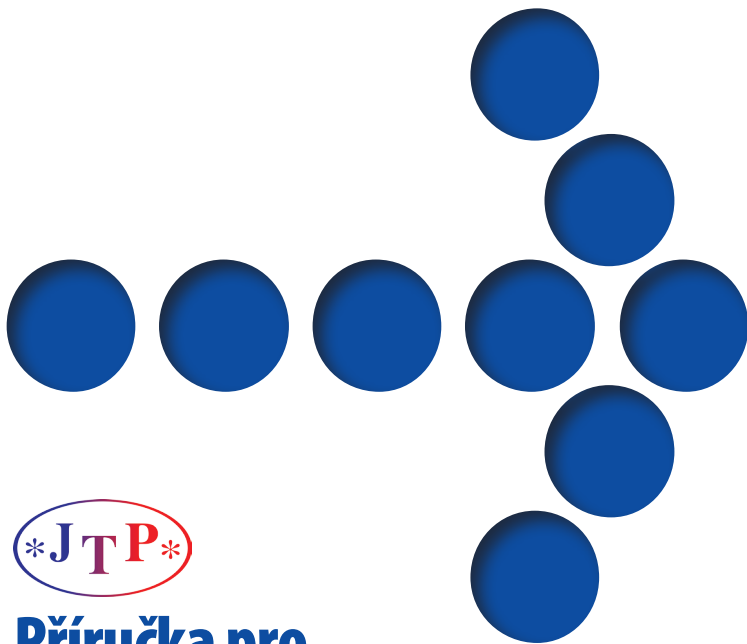


Překlady a jak na to



**Příručka pro
zadavatele překladů**

**Pokud se sami jazyky neživíte,
objednat si překlad může být
docela náročné.**

**Cílem této příručky je zmírnit
váš stres při shánění překladatele
a pomoci vám maximálně využít
investované peníze.**

**Otázka: Překlady, tlumočení –
jaký je v tom rozdíl?
Odpověď: Překladatelé píší,
tlumočníci hovoří.**


Pracujete s písemnými dokumenty? Připravujete uživatelskou příručku pro německé zákazníky, billboardy informující o výprodeji v Argentině, či zprávy, které vám v čínštině posílá vaše nová pobočka v Šanghaji? Pak potřebujete *překladatele*.

Potřebujete komunikovat s cizinci v terénu – třeba při prohlídce laboratoří s mexickými návštěvníky, zasedání správní rady v Japonsku nebo na společenské akci s rodinou, která se nedávno přistěhovala z Rumunska? Pak potřebujete *tlumočnicka*.

Opravdu je nutné přeložit vše?

Než k překladu zbytečně zadáte celý dokument o stovkách stran, zkuste se s budoucími čtenáři (nebo svým obchodním oddělením) domluvit, jaké informace jsou skutečně zapotřebí. Velmi často lze přeskočit obecné pasáže a třeba i seznam vnitropodnikových útvarů, které se na úspěchu výrobu podílely. Nezajímá to ani klienty, ani zahraniční partnery. Mohli by mít navíc za to, že vaše firma se zajímá jen o sebe a je arogantní.

- Jedna společnost ve Francii zkrátala pětisetstránkový manuál na polovinu díky zkušenému překladateli, který před zahájením překladu označil části zbytečné pro zahraniční zákazníky.
- Firma patentových právníků z Kalifornie si u specializovaného překladatele pravidelně objednáva stručné ústní shrnutí obsahu japonských patentů. Společně pak vyberou dokumenty, které je potřeba přeložit.


 **Nechte si přeložit pouze relevantní části stávajících dokumentů nebo napište kratší texty a ty nechte přeložit celé.**

Obrázek vydá za tisíc slov

Zkuste slova „odlehčit“

Pokud zahraničním čtenářům nabídnete přiměřené množství map, piktogramů a grafiky beze slov, možná to bude efektivnější, než obsírné vysvětlování a množství technických detailů. Současně usnadníte práci i překladateli – nebude se vás muset vyptávat na odborné termíny. A překlad vás nejspíš vyjde levněji.

