu

Mluvený projev není internetová stránka. Marketingové materiály jsou něco jiného než prodejní katalog. Grafické záhlaví není směrový ukazatel. Článek v Blesku je něco jiného než prospekt emitenta cenných papírů.

Podle účelu použití se liší styl, způsob vyjadřování, slovní zásoba i délka vět. Zkušený překladatel by měl takové informace požadovat. Buďte připraveni mu je poskytnout.

Francouzská elektrárenská společnost Electricité de France publikovala v roce 1999 v řadě renomovaných novin a časopisů celostránkovou ódu na svoje zkušenosti. Za tuto reklamu zaplatila téměř 160.000 eur (cca 5 milionů korun). Neobratný anglický překlad značně poškodil její mezinárodní pověst „EdF nabízí konkurenčněschopná energická řešení“. Dodavatel překladu nedostal žádné podrobnější informace (a ani o ně nežádal) a „zplodil“ něco, co považoval za vnitropodnikovou zprávu. Je ovšem pravda, že na rozdíl od ceny za reklamu nestál celý překlad EdF ani 100 eur (cca 3 tisíce korun)!

**Nezapomeňte překladatele informovat, k čemu má text sloužit. Jen tak může dodat překlad, který co neúčinněji osloví příslušnou cílovou skupinu.**

# „To přeloží můj známý, vždyť’ je profesor jazyků“ - pouze na vaše vlastní riziko!

Celá řada podniků, které potřebují něco přeložit, kontaktuje nejprve své známé nebo místní školu či univerzitu. To může v některých případech stačit pro překlady cizích materiálů (tj. snažíte-li se zjistit, co to vlastně konkurence chystá). V případě marketingových textů je však takový postup nesmírně riskantní.

Učit cizí jazyky je velice náročné a vyžaduje to zvláštní schopnosti. Jen málokdy jsou však shodné se schopnostmi potřebnými k vytváření čtivých a stylově čistých překladů. Riziko dále vzrůstá, zadáte-li překlad studentům, přestože se na první pohled jedná o lákavé a levné řešení (nebo možná právě proto).

**Jestlipak byste souhlasili s tím, aby medicí prováděli méně důležité operace a financovali tak své studium? Označili byste svoji brožurku, dopis, výroční zprávu nebo projev za „méně důležité“? Nechali byste finanční výkazy podniku vypracovat studentům, abyste trochu ušetřili?**

# Profesionální překladatelé překládají do svého rodného jazyka

Chcete-li nechat přeložit katalog do němčiny a do ruštiny, musí být přeložen německým a ruským rodilým mluvčím. Rodilí angličtí mluvčí překládají z cizích jazyků do angličtiny. Protože jste kupujícím překladatelských služeb, nemusíte to vědět, ale překladatel, který toto základní pravidlo porušuje, zřejmě nedodrжуje ani další zásady profese.

Samozřejmě, že existují výjimky, není jich ale mnoho. Pokud překladatel tvrdí, že je jednou z nich, požádejte jej o vzorek jeho práce nebo překlad na zkoušku. Jestliže je překlad věcně správný, dobře se čte a překladatel dává záruku, že zadávaný text bude přeložen stejně kvalitně, proč ne? Takový překlad však musí před zadáním do tisku pečlivě zkorigovat rodilý mluvčí se znalostí jazykové a odborné problematiky nejen v cílovém, ale i ve výchozím jazyku. Nestačí, aby ho „jen tak prošel“. Navíc ani rodilý mluvčí není vždy zárukou správného překladu.

**Ztrácejí překladatelé, kteří žijí v zahraničí, kontakt se svým rodným jazykem? U méně kvalitních překladatelů to možná platí. Skuteční profesionálové se však vždy snaží zůstat v maximálním možném kontaktu se svým rodným jazykem, ať jsou kdekoli. Zároveň pečlivě sledují vývoj jazyka a reálií v zemi, v které působí.**



# Jakou řečí čtenáři hovoří?

Britskou nebo americkou angličtinou? Evropskou nebo mexickou španělštinou? Kontaktujte své zahraniční partnery a zjistěte přesně jejich požadavky.

Velmi důležitým aspektem je i použitý rejstřík výrazů. Je anglicky psaný dokument určen čtenářům, jejichž mateřským jazykem není angličtina? Jedná se o němčinu určenou lékařům a zdravotnickému personálu, nebo jejich pacientům? Prodáváte krém na boty do zemí třetího světa, nebo podílý investičního fondu lidem s vysokými příjmy?

