

Μετάφραση – Κάντε το σωστά



**Οδηγός αγοράς
μεταφραστικών
υπηρεσιών**

**Η αγορά μεταφραστικών υπηρεσιών
δεν είναι τόσο απλή υπόθεση όσο
φαντάζονται οι περισσότεροι.**

**Ο οδηγός αυτός περιέχει συμβουλές
που θα σας διευκολύνουν να κάνετε
τις σωστές επιλογές.**

**Ερ.: Μετάφραση και διερμηνεία —
ποια είναι η διαφορά;**

**Απ.: Η μετάφραση είναι γραπτή
ενώ η διερμηνεία είναι προφορική.**

Αν οι επιχειρηματικές σας δραστηριότητες περιλαμβάνουν έγγραφα, όπως π.χ. εγχειρίδια για τους Γερμανούς χρήστες των προϊόντων σας ή εκθέσεις πωλήσεων στα Γαλλικά που σας έστειλε η θυγατρική σας στο Παρίσι τις οποίες πρέπει να διαβάσετε και να κατανοήσετε, τότε χρειάζεστε *μεταφραστή*.

Αν θέλετε να επικοινωνήσετε με άλλους σε μια ξένη γλώσσα, όπως π.χ. σε ένα συνέδριο στο Βέλγιο ή σε μια επαγγελματική συνάντηση στο Μόναχο, τότε χρειάζεστε *διερμηνέα*.

Χρειάζεται οπωσδήποτε μετάφραση;

Δεν χρειάζεται να μεταφράζετε ολόκληρα έγγραφα στα τυφλά. Συζητήστε με τον πελάτη ή την ομάδα σας και αποφασίστε ποια είναι τα τμήματα που πρέπει να μεταφραστούν. Κατά πάσα πιθανότητα, θα υπάρχουν αρκετά τμήματα που μπορείτε να παραλείψετε, όπως π.χ. τα τμήματα/άτομα που συνεργάστηκαν για τη δημιουργία του προϊόντος. Αυτές οι πληροφορίες δεν ενδιαφέρουν τους πελάτες σας, οπότε δεν χρειάζεται να συμπεριληφθούν στο μεταφρασμένο κείμενο.

- Μια εταιρεία στη Γαλλία μείωσε τις σελίδες προς μετάφραση σε ένα εγχειρίδιο από 500 σε 230 με τη βοήθεια ενός έμπειρου μεταφραστή, ο οποίος πριν ξεκινήσει τη μετάφραση, επισήμανε τις ενότητες που δεν αφορούσαν πελάτες στο εξωτερικό.
- Ένα δικηγορικό γραφείο στην Καλιφόρνια αναθέτει κατά καιρούς σε έναν ειδικευμένο μεταφραστή τη γρήγορη προφορική σύνοψη ευρεσιτεχνιών ώστε να αποφασίσουν μετά από κοινού ποια έγγραφα απαιτούν πλήρη μετάφραση.



Μεταφράστε μόνο τα απαραίτητα τμήματα εγγράφων ή δημιουργήστε νέα μικρότερα κείμενα και μεταφράστε αυτά.

Μια εικόνα αξίζει όσο χίλιες λέξεις

Μειώστε τη βαρύτητα των λέξεων

Η συνετή χρήση χαρτών, εικόνων και διαγραμμάτων είναι πιο αποτελεσματική για τους διεθνείς αναγνώστες σας από ό,τι τα κείμενα με πολύπλοκους τεχνικούς όρους. Η δουλειά του μεταφραστή σας θα είναι ευκολότερη, ο κίνδυνος εσφαλμένης απόδοσης τεχνικής ορολογίας θα είναι πολύ μικρότερος όπως και το κόστος του μεταφραστικού έργου.

- Η σουηδική εταιρεία επίπλων και οικιακών ειδών IKEA διαθέτει 316 καταστήματα σε 38 χώρες όπου ομιλούνται 25 διαφορετικές γλώσσες. Τα εγχειρίδια συναρμολόγησης για πελάτες που συνοδεύουν τα προϊόντα της περιέχουν κατά κύριο λόγο διαγράμματα. Το 80% των οδηγιών είναι εικόνες μόνο. Το υπόλοιπο 20% είναι κείμενο που αφορά πληροφορίες ασφάλειας.
- Το αεροδρόμιο Χίθροου στο Λονδίνο καθοδηγεί 65 εκατομμύρια ταξιδιώτες από όλο τον κόσμο ετησίως που περνούν από τους πέντε επιβατικούς σταθμούς του χρησιμοποιώντας διεθνώς αναγνωρισμένα εικονογράμματα.




Χρησιμοποιήστε κείμενο μόνο όταν είναι απαραίτητο ή όταν αποτελεί το πιο αποτελεσματικό μέσο για να διαδώσετε το μήνυμά σας.