- Švédský nábytkářský gigant IKEA má 316 prodejen v 38 zemích, kde se mluví 25 různými jazyky. V návodech k montáži používá většinou diagramy beze slov. 80 % pokynů obsahuje pouze obrázky, zbývajících 20 % jsou bezpečnostní informace.
- Londýnským letištěm Heathrow a jeho pěti terminály projde každoročně více než 65 milionů turistů ze všech koutů světa; ti všichni najdou cestu pomocí mezinárodně srozumitelných piktogramů.

 **Psané slovo používejte pouze tehdy, když je to nutné nebo když tím vše lépe vysvětlíte.**

Na zahraniční uživatele myslete od samého začátku

Nepoužívejte klišé a obraty, k jejichž pochopení je nutná znalost místní kultury. Ani odkazy na národní sport. Totéž platí pro literární a kulturní metafory. A opatrně se zmínkami o různých částech lidského těla – jejich chápání se kultura od kultury liší.

Vyhýbejte se obrazným rčením a obratům, které v zahraničí nemusí dávat smysl. Překladatel pak nebude nucen zoufale hledat náhradní slovní hříčky a pracně vaše bonmoty obcházet.

Zahraníční partner si asi nevychnutná průpovídku „dopadli jako sedláci u Chlumce“ nebo „seká to jako Baťa cvičky“...



Samozřejmě, ponechte si v textu nějaký místní kolorit, ale ověřte si u překladatele, zda jej lze upravit pro zahraniční čtenáře.

Kolik to bude stát?

Ceny za překlady se pohybují ve velmi širokém rozsahu. Vysoká cena není 100% zárukou vysoké kvality, ale cena pod určitou úrovní zvyšuje riziko, že výsledný text vaší firmě udělá ostudu. Pokud je překladatel placen jen o něco lépe než slečna na hlídání, nejspíš nebude sledovat vývoj ve vašem oboru s takovou pozorností, jakou si obor zaslouží.

Uvažujte reálně. Kolik stránek asi tak zvládne překladatel za hodinu? A kolik času by měl podle vašeho názoru věnovat přípravě textu, kterým budete propagovat své výrobky nebo služby? Ostatně, kolik času strávili vaši lidé při přípravě originálu?

Při výběru překladatele si spočítejte, kolik vás stál vývoj výrobků nebo služeb, které chcete propagovat v zahraničí. Pokud si nemůžete dovolit zaplatit za profesionální překlad, možná byste měli se vstupem na mezinárodní trh počkat.



Služby překladatelské agentury (výběr překladatele, koordinace projektu, kontrola kvality, konverze souborů, jednotný vzhled u vícejazyčných projektů atd.) vám mohou ušetřit hodiny práce. Nenechte se zlákat podezřele nízkou cenou agentury – ověřte si kvalitu její nabídky, požádejte například o ukázkou překladu.

Jak důležitý je styl?

„Bateriový holicí strojek RCCW-320: Tahat žiletka (referenční hodnota kolem 400 g) na sval svise. Potom táhněte kůži a holte pomalu zpět.“

Texty jako je tento často produkují počítačové programy nebo lidé, kteří neumí pořádně cílový jazyk. S překladem tak bojují s mluvnici v jedné ruce a slovníkem v druhé. Takové texty jsou dobré leda pro zasmání.

Jiné překlady jsou technicky přesné, ale text neplyne tak hladce, jak by mohl, a slovosled nebo zvolená terminologie prozrazuje silný vliv původního jazyka. Váš výrobek tyto výtvary asi dobře neprodají, ale pro čtenáře zběhlé v oboru, kteří mohou – nebo mají čas – číst mezi řádky, mohou stačit.



Mnozí překladatelé běžně nabízejí „informativní překlad“ a vedle něho pak třeba adaptaci, umělecký nebo tvůrčí překlad. Vysvětlíte si ten rozdíl, abyste předešli nedorozumění. A to písemně.


