

BILTEN PREVAJALSKE AGENCIJE PSD

Naj bo ta bilten samo podaljšana izdaja tistega kar smo začeli pred kratkim.

Seveda smo se, tako kot vedno, potrudili, da vam ne bo dolgčas...

Prevajanje sedaj in v prihodnosti

Tematiko, katero smo načeli v uvodni številki, razvijamo tudi v tokratni izdaji. Zakaj toliko prahu okrog nečesa, čemur drugi ne posvečajo toliko pozornosti? Ker gre za informiranost naročnika in sploh vseh, ki lahko s pomočjo strokovnjakov na področju prevajalskega procesa dojamajo zakaj obstajamo prevajalci, bodisi samostojni, bodisi združeni v skupnost, poimenovano agencija.

Tokrat bomo tematiko razdelili na tri dele, in sicer:

1. VODIČ ZA NAKUP PREVODA ali GETTING IT RIGHT (A guide to buying translations)

Za nejezikoslovce je naročanje prevodov pogosto vir frustracij, zato so napotki v tem vodiču namenjeni predvsem zmanjšanju stresa pri takem opravilu:

Vprašanje 1. Ali je prevod resnično potreben?

S svojimi klienti se dogovorite, kateri dokumenti morajo biti resnično prevedeni. V prevajanje ne pošiljajte celotnih dokumentov s stotinami strani, saj od tega ne vi, ne vaši klienti nimate prav nobene koristi. Raje pametno odstranite dele, kateri niso tako zelo pomembni in o katerih se vaši klienteli še sanja ne, o čem govorijo. Še več – sestavki, ki govorijo npr. o tem, kdo vse je zaslužen za uspeh določenega izdelka ali za uspeh vašega podjetja, so lahko celo kontaproduktivni, saj vaše podjetje predstavljajo kot samozadostno združbo arogantnežev.

Za primer lahko vzamete veliko finančno institucijo v Franciji, ki je s pomočjo prevajalca, oz. agencije (v nadaljevanju: prevajalec), kateri je izpustil dele, ki se niso nanašali na partnerje v tujini, 500 stranski priročnik zreducirala na vsega 230 prevoda potrebnih strani. Ali pa si za zgled vzemite podjetje patentnih odvetnikov iz Kalifornije, ki pred prevodom dokumentov iz Japonske vedno angažira strokovno podkovanega prevajalca, kateri zadevo najprej predstavi ustno; šele potem odvetniki skupaj s prevajalcem določijo kateri dokumenti morajo biti prevedeni v celoti.

To govori o tem, da je smiselno prevajati le pomembnejše dele dokumentov ali pa krajše povzetke.

Vprašanje 2. Prevajanje in tolmačenje — v čem je razlika?

Prevod je pisno, tolmačenje pa govorno prevajanje.

Think international from the start!

Izogibajte se nacionalnim klišejem, saj navezovanje na nacionalnost ponavadi ne obrodi sadov. Vključite kvečjemu literarne in kulturne metafore, nikar pa se ne navezujte na telesne dele. Pri pisnih dokumentih se ne navezujte na podobe, katere v drugi državi nimajo istega pomena, saj s tem prevajalce prisilite, da se zatekajo k okornim rešitvam brez prave vsebine. V januarju 1998 je britanski ministrski predsednik Tony Blair skupini japonskih poslovnežev dejal, da namerava njegova vlada "iti do nazga (to go "the full monty") ". Ker film "The Full Monty" na japonskem sploh še ni bil predvajan, je naletel na popoln neodziv.

Seveda v prevodu lahko obdržite nekaj nacionalnega "priokusa", vendar prej preverite, da sestavek "drži vodo". In pri navedbi telefonskih števil ali telefaksov nikar ne pozabite navesti vstopnih ali izstopnih števil!

Vprašanje 3. Koliko bo vse skupaj stalo?

Cene prevodov numerično variirajo od vrednosti 1 do 10 in čeprav najvišja cena ne zagotavlja tudi najboljšega prevoda, le-ta še vedno predstavlja neko mejo, pod katero se ne gre spustiti, če želite prejeti prevod, vreden vašega podjetja. Če se tarifa prevajalca giblje nekje na ravni natakarjeve, ne morete pričakovati, da bo vaše besedilo vredno obravnave, kakršno si zasluži.