Σκεφτείτε με διεθνή προοπτική από την αρχή

Αποφύγετε τις αναφορές σε θέματα τοπικής κουλτούρας ή λογοτεχνίας, καθώς και σε ιδιωτισμούς. Δώστε ιδιαίτερη προσοχή στις αναφορές σε μέρη του σώματος, καθώς οι αντιλήψεις διαφέρουν από χώρα σε χώρα.

Στα έγγρατά σας, αποφύγετε τη σύνδεση του μηνύματος που θέλετε να μεταδώσετε με εικόνες που μπορεί να έχουν διαφορετική σημασία σε άλλες χώρες.

Αυτό αναγκάζει τον μεταφραστή σας να καταφύγει σε λογοπαίγνια και εναλλακτικές λέξεις ή φράσεις που μπορεί να μην είναι τόσο πετυχημένες όσο αυτές των πρωτότυπων εγγράφων.


 Διατηρήστε, αν θέλετε, μια τοπική χροιά στο κείμενό σας, αλλά απευθυνθείτε στην ξενόγλωσση ομάδα σας για να βεβαιωθείτε ότι θα είναι δυνατή η προσαρμογή στη γλώσσα-στόχο. Μην ξεχάσετε να συμπεριλάβετε τους κωδικούς χωρών για τηλέφωνα και φαξ.

Πόσο θα κοστίσει;

Οι τιμές για μεταφραστικές υπηρεσίες ποικίλλουν. Παρόλο που οι υψηλές τιμές δεν συνεπάγονται απαραίτητα υψηλή ποιότητα, πιστεύουμε ότι κάτω από ένα συγκεκριμένο επίπεδο τιμών η ποιότητα του μεταφρασμένου κειμένου δεν θα είναι αντάξια της εταιρείας και των προϊόντων σας.

Σκεφτείτε ρεαλιστικά. Πόσες σελίδες μπορεί να ολοκληρώσει ένας μεταφραστής ανά ώρα; Πόσο χρόνο υπολογίζετε ότι θα χρειαστεί να αφιερώσει για να αποδώσει με ακρίβεια το κείμενο που θα διαφημίζει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες σας; (Πόσο χρόνο αφιέρωσε η ομάδα σας για να δημιουργήσει το πρωτότυπο κείμενο;)

Κατά την επιλογή παρόχου μεταφραστικών υπηρεσιών, υπολογίστε τα χρήματα που έχετε δαπανήσει για την ανάπτυξη των προϊόντων ή των υπηρεσιών που θέλετε να διαφημίσετε στο εξωτερικό. Αν δεν μπορείτε να καλύψετε το κόστος μιας επαγγελματικής μετάφρασης, ίσως να μην είστε ακόμη έτοιμοι για τη διεθνή αγορά.

 Η προστιθέμενη αξία που προσφέρει μια μεταφραστική εταιρεία (επιλογή μεταφραστή, διαχείριση έργου, έλεγχος ποιότητας, μετατροπή αρχείων κ.λπ.) έχει και αυτή το κόστος της, αλλά αυτό θα σας εξοικονομήσει πολλές ώρες εργασίας.

Πόσο σημαντικό είναι το στίλ;

Επαναφορτιζόμενη ξυριστική μηχανή Tehao RCCW-320: Διακινήστε τη λεπίδα (τιμή αναφοράς 400 γρ. περίπου) στον μυ σας κάθετα. Μετά σύρετε το δέρμα σας και ξυριστείτε πίσω αργά.

Οι μεταφράσεις αυτές παράγονται συνήθως από λογισμικό μετάφρασης ή από μεταφραστές που δεν μεταφράζουν στη μητρική τους γλώσσα και βασίζονται απλώς σε μια γραμματική και ένα λεξικό. Τέτοια κείμενα προσφέρουν άφθονο γέλιο στους χρήστες ή τους αναγνώστες.

Άλλες μεταφράσεις είναι τεχνικά σωστές, αλλά οι προτάσεις δεν έχουν ομαλή ροή, δεν ακούγονται «φυσικές». Η σειρά ή η επιλογή λεξιλογίου μπορεί να επηρεαστούν υπερβολικά από την πρωτότυπη γλώσσα. Οι συγκεκριμένες μεταφράσεις δεν είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικές για τις πωλήσεις, αλλά μπορεί να είναι επαρκείς για τους αναγνώστες που γνωρίζουν το αντικείμενο και μπορούν να καταλάβουν τα εννοούμενα.



Πολλοί μεταφραστές παρέχουν κατά κύριο λόγο μεταφράσεις «προς πληροφόρηση» αντί για κείμενα που είναι έτοιμα προς δημοσίευση.

Συζητήστε εξαρχής με τον μεταφραστή και διευκρινίστε -εγγράφως- το στίλ μετάφρασης που θέλετε.


