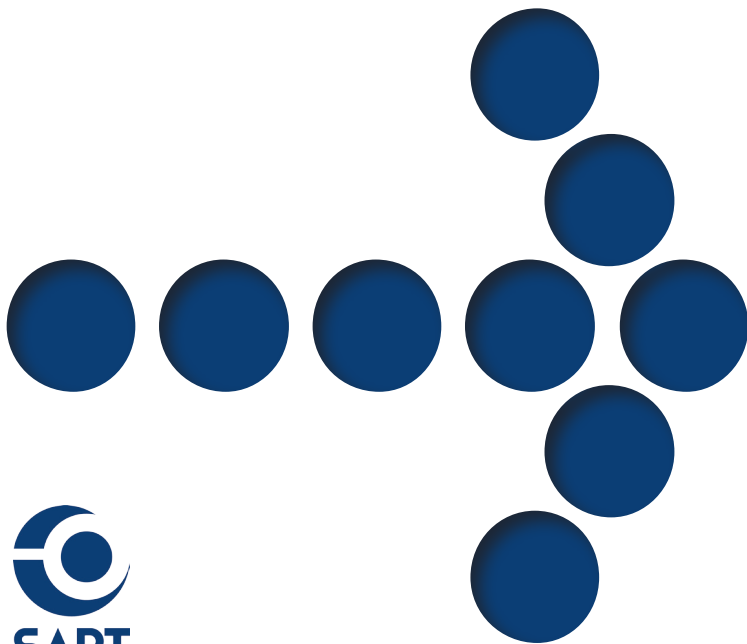


Všetko, čo potrebujete vedieť o prekladaní



Príručka pre zadávateľov prekladov

**Ak sa nevyznáte v jazykoch,
môžete sa pri zadaní prekladu
potrápiť.**

**V tejto príručke nájdete návrhy,
ktoré vám pomôžu zmierniť stres
a z rozpočtu na preklad vyťažiť
maximum.**

Aký je rozdiel medzi prekladom a tlmočením? Prekladatelia píšu, tlmočníci hovoria.

Ak pracujete s písanými textami – či už ide o reklamné letáky na prilákanie rakúskych zákazníkov, používateľské príručky k produktom, ktoré predávate vo Francúzsku, alebo dotazníky, ktoré vyplnili respondenti v Nemecku a chcete im rozumieť – potrebujete *prekladateľa*.

Ak chcete priamo komunikovať s ľuďmi v cudzom jazyku – na návšteve výrobného závodu v Španielsku, na zasadnutí s nemeckým predsedom predstavenstva alebo na konferencii so špecialistami na pľúcne ochorenia – potrebujete *tlmočníka*.

Naozaj to treba prekladať?

Namiesto toho, aby ste si nechali bez rozmyslu preložiť dokumenty, rozhodnite sa spolu s klientom (alebo obchodným tímom), ktoré informácie sú naozaj potrebné. Vo všeobecnosti sa dá vyhodiť „omáčka“ – vrátane zoznamov všetkých oddelení, ktoré sa pričínili o úspech produktu. Vaši zahraniční partneri ich nepoznajú a ani ich to veľmi nezaujíma. Takéto časti dokonca môžu vašu firmu vykresliť ako zahľadenú do seba.

Firme vo Francúzsku sa vďaka špecializovanému prekladateľovi podarilo osekať päťstostranový manuál na 230 strán. Skôr než začal prekladať, označil všetky časti, ktoré sa netýkali zahraničných klientov.

Kalifornská firma, ktorá sa špecializuje na patentové právo, sa pravidelne obracia na špecializovaného prekladateľa. Jeho úlohou je vypracovať krátke ústne zhrnutie japonských patentov. Spolu potom vyberajú dokumenty, ktoré treba preložiť celé.



Dajte si preložiť iba relevantné časti existujúcich dokumentov, alebo napíšte kratšie zhrnutia a dajte preložiť len tie.