Přesný, ale stylisticky neupravený text se často označuje jako „informativní překlad“. Obecně jej lze vypracovat rychleji a levněji než text určený k publikaci.

Pokud má ovšem váš překlad něco prodat nebo někoho přesvědčit, případně je pro vás důležitá vaše reputace, informativní překlad pravděpodobně nebude stačit.

Odolejte pokušení přeložit si text sami

Mluvení není psaní. Člověk, který dokáže v daném jazyce plyně hovořit, ještě nemusí umět uhlazeně a pěkně psát. Možná pravidelně a úspěšně jednáte v angličtině, francouzštině a němčině a často pobýváte v zahraničí, váš písemný projev v cizím jazyce však s vysokou pravděpodobností nebude znít jako od rodilého mluvčího a čtenáře může navíc i odradit.


Může to vadit, ale nemusí, pokud (1) prodáváte za velmi výhodnou cenu (šetřiví klienti vydrží i značné nepohodlí, pokud pochopí alespoň základní smysl textu) nebo (2) chcete dodat textu exotický nádech (jako třeba Škoda ve svém sloganu „Simply Clever“ nebo kampaň na francouzské minerálky Perrier s heslem „H2Eau“).



Má-li projekt působit mezinárodně, exotika asi nebude na místě. Málokterá kultura vidí ráda komolení svého rodného jazyka cizincem. Často to považuje spíše za urážlivé.

K překladu pošlete hotový dokument

Možná vás napadne, že byste překlad urychlili zadáním hrubé verze a zasláním té finální, až bude hotová. Vězte však, že nad takovým textem překladatel stráví více času a tím vám i více naučtuje, o jeho frustraci ani nemluvě. Co je ještě horší: Čím více verzí budete posílat, tím pravděpodobněji se vám do finálního znění vloudí chyby.



Jsou chvíle, kdy nemáte na vybranou. Někdy máte tak šibeniční lhůty, že práce na překladu musí začít před dokončením originálního textu. V takovém případě každou verzi jasně označte datem a časem vydání a překladatelům vyznačte změny oproti verzi minulé.

A co strojový překlad?

Pokud máte málo času a potřebujete zjistit základní smysl nějakého dokumentu pro své soukromé použití, internetový překladač může přijít vhod. Bude určitě rychlý. A levnější než zadarmo už být nemůže.

Obecně však nedoporučujeme posílat neupravený strojový překlad klientům bez jejich výslovného souhlasu. Riskujete, že vás budou považovat v lepším případě za nevzdělance, v horším za hlupáka. Jednou z možností je nechat strojový překlad pečlivě opravit kvalifikovaným překladatelem – i když ne všichni překladatelé takové zadání akceptují. Mnozí tvrdí, že texty vytvořené překladačem jsou tak špatné, že je rychlejší přeložit vše od začátku.



Některé překladatelské agentury a vývojáři vyvinuli vlastní software k překladu konkrétních jazykových kombinací a témat;

výstup z nich stále není kvalitním překladem, bývá však mnohem lepší, než z veřejného překladače pro každého. Takový překlad ovšem něco stojí a je nutno jej zkontrolovat.

Omezenost strojových překladů není nic nového. Už před nějakou dobou deník Wall Street Journal vyzkoušel na webu dva bezplatné překladače a došel k tomuto závěru: „Tyto služby jakžtakž stačí, když třeba potřebujete přeložit dopis od vzdáleného bratrance. Rozhodně bychom je ale nepoužili pro pracovní účely ani v situacích, kdy potřebujeme alespoň trochu přesný význam.“


Od té doby se počítačové algoritmy zlepšily a s nimi i kvalita automatického překladu, to však neplatí zcela u slovanských jazyků.

Informujte překladatele o účelu překladu

Text projevu není totéž, co webové stránky. Prodejní brožura není položka v katalogu. Nadpis grafu není text na dálničním ukazateli a novinový článek se dost liší od prospektu k nové emisi akcií.