Οι μεταφράσεις «προς πληροφόρηση» είναι συνήθως ακριβείς, αλλά μη επιμελημένες μεταφράσεις που έχουν ενημερωτικό σκοπό όπως π.χ. ενδοεταιρική αλληλογραφία ή άλλο περιεχόμενο για το οποίο θέλετε να έχετε μια γενική εικόνα. Σε γενικές γραμμές, απαιτούν λιγότερο χρόνο και κοστίζουν λιγότερο από τις μεταφράσεις που προορίζονται για δημοσίευση.

Αν όμως ο σκοπός των κειμένων σας είναι η προώθηση των προϊόντων σας ή η εικόνα της εταιρείας σας είναι σημαντική για εσάς, μια τέτοια μετάφραση πιθανότατα δεν θα είναι αρκετή.

Αντισταθείτε στον πειρασμό του να το κάνετε οι ίδιοι

Η ομιλία είναι διαφορετική από τη γραφή. Η ευφράδεια λόγου δεν εγγυάται τη στρωτή, καλαίσθητη γραφή. Ακόμη κι αν συνομιλείτε συχνά σε άλλες γλώσσες ή έχετε ζήσει σε χώρες του εξωτερικού, στις περισσότερες περιπτώσεις θα γίνεται αμέσως αντιληπτό ότι είστε «ξένοι» από τον τρόπο με τον οποίο γράφετε στην ξένη γλώσσα.


Αυτό ενδέχεται να μην είναι σημαντικό αν (1) το κύριο ανταγωνιστικό σας πλεονέκτημα είναι η τιμή (οι πελάτες, για τους οποίους η τιμή είναι ο βασικότερος παράγοντας θα είναι ικανοποιημένοι αν καταφέρουν να κατανοήσουν τα βασικά σημεία) ή αν (2) θέλετε να δώσετε έμφαση στην εθνικότητα και το «ελληνικό στίλ» της γλώσσας του κειμένου.



Αν θέλετε να προβάλετε μια διεθνή εικόνα, είναι καλύτερο να εστιάσετε σε μια λιγότερο εθνική προσέγγιση. Σε πολλές κουλτούρες, η περίεργη ή αδέξια χρήση της τοπικής γλώσσας -ιδιαίτερα από αγγλόφωνους- δεν είναι διασκεδαστική, αλλά προσβλητική.

Οριστικοποιήστε το κείμενο προτού ξεκινήσει η μετάφραση

Η μετάφραση του προσχεδίου αντί του τελικού κειμένου μπορεί να ακούγεται δελεαστική καθώς θεωρείτε ότι θα σας γλυτώσει χρόνο. Δεν ισχύει όμως κάτι τέτοιο. Στις περισσότερες περιπτώσεις, η διαδικασία μετάφρασης είναι πιο χρονοβόρα και συνεπώς κοστίζει περισσότερο. Επίσης, έχετε υπόψη σας ότι όσες περισσότερες εκδόσεις του πρωτότυπου κειμένου είναι διαθέσιμες, τόσο πιθανότερη είναι η εμφάνιση λαθών στην τελική έκδοση.



Κάποιες φορές ίσως να μην έχετε άλλη επιλογή. Οι προθεσμίες είναι τόσο πιεστικές που η μετάφραση πρέπει να ξεκινήσει προτού οριστικοποιηθεί το πρωτότυπο κείμενο. Σε αυτές τις περιπτώσεις, δώστε κατάλληλη ονομασία σε κάθε έκδοση, προσθέστε την ημερομηνία και την ώρα και σημειώστε με ευκρίνεια τις αλλαγές μεταξύ των εκδόσεων για να διευκολύνετε τον μεταφραστή σας.

Το μεταφραστικό λογισμικό τι κάνει;

Αν σας πιέζει ο χρόνος και θέλετε μια γενική ιδέα για ένα κείμενο για προσωπική ή ενδοεταιρική χρήση, το μεταφραστικό λογισμικό μπορεί να σας βοηθήσει. Είναι γρήγορο και δωρεάν.

Σε γενικές γραμμές, μη χρησιμοποιείτε μηχανική μετάφραση για κείμενα που απευθύνονται στους πελάτες ή τους χρήστες των προϊόντων σας. Η ποιότητα της μετάφρασης δεν θα είναι καλή και η εικόνα σας θα σπιλωθεί. Κάποιοι εξειδικευμένοι μεταφραστές αναλαμβάνουν την επιμέλεια μηχανικών μεταφράσεων, αλλά όχι όλοι. Πολλοί επιμένουν ότι τα κείμενα που παράγονται από μεταφραστικό λογισμικό έχουν τόσα προβλήματα που είναι προτιμότερο να μεταφράσουν από την αρχή το κείμενο παρά να επιμεληθούν τη μετάφραση.



Κάποιες μεταφραστικές και άλλες εταιρείες έχουν αναπτύξει ιδιόκτητο λογισμικό για συγκεκριμένους γλωσσικούς συνδυασμούς και

τομείς. Αυτά τα προγράμματα μεταφραστικού λογισμικού είναι καλύτερα από τα έτοιμα πακέτα, αλλά δεν παρέχονται δωρεάν ούτε εξαλείφουν την ανάγκη ανθρώπινης επιμέλειας.