Obrázok povie viac než tisíc slov

Šetrite slovami

Vhodné použitie obrázkov môže byť pre zahraničné publikum zrozumiteľnejšie než kvetnaté eseje a komplikované technické opisy. Úloha prekladateľa sa zjednoduší, zníži sa riziko chybného prekladu a aj cena bude nižšia.

Švédsky nábytkový gigant Ikea má 392 obchodov v 50 krajinách a prezentuje sa v 25 rôznych jazykoch. V návodoch na montáž nábytku využíva najmä veľké diagramy bez textu. Až 80 % návodov tvoria iba obrázky; ostávajúcich 20 % sú bezpečnostné informácie, ktoré musia byť v textovej podobe.

Cez päť terminálov londýnskeho letiska Heathrow každoročne prejde viac než 65 miliónov pasažierov z celého sveta. Orientujú sa len pomocou medzinárodne známych piktogramov.



Text používajte len v nevyhnutných prípadoch, alebo ak naozaj najefektívnejšie vyjadrí vašu myšlienku.

Od začiatku myslite medzinárodne

Vyhňte sa kultúrnym stereotypom. Narážky na populárny národný šport sa môžu minúť účinku. To isté sa týka literárnych alebo kultúrnych metafor.

Keď pracujete s písomnými dokumentmi a používate pritom prepojenie na vizuály, vyhňte sa takým, ktoré v zahraničí môžu vnímať inak. Vášho prekladateľa to tlačí do krkolomných slovných hier a ťažkopádnych riešení.

Zahraničný partner asi úplne nepochopí narážku na „jánošíkovskú politiku“ alebo pranie „ak pánboh dá, aj motyka vystrelí“.

 **Samozrejme, že môžete zachovať aj trochu lokálneho koloritu, ale najskôr sa uistite, či tím, zodpovedný za zahraničné texty, takú úpravu zvládne. A nezabudnite doplniť telefónne predvolby zo zahraničia.**

Kolko to bude stáť?

Ceny prekladov sa rôznia a hoci vysoké ceny nemusia byť zárukou vysokej kvality, ak klesnú pod určitú úroveň, s vysokou pravdepodobnosťou dostanete text, ktorý neprospeje povesti vašej firmy a produktov. Ak prekladateľ zarobí podobne ako upratovačka, sotva bude mať čas a energiu pozorne sledovať trendy vo vašom odbore.

Majte reálne očakávania. Koľko strán dokáže prekladateľ vyprodukovať za hodinu? Koľko času stráví tvorbou textu, ktorý bude propagovať váš produkt či službu? (Ako dlho trvalo vášmu tímu vypracovať originál?)

Pred výberom prekladateľa si zrátajte, koľko ste investovali do produktu, ktorý chcete propagovať v zahraničí. Ak si nemôžete dovoliť profesionálny preklad, so vstupom na zahraničný trh by ste asi mali ešte počkať.

 **Pridaná hodnota, ktorú poskytuje prekladateľská agentúra (výber prekladateľa, projektový manažment, kontrola kvality, konverzia súborov, štandardizovaná prezentácia viacjazyčných projektov, atď.) má tiež svoju cenu, ale ušetrí vám hodiny práce.**

A čo štýl?

Tehao Dobíjacie holiaci strojček RCCW-320: prepašovať žiletku (ref. hodnota okolo 400 g) na svojom svalu v zvislom smere. Potom ťahajte pokožku a holiť pomaly späť.

Takto môže vyzeráť výstup z automatického prekladača alebo výsledok práce prekladateľa, ktorý prekladá do cudzieho jazyka s učebnicou gramatiky v jednej ruke a slovníkom v druhej. Ako vtip to ujde, ale to je tak všetko.

Iné preklady sú síce terminologicky presné, no štýl je kostrbatý. Slovosled alebo zvolené slová nadmerne ovplyvnil jazyk originálu. Takéto texty nie sú vhodný marketingový nástroj, ale postačia čitateľom, ktorí sa v téme vyznajú a dokážu (alebo majú čas) čítať aj medzi riadkami.



