


Špatné překlady mohou vést k pokutám či mravnostním deliktům

Lokalizace, tedy přizpůsobení jazyka místním zvyklostem – bez toho se už dnes žádný překlad neobejde. Firmy, jež se spokojí s pouhým překladem, čelí často velkým problémům. Význam některých slovíček se může v různých zemích lišit, nechtěně tak vznikne třeba i drsný vulgarismus.

 Překladatel počítačových her musí být nejen překladatel, ale zároveň také hráč.

„Každý si myslí, že se s Polákem bez problémů domluví. Ale například čerstvý chléb znamená v polštině naopak tvrdý chléb,“ vysvětluje na zdánlivě banálním příkladu dvou příbuzných jazyků Monika Vítová, specialista na polštinu. Když tato dvě slova zaměníte a necháte natisknout na desetitisíce obalů na chléb, bude mít vaše firma buď problém u zákazníků, nebo významnou finanční ztrátu.

Jsou ale příklady ještě kurióznější. Například Oxford University Press, největší světové nakladatelství v oblasti vzdělávání, vytisklo novou řadu učebnic angličtiny pro nejmenší pod názvem *Cookie and friends*. Nepřeložili si ale, co *Cookie* znamená v jednotlivých zemích. Státisíce výtisků mohli prodat i v Maďarsku, kde to ale nakonec nešlo, protože *Cookie* je zde synonymem pro mužský pohlavní úd.

O lokalizaci se jednalo v Silicon Valley

K vytvoření dobrého překladu již dávno nestačí perfektní znalost jazyka či kvalitní překladatelský program. Význam lokalizace potvrdily závěry celosvětového kongresu o lokalizaci, *Localization World*, který se uskutečnil v americkém Silicon Valley.

O nutnosti lokalizace jsou přesvědčeny i největší světové firmy, jako je IBM, Microsoft, Adobe, Cisco, Oracle, Apple či SAP, jejichž zástupci se na konferenci setkali s šéfy největších světových překladatelských a lokalizačních firem.

„Účast na *Localization World* je pro nás zcela zásadní. Uskuteční se zde množství rozhodujících jednání s klíčovými klienty z celého světa a seznámíme se s nejnovějšími technologiemi, jež pak začínáme využívat v praxi,“ vysvětluje David Matuška ze společnosti CEET. Ta patří k nejvýznamnějším lokalizačním agenturám střední a východní Evropy.

Zaostřeno na Facebook a PC hry

Jedním z hlavních témat konference bylo využití lokalizace ve světě internetu a počítačových her. Například dnes tolik populární Facebook: jeho jazykové mutace vytvářeli dříve spíše fanoušci a dobrovolníci. Nyní už ale začíná využívat profesionálních překladů včetně lokalizace. Ke stejnému kroku přistoupil již dříve i další významný hráč ve světě internetu – Skype.

Totéž platí také u PC her. „Překladatel počítačových her musí být nejen překladatel, ale zároveň také hráč. Pokud tato rovnice neplatí, pak jde buď o špatný překlad, nebo se to nedá hrát. Překladatel musí vytvářet i nová jména postav, aby byly pochopitelné v daném jazyce.“

Pokud se postava jmenuje podle činnosti, kterou ve hře vykonává, může se to z uživatelského pohledu jevit jako kostrbaté, příliš dlouhé či nevěrohodné, což snižuje efekt a radost ze hry,“ vysvětluje úskalí špatně odvedených překladů s absencí lokalizace na jednom z nejběžnějších příkladů Matuška.

Aby návody k použití byly k použití

Každý přeložený text dnes musí zkrátka ještě projít lokalizací, tj. editací, programováním a testováním. Tyto fáze jsou mnohdy vlastně důležitější a náročnější než samotný překlad. Teprve pak může agentura hotový text předat klientovi.

Lokalizace tedy přináší užitek jednoznačně koncovým uživatelům – zadavatelům překladů, konzumentům a třeba i nám, běžným zákazníkům v obchodech, které už přestalo bavit kupovat si například elektroniku s návodem připomínajícím přinejmenším humorný pokus o překlad hodný legendárního pana Kaplana.

 Petr Kotek, [Právo](#)

<http://www.novinky.cz/veda-skoly/184298-spatne-preklady-muzou-vest-k-pokutam-ci-mravnostnim-deliktum.html>

17. 11. 2009