Σε ρεπορτάζ της εφημερίδας *Wall Street Journal*, ο συντάκτης υπέβαλε σε δοκιμή δύο δωρεάν διαδικτυακές υπηρεσίες αυτόματης μετάφρασης και κατέληξε στο εξής συμπέρασμα: «Αυτές οι υπηρεσίες είναι αποδεκτές για ταξιδιώτες ή για άτομα που θέλουν να μεταφράσουν ένα γράμμα από έναν μακρινό τους ξάδελφο. Σε καμία περίπτωση δεν θα τις χρησιμοποιούσα για επαγγελματικούς σκοπούς ή για οτιδήποτε απαιτεί έστω και ελάχιστη ακρίβεια.» (A Closer Look).

Ενημερώστε τον μεταφραστή για τον σκοπό του κειμένου

Μια ομιλία δεν είναι το ίδιο με έναν ιστότοπο. Ένα φυλλάδιο πωλήσεων δεν είναι το ίδιο με μια καταχώριση καταλόγου. Η κεφαλίδα γραφήματος δεν είναι το ίδιο με ένα οδικό σήμα. Ένα άρθρο σε μια κουτσομπολίστικη εφημερίδα δεν είναι το ίδιο με μια δημόσια προσφορά.

Το ύφος, η εκφορά του λόγου, η επιλογή των λέξεων, η διατύπωση και το μήκος των προτάσεων ποικίλλουν ανάλογα με το πού θα εμφανιστεί το κείμενο και τον σκοπό του. Ένας έμπειρος μεταφραστής πιθανότατα θα σας ζητήσει αυτές τις πληροφορίες. Φροντίστε να τις γνωρίζετε. Η ανάπτυξη μιας σταθερής σχέσης με τον μεταφραστή σας θα οδηγήσει σε βέλτιστα αποτελέσματα. Όσο καλύτερα καταλαβαίνει την επιχειρηματική σας φιλοσοφία, τη στρατηγική και τα προϊόντα σας, τόσο πιο αποτελεσματική θα είναι η μετάφραση που θα σας παρέχει.



Ενημερώστε τον μεταφραστή σας σχετικά με τον σκοπό του κειμένου για να σας παραδώσει μια ξενόγλωσση έκδοση που θα έχει τη μέγιστη δυνατή απήχηση στο συγκεκριμένο κοινό και μέσο.

Δάσκαλοι, καθηγητές και φοιτητές: το ρίσκο είναι δικό σας

Πολλές εταιρείες που χρειάζονται μετάφραση κειμένων σε ξένες γλώσσες, απευθύνονται πρώτα στο τμήμα φιλολογίας του τοπικού σχολείου ή πανεπιστημίου. Μερικές φορές αυτή η λύση μπορεί να είναι επαρκής π.χ. για εσωτερικές μεταφράσεις (όταν θέλετε να μάθετε πληροφορίες για τους ανταγωνιστές σας), αλλά **εξαιρετικά** επικίνδυνη για διαφημιστικά κείμενα.

Η διδασκαλία ξένων γλωσσών είναι μια απαιτητική διαδικασία που απαιτεί ειδικές δεξιότητες. Σπάνια όμως είναι ίδιες με τις δεξιότητες που απαιτούνται για μια στρωτή και καλαίσθητη μετάφραση. Οι κίνδυνοι είναι ακόμη μεγαλύτεροι αν επιλέξετε φοιτητές ξένων γλωσσών ως εύκολη και φθηνή επιλογή.



Θα εγκρίνατε την πραγματοποίηση μικροεπεμβάσεων από φοιτητές της Ιατρικής προκειμένου να πληρώσουν τα δίδακτρα τους;


(Θα περιγράφατε το φυλλάδιο/την επιστολή/τον ισολογισμό/την ομιλία ως κάτι το «ασήμαντο»;) Θα ζητούσατε από φοιτητές λογιστικής να ετοιμάσουν τις φορολογικές δηλώσεις της εταιρείας σας προκειμένου να εξοικονομήσετε χρήματα;

Οι επαγγελματίες μεταφραστές μεταφράζουν προς τη μητρική τους γλώσσα

Εάν επιθυμείτε τη μετάφραση του καταλόγου προϊόντων σας στα Γερμανικά, η εργασία πρέπει να ανατεθεί σε μεταφραστή με μητρική γλώσσα τα Γερμανικά.

Ως αγοραστής μεταφραστικών υπηρεσιών ίσως να μην το γνωρίζετε, αλλά ένας μεταφραστής που δεν ακολουθεί αυτόν τον βασικό κανόνα, πιθανότατα να αγνοεί και άλλα σημαντικά ζητήματα ποιότητας.