Styl, výběr slov, stavba a délka věty mohou být velmi rozdílné – závisí na tom, kde se má text objevit a čeho jím chcete dosáhnout. Zkušený překladatel vás pravděpodobně o tyto informace sám požádá, takže si je raději ověřte předem.

Nejlepší překlady budete nejspíš mít od překladatele (nebo týmu), s nímž spolupracujete dlouhodobě. Čím déle budete spolupracovat a čím lépe budou překladatelé znát vaši obchodní filozofii, strategii a výrobky, tím efektivnější jejich texty budou.




Nezapomeňte říci překladatelům, jaký je účel textu – jen tehdy jej mohou přeložit tak, aby měl maximální efekt na danou cílovou skupinu a dané médium.

Učitelé, vědci a studenti: na vlastní riziko

Řada firem nejprve zkusí překlad zajistit na jazykové katedře místní školy nebo univerzity. Tento postup bude možná někdy fungovat u překladů pro interní potřebu (tedy když chcete zjistit, co mají kolegové ze zahraniční pobočky v plánu), je však velmi riskantní u textů k externímu použití, zejména propagačních materiálů.

Výuka cizího jazyka je náročná činnost, která vyžaduje specifické schopnosti. Ty však jen zřídka stačí k vytvoření plynulého a elegantního překladu. Riziko stoupá ještě víc, pokud se rozhodnete ušetřit a najmete studenta.



Jak by se vám líbilo, kdyby vám méně důležitou operaci prováděl medik jako brigádu při studiu?


(Ostatně, považovali byste svou brožuru, obchodní dopis nebo výroční zprávu za méně důležitou?) A zadali byste v rámci úspor vypracování finančních výkazů vaší firmě studentům obchodní akademie?

Profesionální překladatelé překládají do své mateřštiny

Překlad katalogu do němčiny a ruštiny by měli provést rodilý Němec a Rus. Ze stejného důvodu by i Češi měli překládat pouze do češtiny, ne z ní.

Jako klient to nemusíte vědět, ale překladatel, který nedbá na toto základní pravidlo, nejspíš nebude dbát ani na jiná – včetně kvality.

Jistě, jsou i výjimky, ty však jsou – tak jak výjimky bývají – vzácné. Pokud překladatel tvrdí, že mezi ně patří – pak požádejte o ukázkou. Když bude poskytnutý text věcně správný a bude se dobře číst, a pokud dotyčný zaručí stejnou kvalitu i u vašeho textu – proč ne? Někdy, třeba u specifických oborů a neobvyklých jazykových kombinací, je nutno toto pravidlo porušit a překladatel pak bude pracovat do cizího jazyka. Takové překlady však musí projít pečlivou korekturou jazykově zdatným rodilým mluvčím jazyka cílového. Pouhé „skouknutí“ textu nestačí!




Ztratí překladatelé žijící v zahraničí kontakt s rodným jazykem? Ti levní „řemeslníci“ snad. Kvalitní profesionálové si jazykové schopnosti udržují bez ohledu na místo bydliště.

Jakým jazykem mluví vaši čtenáři?

Má být španělský dokument pro klienty v Madridu nebo v Mexico City? Potřebujete britskou nebo americkou angličtinu? Zeptejte se svých zahraničních partnerů, co přesně je zapotřebí.

Důležitý je i profil cílového publika. Budou text číst němečtí lékaři, sestry nebo pacienti? Nabízíte spořicí účty široké veřejnosti nebo podíly v investičních fondech finančníkům v Lucembursku? Pozor, v některých zemích bude potřeba dodat dokumenty ve více jazycích. Jinak vás může čekat pokuta nebo ještě něco horšího. A nezapomeňte u telefonních a faxových čísel uvést volací předčíslí země.