Mnohí prekladatelia bežne poskytujú „informatívne“ preklady ako štandard, namiesto toho, aby text riadne preformulovali alebo prispôbili. Vyjasnite si to vopred, aby ste sa vyhli nedorozumeniam. Dohodnite sa písomne.

Špecializovaní prekladatelia o terminologicky presnom, no štylisticky nedotiahnutom preklade často hovoria ako o „informatívnom“. Vo všeobecnosti sa dá urobiť rýchlejšie a je lacnejší ako preklad, ktorý sa bude publikovať.

Ak však chcete svojím textom presvedčiť alebo predáť, alebo ak chcete spraviť dojem, informatívny preklad vám nepostačí.

Odolajte pokušeniu pustiť sa do prekladu vlastnoručne

Hovoriť a písať sú dve rozdielne veci. Plynulý ústny prejav nezaručuje bravúrny písateľský štýl. Aj keď pravidelne rokujete v nemčine, angličtine či francúzštine a trávite veľa času v krajinách, kde sa týmito jazykmi hovorí, vaše texty v 99 prípadoch zo 100 ihneď odhalia ako „cudzie“.

Môže, ale nemusí na tom záležať. Nezáleží na tom, ak (1) je vašim hlavným predajným argumentom cena (zákazníci, ktorých zaujíma iba cena, znesú veľa stylistických nedostatkov, ak dokážu pochopiť podstatu textu), alebo (2) chcete vyzdvihnúť „cudzokrajnosť“ ako súčasť svojej značky.



Ak chcete pôsobiť medzinárodným dojmom, radšej uberte z lokálneho koloritu. V mnohých krajinách sa zlé alebo nedbanlivé používanie jazyka považuje dokonca za urážlivé.

Najprv hotový text, potom preklad

Pustiť sa do prekladu čo najskôr môže byť veľmi lákavé, ale naozaj sa oplatí počkať na dokončenie originálu, lebo ak prekladatelia robia s pracovnou verziou, proces nakoniec trvá dlhšie a predraží sa (a zrejme vám aj narobí nervy). A čo je horšie, čím viac verzií, tým väčšia pravdepodobnosť, že do finálneho textu preklánu chyby.



Niekedy jednoducho nemáte na výber. Niekedy vás naháňa termín a na preklade sa musí začať pracovať skôr, než sa dokončí pôvodný text. Ak ste v takejto situácii, nezabudnite jasne označiť dátum a čas vytvorenia každej verzie a vyznačovať zmeny medzi jednotlivými verziami.

A čo automatický preklad?

Niekedy pomôže – ak vás tlačí čas, potrebujete sa dozvedieť, o čom text je a použijete ho len na vlastné účely. Rozhodne je rýchly. A lacnejšie než zadarmo nepracuje nikto.

Bez výslovného súhlasu klienta však nepoužívajte hrubý strojový preklad na akékoľvek texty, ktoré majú reprezentovať firmu. Jednoducho nie je dosť dobrý – hrozí, že vám nebudú rozumieť. Dokonca môžete pôsobiť hlúpo. Jednou z možností je dať strojový preklad upraviť skúseným prekladateľom, hoci nie všetci sú ochotní prijať takéto zákazky. Mnohí tvrdia, že texty, ktoré vygeneruje počítačový program, sú také zlé, že je rýchlejšie preložiť ich nanovo.



Niektoré prekladateľské alebo iné firmy vyvíjajú vlastný softvér na konkrétne jazykové kombinácie

a témy. Hrubý preklad v takomto prípade bude omnoho lepší než od všeobecne zameraného automatického prekladača za pár eur. No nebude to zadarmo a výsledok si stále bude vyžadovať dôslednú kontrolu.