Americké ministerstvo pro místní rozvoj si v roce 1999 objednalo překlad osmistránkové brožurky pro Jamajku. Text byl navíc omylem přeložen do místního jamajského dialektu. Jamajské velvyslanectví ve Washingtonu text odmítlo se slovy: „Naprostý zmetek, v Karibské oblasti zcela nepoužitelný. Předložený styl považujeme za urážlivý“, dodalo Jamajské velvyslanectví. Jamajská vláda totiž všechny dokumenty publikuje ve standardní angličtině.

**Jazyk dokumentu by měl být přizpůsoben jeho čtenářům. Vžijte se do situace spotřebitelů a zkuste si představit, jak splňují nabízené výrobky a služby jejich potřeby. Buďte konkrétní a vysvětlete věci srozumitelně. (To samozřejmě platí i o propagačních materiálech v češtině.)**

# Překladatel se ptá?! To je dobré znamení!

Nikdo nechte materiály tak pečlivě jako překladatel, který přitom může narazit na nejasné pasáže. Ty je třeba lépe vysvětlit. Zadavateli překladu to umožní zdokonalit vlastní originál.

- Evropská firma specializovaná na videohry přiznává, že vlastně nechápala svůj program zaměstnaneckých akcí. Až do chvíle, kdy zadala jeho překlad do angličtiny. Překladatel měl spoustu otázek a poté dodal překlad, který byl mnohem srozumitelnější než výchozí text.
- Vedoucí pracovník jedné z nejvýznamnějších pařížských bank říká: „Než zadáme francouzský originál do tisku, vždy se snažíme počkat na jeho překlad do jiného jazyka, a to z jednoduchého důvodu. Překladatelé pečlivě sledují oblast, ve které pracují. Jejich kritický pohled nám tak pomáhá nalézt slabé stránky originálu.“

**Dobrý překladatel nejprve podrobí větu pečlivé analýze a teprve potom ji začne překládat. Přitom se neustále ptá. Neberte to jako známku toho, že překladatel není dostatečně kvalifikovaný nebo že obtěžuje. Je tomu právě naopak, a je to ve vašem vlastním zájmu!**

# Čím odbornější je překládané téma, tím hlubší věcnou znalost problematiky musí mít překladatel

Jestliže pěti roditelům mluvčím libovolného jazyka zadáte několik základních údajů a požádáte je, aby 100 slovy popsali výrobek, získáte pět odlišných textů. Čtivost jednotlivých textů se bude lišit. Dokonalejší texty většinou napíší lidé s hlubší znalostí problematiky. To samé platí i v případě překladatelů.

Udržujete-li dlouhodobé vztahy s překladatelem nebo překladatelským týmem, výsledky budou lepší. Čím déle s nimi spolupracujete, tím lépe chápou podstatu a strategii vašeho podnikání a rozumí vašim výrobkům. Díky tomu jsou pak schopni dodávat dokonalejší překlady.

Pokud je to jen trochu možné, snažte se poznat překladatele osobně. Nestačí jednat jen s vedoucími překladatelských týmů. Musíte znát přímo ty, kteří překlady vytvářejí. Nezapomeňte si zajistit, aby i oni znali vás.

**Komunikujte s překladateli. Měli by dobře znát překládanou problematiku. V opačném případě je načase změnit dodavatele překladů. Překladatelé by se neměli odborné problematice učit na váš účet. Není-li to ovšem s vašim výslovným souhlasem, například když si chcete vychovat vlastní překladatelský tým.**

# V cílové rovince: Nezapomeňte na předtiskovou korekturu překladatelem

Z tohoto pravidla neexistuje žádná výjimka. Ani tam, kde máte vyzkoušené postupy a využíváte služeb překladatelů či agentur, které vaši organizaci znají do nejmenšího detailu. Změny na poslední chvíli, které v dobré víře udělají pracovníci bez jazykového vzdělání a praxe (např. záhlaví, popisky obrázků, změna pořadí slov), mohou zcela zkazit dojem z jinak bezvadného dokumentu.

„In case of emergency press the bottom.“ (Tedy: „V případě nebezpečí stiskněte zadek.“) Tento návod, jak se chovat v případě požáru, najdete ve výtahu jednoho pražského hotelu. Ptáte se: „Co to je za nesmysl?!“ Nekvalifikovaný překladatel „pouze“ zaměnil slovo „button“ (tlačítko) za „bottom“ (zadek).

V čekárně cizineckého oddělení Veřejné bezpečnosti byla svého času na tabuli vyvěšena v několika jazycích informace o pasových záležitostech. Bod stanovující, že děti od 15 let výše musí mít vlastní pas, byl přeložen „da 15 ani in più“ (anni = roky, ani = řitě). O jedno n méně zpatnácteronásobilo zádě. Překladatel určitě neviděl definitivní verzi tisku na tabuli. Rodilý návštěvník však opravu učinil a druhé n dopsal. Příslušný policista (pardon, tenkrát příslušník), přesvědčen však o správnosti vyvěšeného oficiálního textu, je opět smazal.