Vyjadřujte se jazykem svých čtenářů. Vžijte se do nich a zapřemýšlejte, jak jim vaše produkty a služby mohou posloužit. Buďte konkrétní a mluvte k věci (což samozřejmě platí i pro originální propagační materiály, nejen pro překlad).

Zvídavý překladatel? Máte štěstí.

Nikdo nechte vaše texty pečlivěji než překladatel. Přitom patrně odhalí nejasné pasáže, které je zapotřebí upřesnit.

To je dobře – máte tak možnost vylepšit původní text.

- **Manažeři jedné evropské firmy produkující videohry nerozuměli podmínkám zaměstnaneckého nákupu firemních akcií, dokud text nedali anglickému překladateli. Ten měl spoustu otázek a nakonec dodal text mnohem srozumitelnější, než byl ten původní.**
- **„Obvykle se s publikací originálních francouzských dokumentů snažíme vyčkat, než dostaneme překlady,“ prozrazuje hlavní ekonom velké pařížské banky. „Důvod je prostý: naši překladatelé pečlivě sledují dění v oboru. Jejich kritické oko nám pomáhá najít slabiny v originálu.“**


 Dobří překladatelé nejprve vaše věty zcela rozeberou, analyzují význam a pak teprve přeloží do cílového jazyka.

A přitom se ptají na cokoli nejasného.

Čím odbornější téma, tím důležitější je jeho dokonalá znalost překladatelem.


Zkuste pěti rodilým mluvčím libovolného jazyka zadat základní informace o výrobku a požádejte je, aby k jeho popisu použili 100 slov. Vznikne pět různých textů, z nichž některé budou jasnější a srozumitelnější než jiné. Lidé obeznámení s daným tématem pravděpodobně vytvoří lepší text. A totéž platí i pro překladatele.

Je-li to možné, seznamte se s překladateli, kteří pro vás budou pracovat. Nejen s pracovníky agentury, ale těmi, kdo překlad skutečně vytvoří. A dbejte, aby oni měli kontakt na vás.

 **Promluvte si se svými překladateli. Měli by dobře znát obor, v němž překládají. Pokud tomu tak není, je čas změnit překladatele, nebo rovnou celou agenturu. Překladatelé by se tématu neměli „učit“ na vaše náklady, pokud k tomu výslovně nedáte souhlas.**

Poslední krok: pošlete zformátovaný dokument překladateli ke kontrole

Možná máte perfektní organizaci práce a spolehlivé překladatele, kteří znají vaši společnost, ale i dokonalý dokument mohou zcela potopit změny (nadpisy, titulky, upravená slova) prováděné na poslední chvíli v dobré víře lidmi, kteří nejsou překladatelé. Chybička se snadno vloudí. Německý klient v dobré víře v překladu z němčiny „opravil“ všechna podstatná jména, která rozeznal, aby začínala velkým písmenem.


 **Dbejte, aby finální kontrolu provedl rodilý mluvčí s citem pro jazyk – v ideálním případě váš profesionální překladatel. Pokud pověříte někoho jiného, musí mít skutečně dobrý jazykový cit. Pozor na samozvané experty s vágními zkušenostmi z dávné minulosti, i když laikům znějí imponantně. Ze stejného důvodu není dobré provádět poslední změny cizojazyčných textů po telefonu. Člověk se snadno přeslechne.**

Každý jazyk má svou diakritiku a typografické úpravy

Tohle mnoho tiskáren a firemních zaměstnanců neví, nebo to neberou vážně – snaží se „upravit“ texty v jiných jazycích podle místních typografických norem.

Ve francouzštině je před dvojtečkou mezer a uvozovky se píší ve tvaru «». V němčině začínají všechna podstatná jména velkým písmenem. V angličtině zase názvy dnů a měsíců. A ve španělštině nikdy, ale opravdu nikdy nevypouštějte „vlnovku“ nad „n“, pokud ji tam překladatel napíše...

Dvojazyčný nápis v USA oslavoval 100 anos historie města. Año znamená rok, ano je ovšem konečník. (Napadlo by vás někdy smazat diakritiku v české obchodní brožuře? Hrůza, že?)