Υπάρχουν βέβαια εξαιρέσεις, αλλά όχι πολλές. Αν ο μεταφραστής σας ισχυρίζεται ότι αποτελεί εξαίρεση, ζητήστε να δείτε δείγματα της δουλειάς του. Αν φαίνονται σωστά και καλαίσθητα και ο μεταφραστής εγγυάται την ίδια ποιότητα και για το κείμενό σας, δοκιμάστε τον! Οι μεταφραστές που ειδικεύονται σε έναν κλάδο ενδέχεται να είναι σε θέση να μεταφράσουν και προς την ξένη γλώσσα. Σε τέτοια περίπτωση, η μετάφραση πρέπει να ελεγχθεί ενδελεχώς από άτομο με μητρική γλώσσα αυτήν του τελικού κειμένου.




Οι μεταφραστές που κατοικούν στο εξωτερικό χάνουν την επαφή με τη μητρική τους γλώσσα; Οι μη επαγγελματίες ίσως. Οι επαγγελματίες μεταφραστές ωστόσο φροντίζουν να διατηρούν τις γλωσσικές δεξιότητές τους όπου κι αν κατοικούν.

Τι γλώσσα μιλούν οι αναγνώστες σας;

Ισπανικά για πελάτες στη Μαδρίτη ή το Μεξικό; Αγγλικά για Άγγλους ή Αμερικάνους; Επικοινωνήστε με τους ξένους συνεργάτες σας για να μάθετε τι ακριβώς χρειάζεται.

Η ορολογία είναι επίσης σημαντική. Θέλετε Γερμανικά για ιατρούς και νοσηλευτικό προσωπικό ή για ασθενείς; Πουλάτε επενδυτικά προϊόντα σε επενδυτές ή αμοιβαία κεφάλαια σε τραπεζίτες στο Λουξεμβούργο; Έχετε επίσης υπόψη σας ότι σε ορισμένες χώρες τα έγγραφα πρέπει να είναι δίγλωσσα και ότι η μη συμμόρφωση μπορεί να οδηγήσει στην επιβολή προστίμων ή σε άλλα προβλήματα.



Μιλήστε τη γλώσσα των αναγνωστών σας. Βάλτε τον εαυτό σας στη θέση τους και σκεφτείτε πώς τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες σας μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες τους. Πρέπει να είστε συγκεκριμένοι και σαφείς. (Το ίδιο βέβαια ισχύει και για το διαφημιστικό υλικό σας στη γλώσσα του πρωτότυπου κειμένου.)

Είναι καλό σημάδι όταν ο μεταφραστής κάνει ερωτήσεις

Κανένας δεν διαβάζει τα κείμενά σας πιο προσεκτικά από ό,τι ο μεταφραστής σας. Κατά τη διαδικασία μετάφρασης, ίσως να εντοπίσει ασαφή σημεία στο πρωτότυπο κείμενο. Έτσι, θα βελτιωθεί στην πορεία και το πρωτότυπο κείμενό σας.

- Ένας Ευρωπαίος ειδικός στα βιντεοπαιχνίδια ανέφερε ότι τα στελέχη της εταιρείας δεν είχαν κατανοήσει στην ουσία την εταιρική πολιτική τους ως προς τα δικαιώματα αγοράς μετοχών έως ότου ζήτησε τη μετάφρασή τους στα Αγγλικά. Ο μεταφραστής έκανε πολλές ερωτήσεις και παρέδωσε μια έκδοση που ήταν πολύ πιο ξεκάθαρη από το πρωτότυπο.
- «Προσπαθούμε να καθυστερούμε τη δημοσίευση των πρωτότυπων γαλλικών κειμένων μας έως ότου λάβουμε τις μεταφράσεις τους» αναφέρει ο Οικονομικός Διευθυντής μιας μεγάλης τράπεζας στο Παρίσι. «Ο λόγος είναι απλός: οι μεταφραστές ελέγχουν ενδελεχώς τα κείμενά μας. Η κριτική τους ματιά μάς βοηθά να εντοπίζουμε αδύνατα σημεία στο πρωτότυπο.»



Οι καλοί μεταφραστές αναλύουν πλήρως κάθε πρόταση προτού δημιουργήσουν νέες στη γλώσσα-στόχο. Κατά τη διάρκεια αυτής της διαδικασίας, κάνουν και ερωτήσεις.

Όσο πιο τεχνικό είναι το θέμα σας, τόσο πιο σημαντικό είναι οι μεταφραστές σας να το γνωρίζουν «απ' έξω κι ανακατωτά»

Αν δώσετε βασικές πληροφορίες για ένα προϊόν σε πέντε άτομα που ομιλούν την ίδια μητρική γλώσσα και τους ζητήσετε να γράψουν 100 λέξεις για την περιγραφή του προϊόντος, θα λάβετε πέντε κείμενα, μερικά από τα οποία θα είναι πιο ξεκάθαρα και θα διαβάζονται πιο ευχάριστα από τα υπόλοιπα. Τα άτομα που γνωρίζουν το θέμα θα δημιουργήσουν πιθανότατα ένα καλύτερο κείμενο. Το ίδιο ισχύει και για τους μεταφραστές.