**Nezapomeňte nechat projít změny na poslední chvíli korekturou rodilého mluvčího, který má jazykový cit. Nikdy neměňte text v cizím jazyce po telefonu. Určitě někdo něco přeslechne.**

# Různé jazyky mají odlišné typografické požadavky

Je mnoho tiskáren i lidí v podnicích, kteří to nevědí, případně to nepovažují za důležité. Automaticky pak „přizpůsobují“ text v cizím jazyce tak, aby odpovídal jejich vlastním typografickým normám.

Ve francouzštině se například mezi slovem a dvojtečkou za ním následující dělá mezera. Uvozovky se píší ve tvaru << >>. V němčině se píší podstatná jména s velkým počátečním písmenem. V angličtině se píší s velkým počátečním písmenem názvy dnů a měsíců. To ale neplatí o češtině, španělštině nebo francouzštině, kde se píší s malými písmeny. A nezapomeňte na správnou diakritiku. V angličtině se apostrof nepíše jako ´, ale '. A mohli bychom pokračovat do nekonečna.

V italštině znamená „e“ české „a“, „à“ značí „je“, pak je tam i „é“, ale tiskařům často tyto rozdíly nic neříkají. Pracovník DTP studia si „přehození“ či přímo vynechání akcentu zdůvodní tím, „že to nemá ve fontech“.

**I když jsou jednotlivé chyby sazby někdy zanedbatelné, celkově však čtenáře odrazují. Typografické zvyklosti cílového jazyka je třeba vždy respektovat.**

# Překladatelé a bilingvní osoby: Jedna vlašťovka jaro nedělá

Profesionální překladatelé jsou skutečnými autory. Jejich překlad musí být stejně čtivý jako originální text. V převážné většině případů se jedná o osoby, které plynně hovoří i jazykem, ze kterého překládají. Nejdůležitější je však jejich schopnost převést smysl originálu do přeloženého textu, a to včetně vhodného stylu a terminologie.

Dvojjazyčnost je něco jiného. Ano, takové osoby plynně hovoří dvěma jazyky. To však nezaručuje, že stejně dobře zvládají přenos informací mezi nimi, především pak v písemném projevu. „Já jsem bilingvní“, říkají často lidé, kteří přeceňují svoje komunikační schopnosti.

Z českého návodu k ošetřování jednoho konfekčního výrobku ze Slovenska se dozvídáme, že:

je z materiálu dovezeného z ... krajín EU  
nevyžaduje žádnou zvláštní starostlivosť  
a nemá sa sušiť pri vykurovacích zariadeniach

**Bilingvismus ještě nemusí být zárukou překladatelského talentu ani schopnosti psát čtivé texty. Většina z nás má pocit, že je ve slovenštině jako doma. Přesto jen těžko napíšeme správně slovenský text. Jak je vidět z výše uvedeného příkladu, platí to i naopak.**

Obecně rozšířený mýtus:

## Technické překlady nejsou nic těžkého

Samozřejmě, odborná terminologie (z oblasti botaniky, biologie atd.) je pevně dána a je neměnná, je-li ovšem správně použita. Přeložit seznam náhradních dílů s výkresy je na první pohled velmi snadné.

Problém je ale v tom, že odborníci, kteří píšou technické texty ve svém mateřském jazyce, jsou jenom lidé. Někdy používají nevhodná synonyma nebo nesprávný styl textu. Dělají stejné chyby, jako jakýkoli jiný autor.

Proto musí být překladatelé těchto textů stejně pozorní jako překladatelé jiných materiálů. Musí totiž zajistit, aby jejich překlad byl stejně čtivý jako originál. Protože překlad je výsledkem práce dalšího odborníka, může být i lepší.

Nesprávně použitá terminologie často svědčí o tom, že překladatel si na sebe vzal úkol, na který nestačí. Možným řešením je mít v podniku experta na danou problematiku, který dá překladateli k dispozici terminologický glosář a zkoriguje finální překlad po obsahové stránce.

**Překlad musí vždy projít před zadáním do tisku korekturou profesionálního překladatele (z hlediska gramatiky, stylu, větné stavby). Jestliže nemáte v podniku odborníky, pro které je jazyk překlada mateřským jazykem, platí to dvojnásob.**

# Výběr dodavatele

Nechme stranou prospekty na křídovém papíru i reklamní slogany a podívejme se do kuchyně potenciálního dodavatele překladatelských služeb.