Noviny *The Wall Stret Journal* testovali dva bezplatné online automatické prekladače a dospeli k takémuto záveru: „*Tieto služby sú prijateľné pre turistov alebo niekoho, kto si chce preložiť list od príbuzného. V žiadnom prípade by som ich nepoužil na firemné účely alebo čokoľvek, čo si vyžaduje aspoň minimálnu presnosť.*“

(Dobrá rada nad zlato)

Oboznámte prekladateľa s účelom textu

Prejav nie je webová stránka. Predajná brožúrka nie je katalógová položka. Nadpis grafu nie je smerová tabuľa. Článok v *Novom čase* nie je prospektom pre emisiu cenných papierov.

Štýl, zrozumiteľnosť a čitateľnosť, výber slov, formulácia a dĺžka viet – to všetko závisí od toho, kde sa váš text objaví a čo ním chcete dosiahnuť. Skúsenejší prekladateľ pravdepodobne bude požadovať všetky tieto informácie, preto by ste sa nad nimi mali zamyslieť aj vy.

Najlepšie výsledky získate, ak si s prekladateľom alebo prekladateľským tímom vybudujete stabilný vzťah. Čím dlhšia spolupráca, tým hlbšie pochopenie firemnej filozofie, stratégie a produktov. Čiže rýchlejšie a lepšie preklady.



Nezabudnite prekladateľovi povedať, na čo slúži váš text, aby jeho verzia v cudzom jazyku čo najlepšie zapôsobila na konkrétne publikum v zvolenom komunikačnom prostriedku.

Učítelia, vedci a študenti: na vlastné riziko

Mnohé firmy sa s cudzojazyčným textom asi najskôr obrátia na učiteľov alebo študentov jazyka na najbližšej univerzite. Hoci to niekedy môže dopadnúť dobre, napr. ak je preklad určený na interné účely (chcete zistiť, čo má druhá firma za lubom), inokedy, napr. ak ide o propagačné texty, je to vrcholne riskantné.

Vyučovanie cudzieho jazyka je odborná činnosť, no učítelia sú len zriedkakedy odborníci na preklad. Riziko je ešte väčšie, ak sa rozhodnete pre študentov prekladateľstva, čo sa sprvu môže zdať ako vhodná a lacná alternatíva.



Boli by ste za to, aby si medicí počas štúdia privyrábali drobnými operáciami? (A považujete svoju brožúru/list/výročnú správu/prejav za drobnosť?) Chceli by ste, aby finančné výkazy vašej firmy spracovával študent ekonómie, len aby ste ušetrili?

Profesionálni prekladatelia prekladajú do svojho rodného jazyka

Ak chcete mať katalóg v nemčine a ruštine, preloží vám ho rodený Nemec a Rus. Slováci by mali prekladať iba do slovenčiny.

Ako klient to možno neviete, ale prekladateľ, ktorý nedbá na toto základné pravidlo, veľmi pravdepodobne nebude dbať ani na iné – vrátane aspektu kvality.

Určite sú aj výnimky, ale nie je ich veľa. Ak váš prekladateľ tvrdí, že je jednou z nich, požiadajte ho o ukážku práce. Ak je vecne v poriadku a dobre sa číta a ak prekladateľ zaručí rovnakú kvalitu vášho textu – tak prečo nie? Prv než pošlete preklad do tlače, mal by ho dôsledne skontrolovať – nielen prebehnúť – kvalifikovaný rodený hovoriaci daného jazyka.



Stráca prekladateľ, ktorý žije v zahraničí, kontakt so svojím rodným jazykom?

Možno taký, ktorý sa prekladaním ledva uživí. Skutoční experti si jazyk udržiavajú, nech žijú kdekoľvek.

Akým jazykom hovoria vaši čitatelia?

Potrebuje španielčinu pre klientov v Madride alebo v Mexiko City? Britskú alebo americkú angličtinu? Opýtajte sa svojich zahraničných partnerov, aby ste zistili, čo presne potrebujete.