Γνωρίστε τους μεταφραστές σας. Αν έχετε αναθέσει τις μεταφράσεις σας σε εταιρεία, φροντίστε να γνωρίσετε και τα άτομα που μεταφράζουν τα κείμενά σας, όχι μόνο τους χειριστές έργων της μεταφραστικής εταιρείας.



Μιλήστε με τους μεταφραστές σας. Πρέπει να νιώθουν άνετα με τα θέματα που μεταφράζουν, Διαφορετικά, είναι ώρα να αλλάξετε μεταφραστές.

Το τελικό βήμα: ζητήστε από τον μεταφραστή σας να ελέγξει το τελικό κείμενο προς εκτύπωση/ δημοσίευση

Πάντοτε. Ακόμη κι αν οι διαδικασίες που ακολουθείτε είναι προσεκτικές και συνεργάζεστε με αξιόπιστους μεταφραστικούς παρόχους που γνωρίζουν στο έπακρο την εταιρεία σας, τυχόν προσθήκες της τελευταίας στιγμής (επικεφαλίδες, λεζάντες, αλλαγές λέξεων) από άτομα που δεν έχουν εξειδικευμένες γλωσσικές δεξιότητες μπορούν να υποβαθμίσουν την αποτελεσματικότητα και την ακρίβεια του κειμένου σας. Ένας Γερμανός επιχειρηματίας έκοψε το «s» από τη λέξη «Headquarters», γιατί, όπως υποστήριξε, «έχουμε μόνο μία έδρα». Το 2009, η λέξη «ΕΠΑΝΑΦΟΡΑ» στο κουμπί που δώρισε η Χίλاري Κλίντον, Υπουργός Εξωτερικών των Η.Π.Α., στον Ρώσο ομόλογό της είχε μεταφραστεί ως «ΥΠΕΡΦΟΡΤΩΣΗ» στα Ρωσικά. Μάλλον δεν θα ήταν εύκαιρος κανένας επιμελητής!


 Φροντίστε να υπάρχει στη διάθεσή σας ένας ομιλητής με γλωσσικές δεξιότητες και μητρική γλώσσα ίδια με αυτήν που χρησιμοποιείται στο μεταφρασμένο κείμενο, για έναν τελικό έλεγχο. Για τον ίδιο λόγο, πρέπει να αποφεύγετε την οριστικοποίηση αλλαγών σε ξενόγλωσσα κείμενα από το τηλέφωνο. Πολλές φορές γίνονται λάθη κατά την τηλεφωνική συνομιλία.

Η τυπογραφία διαφέρει από γλώσσα σε γλώσσα

Πολλοί τυπογράφοι και υπάλληλοι γραφείου δεν το γνωρίζουν -ή δεν το παίρνουν στα σοβαρά- και μερικές φορές «προσαρμόζουν» τα κείμενα ξένων γλωσσών στα δικά τους πρότυπα.

Στα Γαλλικά υπάρχει ένα διάστημα ανάμεσα στη λέξη και την άνω-κάτω τελεία. Στα Γερμανικά, τα ουσιαστικά γράφονται με το πρώτο γράμμα κεφαλαίο. Στα Ισπανικά και τα Γαλλικά, οι ημέρες και οι μήνες δεν γράφονται ποτέ με το πρώτο γράμμα κεφαλαίο.

Μια δίγλωσση διαφημιστική πινακίδα στις Η.Π.Α. γιόρταζε τα «100 anos» δημοτικής ιστορίας. Το έτος στα Ισπανικά είναι «año». Η λέξη «απο» σημαίνει οπίσθια! Πόση διαφορά μπορεί να κάνει η περισπωμένη...

 Ακόμη και τα μικρά τυπογραφικά λάθη μπορούν να εκνευρίσουν τους αναγνώστες του μεταφρασμένου κειμένου σας. Σεβαστείτε τις τυπογραφικές συμβάσεις της γλώσσας στην οποία θα μεταφραστούν τα κείμενά σας.

Μεταφραστές και δίγλωσσοι: δεν είναι το ίδιο

Οι επαγγελματίες μεταφραστές είναι συγγραφείς, οι οποίοι παράγουν καλαισθητα κείμενα στη γλώσσα-στόχο. Συνήθως μιλούν με ευφράδεια και τις γλώσσες από τις οποίες μεταφράζουν. Το σημαντικότερο είναι ότι «γεφυρώνουν» τις διαφορές μεταξύ των γλωσσών από και προς τις οποίες μεταφράζουν. Μπορούν δηλαδή να μεταφέρουν το μήνυμα του πρωτότυπου κειμένου με το κατάλληλο ύφος και τη σωστή ορολογία στη μητρική τους γλώσσα.

Οι δίγλωσσοι είναι κάτι διαφορετικό. Ομιλούν με ευφράδεια δύο γλώσσες, αλλά δεν είναι απαραίτητα καλοί στη μεταφορά πληροφοριών μεταξύ των δύο γλωσσών, ιδιαίτερα στον γραπτό λόγο.