Bodite realist! Koliko strani lahko prevajalec prevede v eni uri? Koliko časa mislite, da bo trajalo celotno prevajanje? (Koliko časa ste porabili v podjetju za izdelavo izvirnika?). Ko izbirate najboljšega ponudnika, preračunajte koliko časa ste porabili za razvoj izdelka ali storitve, katero nameravate promovirati v tujini. Če si strokovno usposobljenega prevajalca ne morete privoščiti, morebiti tudi sami niste pripravljeni za mednarodni trg.

Vprašanje 4. Kako pomemben je slog?

Nekateri prevajalci so brezupni že od samega začetka;

"Tehao Rechargeable brivnik RCCW-320: Vthotapite britvico (s pritiskom cca 400 g) vertikalno na mišico. Nato nategnite kožo in počasi brijte v nasprotni smeri..."

Uprite se skušnjavi, da bi vse naredili sami!

Govoriti ni isto kot pisati! Govorne sposobnosti namreč ne zagotavljajo pisne elegance. Čeprav tekoče govorite francosko, nemško ali špansko (in v teh državah preživite tudi veliko časa), bodo bralci v 99% vaše zapise še vedno prepoznali kot "tuje". To je lahko pomembno, ali pa tudi ne.

Izoblikujte tekst še pred začetkom prevajanja.

Če prevajalca v projekt vključite prezgodaj (npr. že med nastajanjem dokumenta), vas bo to zagotovo stalo več (pa ne samo denarja, ampak tudi časa), kot če dokument, kateri se bo prevajal, prej dokončno oblikujete. Še slabše – več kot bo verzij, več bo napak.

Vprašanje 5. Kaj pa prevajalski pripomočki?

Če se vam mudi in potrebujete izvleček nekega dokumenta le za svojo rabo, so prevajalska orodja koristna. Tako namreč dobite hiter in zastonj prevod. Vendar...

Prodajni katalog ni katalog prodajaln. Pripis k dokumentu ni dokumentiranje prepisa. Članek v Slovenskih novicah ni novica o slovenskem članku.

Slog, izbira besed, poimenovanje, parafraziranje, dolžina stavkov... Izbira je odvisno od tega, kje in s kakšnim namenom bo vaš tekst objavljen. In zapomnite si - izkušen prevajalec vas bo o tem tudi povprašal.

Učitelji in akademiki? Na lastno odgovornost!

Podjetja se včasih za pomoč obrnejo na šolo ali univerzo, kar pa je v primeru promocijskih tekstov izredno tvegano. Učenje tujih jezikov je namreč dejavnost, katera zahteva posebna znanja, ta pa so redko podobna tistim, ki zahtevajo eleganten, tekoč prevod. Tveganje se še poveča, če se za pomoč obrnete na študenta, ki se sicer zdi poceni in "lahka" izbira.

Strokovno usposobljeni prevajalci prevajajo v materin jezik.

Če želite vaš katalog prevesti v nemški in ruski jezik, naj delo opravita nemški *native speaker* in ruski *native speaker*. Kot kupec prevoda se tega niti ne zavedate, ampak prevajalec, ki se ne drži tega osnovnega pravila, bo najbrž prezrl tudi pomembna vprašanja glede prevajanega teksta. Seveda obstajajo tudi izjeme, a so redke.

Radoveden prevajalec je dobra novica.

Vašega teksta nihče ne bere tako pozorno kot prevajalec. Zato se zgodi, da prevajalec slej kot prej pride do dela, ki je premalo razumljiv in pri katerem potrebuje dodatno pojasnitev. To je seveda dobro tudi za vas, saj lahko tako nadgradite ali popravite svoj tekst.

Kaj sploh je prevajalec?

Strokovno usposobljen prevajalec je v prvi vrsti predvsem pisatelj. Prevajalec namreč oblikuje tekst tako, da se v prevodu bere tekoče in smiselno. Najpomembneje pa je, da prevajalec deluje kot most med dvema jezikoma, pri čemer sporočilo in terminologijo iz izvornika elegantno prenese v svoj jezik.

Izbira prave prevajalske agencije.

Poleg blestečih brošur in referenc se prepričajte, da ponudnik storitev ve, kaj ponuja, pa tudi, da razume vašo idejo o tem, kako naj bi bil projekt izpeljan.

Vprašanje 6. Kaj resnično potrebujete?

Pri publikacijah, povzetkih, informativnih letakih, itd. se vprašajte, kakšne vrste prevod (in kakšen proračun) sploh potrebujete? Preračunajte, koliko ljudi bo vašo "stvaritev" sploh bralo. Ali je to javno obvestilo ali le sporočilo za vaše najožje sodelavce? V kakšni meri bi resnično slab prevod prizadel podobo podjetja?