Dôležitý je aj tón komunikácie. Nemčina pre lekárov a zdravotnícky personál alebo pre pacientov? Predávate sporiace produkty pre verejnosť, alebo investičné fondy finančníkom v Luxembursku? Nezabudnite, že v niektorých krajinách musia byť texty v dvoch alebo viacerých jazykoch; inak môžete dostať prinajlepšom pokutu.



Hovorte jazykom svojho čitateľa. Vžite sa do jeho kože a zamerajte sa na to, ako vaše produkty a služby uspokojujú jeho potreby. Hovorte konkrétne a k veci. (To isté, samozrejme, platí aj pre vaše propagačné materiály v pôvodnom jazyku.)

Zvedavý prekladateľ je dobré znamenie

Nikto nebude vaše texty čítať pozornejšie než prekladateľ. Pri prekladaní môže odhaliť nezrozumiteľné miesta. To je pre vás len dobre, keďže vám to umožní vylepšiť aj originálny text.

V jednej firme skonštatovali, že ani vedenie celkom nechápalo pravidlá nadobúdania firemných akcií. Až kým ich nedali preložiť do angličtiny – prekladateľ sa toľko vypytoval, že anglický preklad bol nakoniec zrozumiteľnejší než originál.

„S tlačou pôvodných textov vo francúzštine zvyčajne čakáme, kým prekladatelia dodajú preklady,” uvádza hlavný ekonóm veľkej banky v Paríži. „A to z jednoduchého dôvodu – prekladatelia sledujú dianie v našom odbore. Ich kritický pohľad nám pomáha objaviť slabé miesta v pôvodných textoch.”



Dobří prekladatelia vety najprv rozmenia na drobné a až potom ich nanovo poskladajú v cieľovom jazyku. Počas tohto procesu sa na vás obracajú s otázkami.

Čím odbornejšia je téma, tým dôležitejšie je, aby ju vaši prekladatelia dokonale ovládali

Poskytnite piatim ľuďom základné informácie o produkte, požiadajte ich, aby ich zhrnuli do 100 slov a dostanete päť odlišných textov. Nebudú rovnako jasné a čitateľné. Ľudia, ktorí poznajú tému, obvyčajne napíšu lepší text. To isté platí pre prekladateľov.

Ak sa to čo i len trochu dá, spoznajte svojich prekladateľov – a teraz nemáme na mysli projektových manažérov v agentúre, ale ľudí, ktorí naozaj prekladajú vaše texty. A dbajte o to, aby aj oni poznali vás.



Rozprávajte sa s prekladateľmi. Mali by sa dobre orientovať vo vašom odbore.

Ak sa v ňom nevyznajú, pohládajte iných.

Nemali by sa s témou oboznamovať na váš účet, pokiaľ s tým výslovne nesúhlasíte.

Ciel' na dohľad: požiadajte prekladateľa, aby skorigoval zalomený text

Bez výnimky. Aj keď uplatňujete overené postupy a spolupracujete so spoľahlivými prekladateľmi, ktorí vašu firmu dôverne poznajú, úpravy na poslednú chvíľu (nadsisy, popisy, zmeny slov), ktoré v dobrej viere urobia „neprekladatelia“, môžu poškodiť inak výborný text.

Chyba sa stane ľahko. Jeden nemecký podnikateľ s dobrým úmyslom vyškrtol „s“ v slove headquarters, lebo jeho firma má predsa iba jedno sídlo. Francúzski sadzači často dopĺňajú „s“ v anglickom slove „information“, ktoré nemá množné číslo. V roku 2009 darovala americká ministerka zahraničných vecí Hillary Clinton svojmu ruskému kolegovi tlačidlo „RESET“, ktoré bolo v ruštine nesprávne označené ako „PREŤAŽENÉ“. O korektorovi nikto ani nechyroval!