 **Jednotlivé typografické chyby jsou jen drobnosti, ale v celkovém součtu zahraniční čtenáře otráví. Respektujte typografické konvence jazyka, do nějž necháváte text přeložit.**

Překladatelé a laici hovořící cizím jazykem: pohled zblízka

Profesionální překladatelé jsou svým způsobem spisovatelé a vytvářejí texty, které se dobře čtou i v cílovém jazyce. Obvykle plynule komunikují i v jazyce, z něhož překládají. Především však slouží jako efektivní mosty mezi jazyky, ve kterých pracují. Informaci obsaženou v originále dokáží odpovídajícím stylem a v odpovídající terminologii vyjádřit i ve svém rodném jazyce.

Hovořit cizím jazykem je něco jiného. Někteří lidé plynně mluví i několika jazyky, ale ne vždy dokáží kvalitně převádět informace z jednoho do druhého, zejména v písemné formě. Nemluvě o tom, že ani s mluvením to u řady z těch, co se cizím jazykem chlubí, nemusí být slavné.

- **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 sušit pri vykuřovacích zariadeniach“.



Znalost cizího jazyka sama o sobě není zárukou dobrého písemného projevu nebo překladatelských schopností.

Další velmi rozšířený mýtus: „Technické pojmy nedělají při překladu velké problémy.“

Pravda, vědecké názvosloví třeba v botanice nebo zoologii je systematické, přesné a podobné v mnoha jazycích – pokud se používá správně. Přeložit seznam součástí s ilustracemi, dejme tomu v návodu k údržbě nádrže na vodu, nebývá obvykle příliš složité.

Přesto mohou zaváhat i odborníci na danou technologii, kteří terminologii ve své mateřštině ovládají.

Techničtí – stejně jako ostatní – překladatelé musí dbát na to, aby se jejich výtvar četl přinejmenším stejně dobře jako originál a někdy i lépe. Měl by, když text vlastně projde revizí od druhého odborníka. Nesprávné použití odborných výrazů často znamená, že překladatelé v daném oboru nejsou úplně doma. Možným řešením je požádat odborníka o revizi hotového překladu.



Než dokument zadáte do tisku, zajistěte si jeho finální kontrolu po stránce gramatické. Zkontrolovat je nutno i interpunkci a styl. To vše profesionálním překladatelem, zejména nejsou-li konzultováni odborníci rodilí mluvčí cílového jazyka.

Výběr překladatele či agentury

Nablýskané brožury, slogany a prezentace, seriózní i přehánějící, jsou jedna věc, skutečné schopnosti druhá.

Požádejte potenciální překladatele o ukázky jejich práce – tedy nejen o jména klientů, ale o přeložené texty. Pokud překladatel nabízí přeložení vašich webových stránek, chtějte vidět stránky, které už přeložil. Totéž platí pro brožury a texty projevů. Nechte ukázky posoudit důvěryhodným rodilým mluvčím s jazykovým citem (třeba z vaší zahraniční pobočky nebo od partnera).

Pokud se uchazeči v oboru pohybují už několik let a nedokáží předložit žádnou ukázkou, s níž by byli sami spokojeni, pryč od nich.

Řekněte překladateli, že se jeho jméno objeví v tiráži hotového dokumentu vedle autorů fotografií a designu.



Uvedení překladatela jména v dokumentu vás nic nestojí, on však získá pádný důvod, proč odvést vysoce kvalitní práci. Někteří překladatelé budou požadovat finální verzi ke kontrole, aby jim vaše změny, provedené na poslední chvíli, nezkazily reputaci. Neváhejte a slibte jim to – pomohou tím nejen sobě, ale i vám.

Plánujte předem: Pokud s firmou hodláte do budoucna prorazit v zahraničí, začněte dobrého překladatele hledat hned. A jakmile budou k dispozici definitivní texty, pošlete mu je i po částech, ať má na práci co nejvíce času.