Zdaj še enkrat pretresite vaš proračun.

Prevajalska industrija se ukvarja z iskanjem tržnih niš. V eni sami kategoriji prevodov (npr. prevod publikacij) se skriva širok spekter storitev z enako širokim spektrom cen. Tako tudi briljanten prevod najbolj prodajanega računalniškega pripomočka ne garantira enako kakovosten prevod vašega letnega poročila. Pri oglasih v revijah in predstavitevnihih tekstih ne varčujte z denarjem; pri manj pomembnih tekstih, namenjenih ožjemu krogu ljudi, pa lahko izberete manj kakovostno, torej cenejšo različico.

Angažirajte se!

Pri prevodih najlaže "ustrelite kozla", če se od vse zadeve popolnoma distancirate. Če namreč v dobavitelja ne investirate niti minute časa, imate malo možnosti, da boste dobili kar želite. Res je, da porabite deset minut več, če sami pokličete prevajalca (ali pa celo direktorja agencije), kot pa da asistentu le naročite, da naj poskrbi za prevod, a res je tudi, da vam lahko ravno teh deset minut pozneje prihrani veliko več denarja in živcev, kot pa sicer.

© A. Aparicio & C. Durban 2003

2. VAŠ DOLGOROČNI CILJ ?

Sodelovanje z nami!

3. ZAKAJ MI ?

Ker nam (in to brez pretiravanja) zaupa že kakšnih 1.568.233,78 strank.

3a. V čem je potem naša skrivnost?

V črkah, seveda...

P – prostorsko in idejno omejeni

S – strokovno nepodkovani

D – dolgočasni

In potem se vprašujemo kje nam je uspelo...



prevajanje.info
prevajalska agencija PSD

V Termah Lendava smo s podjetjem PSD našli zanesljivega in korektnega partnerja za področje prevodov, ki v celoti izpolnjuje naše zelene kriterije, kot so:

- strokovnost
- hitrost
- zanesljivost
- finančni in plačilni pogoji
- posluš za potrebe stranke.

S podjetjem PSD smo trajno rešili vprašanje prevajanja v vse jezike, predvsem zato, ker o kvaliteti njihovega dela pohvalno govorijo tudi naše stranke.

KOMU POTEM SPLOH ŠE ZAUPATI VAŠE PREVODE?

Nam zagotovo ne!

Nam zaupajte le vaše neprevedene sestavke...

V prvi točki smo vam predstavili skrajšano verzijo ATA.

Pri drugih dveh točkah smo prenesli ideje iz prejšnjega biltena na nekoliko spremenjen način.

KDO JE KDO

1. Dragan ŠIBANC – 1971, univ.dipl.soc., direktor prevajalske agencije in projektni vodja.
2. Kristina KANTAR – 1974, tajništvo, poslovni sekretar, bodoči vodja pisarne.
3. Damjan PERME – 1977, vodja prevajalcev.
4. Boris HUMSKI – 1981, univ.dipl.inž., marketing koordinator.
5. Toni ŠIBANC – 1973, tehnika.
6. Antony VENA – 1964, koordinator za ZDA trge.
7. Jelena MOJSOVSKI - 1976, univ.dipl.filol., koordinator za balkanske in vzhodnoevropske trge.
8. Dragan JOKIĆ – 1954, koordinator projektov za EU trge.
9. Še vsaj 30 ostalih sodelavcev.



Bilten prevajalske agencije PSD ima za cilj informiranje in osveščanje javnosti o prevajalski problematiki, njenih dosežkih in novostih v Sloveniji, pa tudi kratko predstavitev podjetja PSD. Izdajo biltena spodbuja podjetje PSD, vendar so k izdaji pripomogli tudi vsi naši naročniki. To priložnost bi tako izkoristili za zahvalo vsem naročnikom in sodelavcem, kateri nas nesebično podpirajo in spodbujajo pri našem delu.

V BILTENU PSD so objavljene skrajšane inačice izvornih besedil o podjetju. Celotne informacije so na voljo na spletnih straneh www.prevajanje.info, www.psd.si.

Zavedamo se, da smo na naši poti morda naredili kakšno napako, ali na kaj nehote pozabili, zato vas pozivamo, da nas na to opozorite, saj bomo tako v bodoče lahko le še boljši.