 **Konečnú verziu si dajte schváliť rodenému hovoriacemu daného jazyka s dobrým jazykovým citom. Zmeny v textoch rozhodne nerobte po telefóne.**

Typografické pravidlá jednotlivých jazykov sú rôzne

Mnohí tlačiar a administratívni pracovníci si to neuvedomujú – alebo to neberú vážne – a cudzojazyčné texty radi „vylepšujú“ podľa vlastných typografických štandardov.

Vo francúzštine je pred dvojbodkou medzera. Úvodzovky sa píše takto « » a v angličtine takto “ ”.

Dvojazyčný plagát v USA pripomínal 100 anos histórie obce. Año je rok, ano je zadok. (Vynechali by ste v slovenskom texte mäčkene? Asi sotva.)

 **Môže sa vám zdať, že ide o maličkosti – čo tam po nejakých mäčkenech... No hromadenie sadzačských chýb v texte pôsobí na cieľového čitateľa neprofesionálnym dojmom. Rešpektujte typografické zvyklosti jazyka, do ktorého sa text prekladá.**

Prekladatelia a bilingvisti: nie je to jedno

Profesionálni prekladatelia sú autori – tvoria texty, ktoré sa dobre čítajú v cieľovom jazyku. Primárne však fungujú ako most medzi jazykmi, s ktorými pracujú. Pôvodný text vedia v rodnom jazyku podať primeraným štýlom a správnymi slovami.

Bilingvizmus je niečo iné. Bilingválni ľudia plynule hovoria dvomi jazykmi, ale nie sú automaticky schopní prenášať informácie, najmä nie písomne. Mnohí veľmi preceňujú svoje komunikačné schopnosti.

Maxana, český obchod s nadmernými veľkosťami, mal na Facebooku reklamu v „slovenčine“ – povedz si o katalóg. Výsledok? Veľa kritických reakcií na tento jazykový nepodarok. Tchibo na jeseň ponúkalo kolekciu na Indiánske leto. To, čomu v angličtine hovoria Indian Summer, je v slovenčine babie leto.



**Dvojazyčnosť nie je zárukou
schopnosti prekladať
a dobre písať.**

„Odborná terminológia len zriedka spôsobuje problémy pri preklade.“ **Rozšírený mýtus**

Je pravda, že odborná nomenklatura v oblastiach ako botanika, zoológia, a pod. je zvyčajne rigorózna a medzinárodná – ak sa riadne používa. Aj ilustrovaný zoznam súčiastok, napríklad v príručke na údržbu cisterny, sa obyčajne dá preložiť dosť jednoducho.

No dokonca aj odborníci na techniku, ktorí o nej píšú vo svojom vlastnom jazyku, sa môžu pomýliť.

Technickí prekladatelia tiež musia dbať o to, aby sa výsledný text čítal rovnako dobre ako originál, ba aj lepšie – čo má logiku, keďže na preklade sa podieľa druhý odborník. Ak sú v texte nesprávne použité technické pojmy, často to znamená, že prekladateľ precenil svoje schopnosti. Riešením je pripomienkovanie a korektúra odborníkmi na danú problematiku.



**Než text pošlete do tlače, vždy ho dajte
schváliť profesionálnemu prekladateľovi.
Skontroluje gramatiku, syntax,
interpunkciu a štylistiku.**

Ako si vybrať prekladateľa

Farebné brožúrky a lákavé ponuky sú jedna vec, skutočné schopnosti druhá.

Požiadajte vybraných prekladateľov o ukážky textov, ktoré preložili – nielen o mená klientov, ale o preklady, ktoré reálne urobili a predali. To isté platí pre brožúry či prejavy. Dajte tieto ukážky rodenému hovoriacemu s dobrým jazykovým citom, ktorému dôverujete (možno v zahraničnej pobočke alebo v partnerskej firme), aby vám povedal svoj názor.

Ak prekladatelia podnikajú v tejto oblasti niekoľko rokov a nevedia vám poskytnúť žiadne ukážky, s ktorými by boli spokojní, máte problém (a aj oni).

Zdôraznite, že mená prekladateľov budú uvedené na hotovom dokumente hneď vedľa mien fotografov a grafikov.