Nenechte náhodě nic, co nemusíte: možná byste si měli připravit glosář specifických termínů. Třeba tím zvýšíte i konzistentnost původních dokumentů. Do práce na dvou- či vícejazyčných verzích zapojte překladatele i vlastní zaměstnance.

Co přesně potřebujete?

K jakému účelu překlad potřebujete a kolik na něj máte? Je určen ke zveřejnění, pro interní informaci, potřebujete stručný souhrn, nebo vám stačí hrubý strojový text?

Zkuste si třeba spočítat, kolik lidí bude výsledný text číst: bude to pro skupinu dvanácti zaměstnanců, nebo do celostátní reklamy? Do jaké míry by mohl nekvalitní překlad poškodit jméno firmy nebo způsobit právní problémy?

A teď se znovu podívejte na připravený rozpočet. Překladatelství je vlastně spousta úzce specializovaných oborů. I v kategorii překladů k publikaci najdeme široké spektrum různých směrů se stejně širokou škálou cen. Tým, který odvedl perfektní práci při překladu počítačových manuálů, nemusí být ten správný pro výroční zprávu firmy.

 **U marketingových materiálů na křídovém papíře je třeba poohlédnout se po špičkovém překladateli, který ovšem není zadarmo. U interních zpráv a dokumentů pro omezený okruh čtenářů stačí méně elegantní překlad – ten bude také levnější.**

Dobry překlad vyžaduje váš čas

Pokud si nedáte tu práci, abyste překladatele důkladně informovali o celém projektu, výsledek nejspíš nebude odpovídat vašim představám.

Možná vás to bude stát deset minut času (jistě, pokyn sekretářce, aby zajistila provedení překladu, bude rychlejší), ale desetiminutový pohovor informované osoby s překladatelem (nebo aspoň s koordinátorem překladu) vám nejspíše později ušetří stres i peníze.

Pokud potřebujete profesionálního překladatele nebo tlumočníka, navštivte stránky JTP: www.jtpunion.org.

Jednota tlumočnicků a překladatelů, Senovážné náměstí 23, 110 00 Praha 1,

tel. +420 224142312, +420 224142517

Vychází za finanční podpory Evropské komise.



Text: Chris Durban ©2014

Vydala: JTP – Jednota tlumočnicků a překladatelů 2016

Sazba: Mark Richardson

ISBN 978-80-7374-122-8



Překladačský projekt lze zkažit mnoha způsoby.

Může se jednat o nesmyslně krátký termín, nejasnosti ve výchozím textu (znásobené tím, že se překladatel nezeptá), nesprávně použitý strojový překlad, absenci revize textu rodilým mluvčím před tiskem, blaženou nevědomost příliš sebevědomého překladatele, jenž pracuje bez kontaktu s okolím, špatnou koordinaci rozsáhlého překladačského projektu, špatného levného překladatele, špatného a navíc drahého překladatele, levnou či drahou, ale špatnou překladačskou agenturu, nedostatek informací od klientů atd. atd.

Využijete-li alespoň polovinu tipů uvedených v této brožurce, zvýšíte tím své šance na překlad, který bude hoden toho jména.

Vážení čtenáři a zadavatelé překladů, dočetli jste příručku, která výstižně popisuje úskalí, s nimiž se setká každý, kdo potřebuje zadat nějaký text k překladu. Nejedná se o teoretické příklady, ale o praktické zkušenosti, s kterými se profesionální překladatelé setkávají prakticky každodenně. Popisované problémy by se daly nazvat „Starými pověstmi českými, a nejenom českými, o překladu“.

Můžete se ptát, proč se Evropská unie, resp. Evropská komise plete i do této oblasti. Je to proto, že překlad je nedílnou součástí evropské legislativy a cílem překladatelů v Komisi i v ostatních institucích Evropské unie je pomoci lidem vzájemně se dorozumět.

*Otto Pacholík
vedoucí českého překladatelského
oddělení DGT Evropské komise*