Η «Lina's», μια ακριβή αλυσίδα σάντουιτς από τη Γαλλία αναζητούσε συνεργάτες franchise στο εξωτερικό με ένα διαφημιστικό σλόγκαν που σκέφτηκε ένας αυτοαποκαλούμενος δίγλωσσος εργαζόμενος. Το σλόγκαν ήταν το εξής: «Αύριο, θα περιμένουμε τον δυναμισμό σας». Δεν έλαβαν ούτε μία απάντηση.



Η διγλωσσία από μόνη της δεν εγγυάται την ευχέρεια στον γραπτό λόγο ούτε τις μεταφραστικές ικανότητες.

«Οι τεχνικοί όροι δεν αποτελούν σοβαρό θέμα στη μετάφραση.» **Μεγάλος μύθος**

Η αλήθεια είναι ότι η επιστημονική ορολογία σε πεδία όπως η βοτανολογία ή η ζωολογία κ.λπ. είναι ενδελεχής και διεθνής - όταν χρησιμοποιείται σωστά. Για παράδειγμα, μια εικονογραφημένη λίστα εξαρτημάτων σε ένα εγχειρίδιο συντήρησης μιας δεξαμενής λογικά θα είναι πολύ εύκολο να μεταφραστεί.

Ωστόσο, ακόμη και ειδικοί που συντάσσουν τεχνολογικά κείμενα στη μητρική τους γλώσσα μπορεί να κάνουν λάθη.

Οι τεχνικοί μεταφραστές πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι μεταφράσεις τους διαβάζονται το ίδιο καλά όπως τα πρωτότυπα κείμενα, και μερικές φορές ακόμη καλύτερα από τα πρωτότυπα κείμενα. Η λανθασμένη χρήση τεχνικών όρων συνήθως σημαίνει ότι η συγκεκριμένη εργασία υπερβαίνει τις δυνατότητες του μεταφραστή. Μια λύση είναι να απευθυνθείτε σε εξειδικευμένους ως προς τον συγκεκριμένο τομέα συνεργάτες σας για να ελέγξουν τη μετάφραση.



Θα πρέπει πάντοτε να ζητάτε από έναν

επαγγελματία μεταφραστή να κάνει έναν τελικό έλεγχο ως προς τη γραμματική, το συντακτικό, τη

στίξη και το ύφος πριν από την εκτύπωση, ιδιαίτερα αν οι ειδικευμένοι συνεργάτες σας δεν έχουν ως μητρική γλώσσα τη γλώσσα του μεταφράσματος.

Επιλογή μεταφραστικού παρόχου

Τα εντυπωσιακά διαφημιστικά φυλλάδια δεν συνεπάγονται πραγματικές δεξιότητες ούτε και εγγυώνται την ποιότητα της μετάφρασης.

Ζητήστε δείγματα μεταφρασμένων κειμένων από τους δυνητικούς παρόχους σας -όχι μόνο ονόματα των πελατών τους, αλλά και κείμενα που έχουν μεταφράσει για τους πελάτες τους. Αν ένας πάροχος υποβάλει προσφορά για την ξενόγλωσση έκδοση του ιστοτόπου σας, ζητήστε να δείτε δείγματα από άλλους ιστοτόπους που έχει ήδη μεταφράσει. Ελέγξτε τα δείγματα με τη βοήθεια ενός έμπιστου ατόμου (λ.χ. ενός συνεργάτη σας) με μητρική γλώσσα ίδια με αυτήν του μεταφράσματος.

Αν οι μεταφραστικοί πάροχοι δραστηριοποιούνται στον χώρο για μεγάλο χρονικό διάστημα αλλά δεν μπορούν να σας δείξουν δείγματα της δουλειάς τους για τα οποία είναι περήφανοι, τότε έχετε πρόβλημα (το ίδιο και αυτοί).



Η δημοσίευση μνείας για τους μεταφραστές στο έγγραφό σας δεν κοστίζει τίποτα και είναι κίνητρο για αυτούς ώστε να σας παρέχουν εργασία υψηλής

ποιότητας. Οι μεταφραστές ίσως να επιμένουν ως προς τον τελικό έλεγχο των διορθώσεων σε περίπτωση ακούσιας εισαγωγής σφαλμάτων από συνεργάτες σας. Κάτι τέτοιο είναι προς όφελος όλων. Δεχτείτε το αμέσως.

Προγραμματίστε εκ των προτέρων: Αν η εταιρεία σας έχει σκοπό την επέκταση σε ξένες αγορές, ξεκινήστε την αναζήτηση για μεταφραστές αμέσως. Όταν αρχίσετε να δημιουργείτε κείμενα προς μετάφραση, προσφέρετε στους μεταφραστές σας όσο το δυνατόν περισσότερο χρόνο.