Vyžádejte si vzorky jeho práce. Reference se jmény zákazníků nestačí. Musíte vidět vzorek práce, který považuje za reprezentativní. Jestliže vybíráte mezi uchazeči o překlad svých internetových stránek, požádejte je o adresy těch, které již přeložili. Stejně postupujte v případě projevů nebo brožur. Nechte vzorky přečíst rodilému mluvčímu, který má cit pro jazykovou problematiku (může to být někdo ze zahraniční pobočky vaší společnosti nebo z partnerské firmy), a požádejte jej o stanovisko.

Jestliže překladatel pracuje v oboru několik let a není schopen dodat uspokojivý vzorek práce, koledujete si o problémy (zřejmě je má i takový potenciální dodavatel).

Řekněte překladatelům, že v přeložených materiálech zveřejníte poděkování s uvedením jejich jména, fotografie a adresou tiskárny.

**Zveřejnit takovéto poděkování překladatelům vás nic nestojí a překladatele vede k odvedení špičkového výkonu. Trvají-li na konečné korektuře obtahů před tiskem, aby se chránili proti změnám z vaší strany, neváhejte s tím souhlasit. Takový postup je ku prospěchu všech.**



**Bud'te p'edv'ídav'í. Uva'žujete-li o budouc'ím vstupu na zahraniční trhy, začn'ete již nyní hledat talentované p'ekladatele. A jakmile budete vytvá'řet texty, které se mají p'ekládat, myslete na to, že kvalitní p'eklad vyžaduje dostatek času. Sna'žte se být maximálně nápomocni. Zvažte možnost zpracování vnitropodnikového glosáře. Spolupracujte s p'ekladateli i s pracovníky podniku na vypracování vícejazyčné verze tohoto glosáře. Mimo jiné je to i vynikající způsob, jak zavést pořádek do vlastních textů.**

# Ten umí to a ten zas tohle ...

Jaký překlad vlastně potřebujete? Informativní, strojový překlad, k publikování (internetové stránky nebo prospekt emitenta cenných papírů)... A jaký máte rozpočet?

Jedna z možností: Spočítejte si, kolik lidí je v cílové skupině čtenářů daného textu. Jedná se o celostátní kampaň v tisku nebo o interní zprávu pro 12 zaměstnanců? Nakolik poškodí špatný překlad pověst a důvěryhodnost podniku? A nyní znovu zvažte rozpočet na překlad.

Trh překladů je trhem, kde existuje bezpočet možností specializace. To platí i o dodavatelských překladů určených k publikování. Existuje jich celá řada a jejich ceny jsou také různé. Překladatelský tým, který perfektně přeložil váš podnikový software, nemusí být nejhodnější pro překlad výroční zprávy.

**U marketingových materiálů na křídovém papíru nebo u směrovek na mezinárodním letišti je třeba se poohlédnout po špičkovém překladateli, který ovšem není zadarmo. V případě interních zpráv nebo materiálů pro omezený okruh čtenářů stačí méně dokonalý překlad, který je také levnější.**

# Spolupráce je nutná

Nejlepší cesta, jak si při překladu způsobit problémy, je dát od všeho ruce pryč. Pokud si nedáte práci a neposkytnete překladateli dostatek informací, splní výsledek vaše očekávání jen těžko.

Možná, že to trvá o 10 minut déle, než když řeknete své sekretářce: „Dejte to přeložit, prosím.“ Pokud však těch deset minut věnujete rozhovoru s překladatelem (a někdy i jen s vedoucím překladatelského projektu), zřejmě si později ušetříte mnohem víc času a starostí.

## Sponzoři projektu:



[www.star-transit.cz](http://www.star-transit.cz)



Institute of Translation  
& Interpreting



---

Návrh/redakce: Antonio Aparicio  
Originální anglický text: Chris Durban

Český překlad a úprava textu: Otto Pacholík

E-mail: [info@translationprofessional.com](mailto:info@translationprofessional.com)  
ISBN 80-86261-17-4 © A. Aparicio & C. Durban 2002

Překladatelský projekt lze zkazit všemi možnými způsoby. Může se jednat o nesmyslně krátké termíny, nejasnosti ve výchozím textu (znásobené tím, že se překladatel nezeptá), nesprávně použitý strojový překlad, absenci korektury textu roditelým mluvčím před tiskem, blaženou nevědomost příliš sebevědomého překladatele, který pracuje bez kontaktu s okolím, špatnou koordinaci rozsáhlého překladatelského projektu, špatného levného překladatele, špatného a ještě k tomu drahého překladatele, špatnou levnou překladatelskou agenturu, špatnou a ještě k tomu drahou překladatelskou agenturu, nedostatek informací od klientů atd. atd. Využijete-li alespoň polovinu tipů, které jsou uvedeny v této brožurce, zvýšíte tím své šance, že dostanete překlad, který si zaslouží, aby byl hoden toho jména.