Zverejnenie mena prekladateľa vás nič nestojí a jeho motivuje odvieť špičkovú prácu. Prekladateľ môže trvať na tom, že texty pred tlačou ešte raz skontroluje, aby zásahy nekvalifikovaných upravovateľov nepoškodili jeho meno. Je to v záujme všetkých. Prijmite to bez váhania.

Plánujte v predstihu: ak vaša firma uvažuje nad vstupom na zahraničný trh, začnite si hľadať talentovaného prekladateľa čo najskôr. Keď už budete pripravovať texty na preklad, nechajte mu čo najviac času.

Kontrolujte, čo sa dá: zvážte, či by nestálo za to, zostaviť si firemný glosár. (Je to tiež spôsob, ako zvýšiť jednotnosť vašich originálnych dokumentov.) Dvojazyčnú verziu môžu vytvoriť vaši zamestnanci s prekladateľom.

Čo naozaj potrebujete?

Informatívny preklad, dôležitý preklad na zverejnenie, hrubý strojový preklad, pochopenie hlavnej myšlienky – aký preklad (a aký rozpočet) potrebujete?

Jedna z možností je spočítať si, koľko ľudí bude čítať vaše texty. Bude to celoštátna tlačová kampaň alebo firemné memo pre 12 ľudí? Aký dosah na váš imidž/aké právne následky by mohol mať preklad so závažnými nedostatkami?

Znova zvážte svoj rozpočet.

Trh s prekladmi je vlastne množstvo úzko špecializovaných trhov. Aj v kategórii „na zverejnenie“ je široké spektrum služieb a prekladateľov, ktorí si účtujú rovnako široké spektrum sadzieb. Tím, ktorý odviedol skvelú prácu na používateľských príručkách k vášmu softvéru nemusí byť ten najvhodnejší na preklad výročnej správy vašej firmy.

 **Na reklamu v kvalitných časopisoch a na nákladné pamätné/informačné tabule je zmysluplné zaplatiť si prémiové texty. Na interné obežníky alebo dokumenty s úzkym záberom môže stačiť aj menej prepracovaná (a menej nákladná) verzia.**

Zapojte sa

Najrýchlejšia cesta k zlému prekladu je dištancovať sa od celého procesu. Ak si nenájdete čas spísať presné pokyny prekladateľom, sotva dostanete to, čo chcete alebo potrebujete.

Možno vám to zaberie o 10 minút viac, než len povedať svojej asistentke „dajte toto preložiť“, ale keď ten správny človek venuje 10 minút prekladateľovi (alebo projektovému manažérovi), pravdepodobne vám to v budúcnosti ušetrí peniaze a stres.



Slovenská asociácia prekladateľov a tlmočníkov

Konventná 9 811 03 Bratislava

Preklad, adaptácia, redakcia a korektúra: Mária Mlynarčíková,
Zuzana Angelovičová, Henriette Geierová, Barbora Kráľová

Text: Chris Durban ©2011

Grafická úprava: Mark Richardson



Existujú stovky faktorov, ktoré ohrozujú prekladateľský projekt: šialené termíny, nejednoznačný zdrojový text umocnený tým, že prekladateľ nekladie otázky, nesprávne použitý strojový preklad, chýbajúca korektúra zalomeného textu rodeným hovoriacim, sladká nevedomosť príliš sebavedomého prekladateľa, ktorý pracuje vo svojej bubline a netuší, čo všetko nevie, zlá koordinácia veľkých projektov, zlý lacný externý prekladateľ, zlý drahý externý prekladateľ, zlá lacná prekladateľská agentúra, zlá drahá prekladateľská agentúra, klient, ktorý sa nezapája, a tak ďalej.

Vaša šanca na skutočne dobrý preklad sa zvýši, ak uplatníte aspoň polovicu tipov z tejto príručky.



SAPT

Slovenská asociácia prekladateľov a tlmočníkov