Ελέγξτε ό,τι μπορείτε: Εξετάστε το ενδεχόμενο να δημιουργήσετε ένα εσωτερικό γλωσσάριο. Αυτό αποτελεί ιδανικό τρόπο ώστε να υπάρχει συνέπεια στα πρωτότυπα έγγραφά σας. Συνεργαστείτε με τους μεταφραστές και το προσωπικό της εταιρείας σας για τη δημιουργία μιας δίγλωσσης έκδοσης.


Τι χρειάζεστε πραγματικά;

Προς δημοσίευση, προς πληροφόρηση, μηχανική μετάφραση, περίληψη: Τι είδους μετάφραση χρειάζεστε (και αναλόγως, πόσα χρήματα είστε διατεθειμένοι να ξοδέψετε);

Μια προσέγγιση είναι να υπολογίσετε πόσα άτομα θα διαβάσουν τα κείμενά σας (έντυπη διαφημιστική εκστρατεία σε πανελλήνιο επίπεδο ή ενδοεταιρικό υπόμνημα για μια ομάδα 12 ατόμων;). Αναλογιστείτε πώς μπορεί μια μετάφραση με σοβαρά λάθη να επηρεάσει την εταιρική σας εικόνα ή τις νομικές σας ευθύνες.

Τώρα εξετάστε πάλι τον προϋπολογισμό σας.

Η μετάφραση είναι ένας κλάδος εξειδικευμένων αγορών. Ακόμη και η κατηγορία «προς δημοσίευση» καλύπτει ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών και παρόχων με αντίστοιχο ευρύ φάσμα τιμών. Η ομάδα που μετέφρασε εξαιρετικά τα εγχειρίδια του λογισμικού σας, δεν είναι απαραίτητα η κατάλληλη για τη μετάφραση των εταιρικών ισολογισμών σας.

 **Για τις διαφημίσεις σε δημοφιλή περιοδικά και τις υπαίθριες διαφημιστικές πινακίδες σας, η καλύτερη επιλογή είναι η αγορά μεταφραστικών υπηρεσιών κορυφαίας ποιότητας. Για ενδοεταιρική επικοινωνία ή έγγραφα περιορισμένης κυκλοφορίας, μια λιγότερο επαγγελματική (και λιγότερο ακριβή) επιλογή ίσως να είναι πιο κατάλληλη.**

Εμπλακείτε στη διαδικασία

Ο πιο γρήγορος τρόπος για σοβαρά λάθη στη μετάφραση είναι να μη συμμετέχετε στην όλη διαδικασία. Αν δεν αφιερώσετε χρόνο για να ενημερώσετε τον μεταφραστή σας, είναι πολύ πιθανό το τελικό αποτέλεσμα να μην είναι αυτό που θέλετε ή χρειάζεστε.

Τα 10 λεπτά που θα αφιερώσετε συνομιλώντας με τον μεταφραστή (ή ακόμη και τον διαχειριστή έργου), θα οδηγήσουν πιθανότατα σε εξοικονόμηση χρημάτων και λιγότερο άγχος κατά τη διαδικασία της μετάφρασης.



ΠΕΕΜΠΠ
ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΕΝΩΣΗ
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ ΜΕΤΑΦΡΑΣΤΩΝ
ΠΤΥΧΙΟΥΧΩΝ ΙΟΝΙΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ



Με την υποστήριξη των:



Asociación Española de
Traductores, Correctores
e Interpretes



Κείμενο: Chris Durban ©2011

Ελληνική μετάφραση: Κατερίνα Χρηστάκη (Lingua Greca Translations)

Διόρθωση ελληνικής μετάφρασης: Αιμιλία Πρεκατέ

Σελιδοποίηση: Mark Richardson



Πολλοί λόγοι μπορούν να οδηγήσουν στην αποτυχία ενός μεταφραστικού έργου.

Ανέφικτες προθεσμίες, ασάφειες στο κείμενο της πρωτότυπης γλώσσας που ενισχύονται όταν ο μεταφραστής δεν κάνει ερωτήσεις, μηχανική μετάφραση που χρησιμοποιείται με λάθος τρόπο, απουσία ελέγχου του τελικού κειμένου προς εκτύπωση από άτομο με μητρική γλώσσα ίδια με τη γλώσσα του μεταφράσματος, υπερβολική αυτοπεποίθηση του μεταφραστή που δεν αντιλαμβάνεται τη σοβαρότητα του θέματος, κακός συντονισμός μεγάλων έργων, φθηνοί μεταφραστές χωρίς κατάρτιση, ακριβοί μεταφραστές χωρίς κατάρτιση, φθηνή μεταφραστική εταιρεία χωρίς κατάρτιση, ακριβή μεταφραστική εταιρεία χωρίς κατάρτιση, μη συμμετοχή του πελάτη και ούτω καθεξής.

Εφαρμόζοντας έστω και τις μισές από τις συμβουλές, θα αυξήσετε τις πιθανότητες να λάβετε μια μετάφραση που θα επιτύχει τον στόχο της.