



W NUMERZE:

- Analiza:
Jak kupować słowniki?
- Artykuł:
Globalizacja na rynku tłumaczeń
- Słowniczek terminów przydatnych: Unia Europejska
- Ciekawostki
- KONKURS Z NAGRODAMI!

Drodzy Czytelnicy,

każdy numer Newslettera Business Lingo przygotowujemy z zamiarem przekazania Państwu informacji ciekawych i równocześnie pożytecznych. Dzisiaj kilka wskazówek jak wybrać dobry słownik oraz nieco unijnego słownictwa, na które często trafiamy przy różnych okazjach.

Artykuł poświęcamy ogólnemu przeglądowi globalnego rynku tłumaczeń, jego strukturze oraz tendencjom związanym z konsolidacją i globalizacją.

Poza tym – Świąta. Zatem wszystkim naszym Czytelnikom życzymy odpoczynku i spokoju, radości, skrzypiącego śniegu pod butami oraz wszelkiej pomyślności w Nowym Roku 2010!

Redakcja Business Lingo



Jak kupować słowniki?

Niezależnie od tego czy kupujemy ogólny słownik dwujęzyczny czy określony słownik specjalistyczny, dobrze jest sprawdzić kilka elementów, które z natłoku publikacji pozwolą nam wybrać dobre i rzetelne opracowanie.

1. Wydawnictwo: znane wydawnictwa słownikowe dysponują gromadzonym przez lata doświadczeniem i posiadają zespoły pracujące nad tworzeniem słowników (np. współpracują z nauczycielami przy analizie błędów popełnianych przez uczniów, co pozwala na odpowiednie modyfikowanie struktury słownika);
2. Dobrze jest sprawdzić, czy słownik zawiera wyłącznie tłumaczenie haseł, czy też wzbogacony jest o przykłady ilustrujące użycie danego terminu, np. zdania czy rysunki;
3. Można zwrócić uwagę, czy w obrębie hasła (słowa) zawarte są informacje dodatkowe, np. informacja o częstych błędach z użyciem danego słowa, synonimy, antonimy bądź kolokacje;
4. Warto przyrzeć się informacjom dodatkowym zawartym na końcu słownika lub dodatkowej wkładce: np. mapki, rysunki, tabele z walutami, przeliczniki miar i wag, wzory dokumentów, zarys gramatyki, informacje kulturowe itp.;
5. Przydatny jest też zapis fonetyczny;
6. Liczba haseł: o bogatej zawartości słownika zawsze świadczy duża liczba haseł (a nie jego grubość).

Słowniczek terminów przydatnych:

- | | |
|--|---|
| ■ European Union (EU) | ■ Unia Europejska (UE) |
| ■ European Parliament | ■ Parlament Europejski |
| ■ Council of the European Union | ■ Rada Unii Europejskiej |
| ■ European Commission | ■ Komisja Europejska |
| ■ Court of Justice of the European Communities | ■ Trybunał Sprawiedliwości Wspólnot Europejskich |
| ■ Committee of the Regions | ■ Komitet Regionów |
| ■ Europejski Rzecznik Praw Obywatelskich | ■ European Ombudsman |
| ■ Euro zone | ■ Strefa euro |
| ■ European Economic Area (EEA) | ■ Europejski Obszar Gospodarczy (EOG) |
| ■ Member States | ■ Państwa Członkowskie |
| ■ International Financial Reporting Standards (IFRS) | ■ Międzynarodowe Standardy Sprawozdawczości Finansowej (MSSF) |
| ■ International Accounting Standards (IAS) | ■ Międzynarodowe Standardy Rachunkowości (MSR) |
| ■ Structural Funds and the Cohesion Fund | ■ Fundusze strukturalne i fundusze spójności |
| ■ The treaty establishing the European Community | ■ Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską |
| ■ Commission Regulation (EC) | ■ Rozporządzenie Komisji (WE) |
| ■ Treaty | ■ Traktat |
| ■ Directive | ■ Dyrektywa |
| ■ EU case-law | ■ Orzecznictwo UE |
| ■ Official Journal of the EU | ■ Dziennik Urzędowy UE |

W czasach kiedy wszystko poddawane jest globalizacji, również tłumaczenia są usługami świadczonymi na rzecz niemal wszystkich dziedzin współczesnej gospodarki. Branża tłumaczeń i lokalizacji to obecnie ogromny rynek usług, który wyrastał lokalnie i przeistoczył się w organizm o skali globalnej. Popyt na usługi językowe rośnie z roku na rok, a motorem tego wzrostu jest przede wszystkim (choć nie tylko) Internet i konieczność zwiększenia obecności w sieci na kolejnych rynkach geograficznych w coraz to nowych językach.

Branża tłumaczeniowa – w takim kształcie, w jaki znamy ją teraz, zaczęła rozwijać się na początku lat 80. To wtedy powstawały firmy specjalizujące się w tłumaczeniach wielu języków oraz lokalizacji, które wzmacniały swoją rozpoznawalność na rynku i zataczały coraz szersze kręgi. W latach 90. wraz z rozkwitem Internetu, komunikacji i nowym trendem tworzenia wielojęzycznych stron internetowych, firmy te zaczęły przeradzać się w globalne organizacje obejmujące swoim zasięgiem cały świat.

Wtedy też rozpoczął się proces konsolidacji branży usług językowych: w wyniku przejęć i połączeń powstały sieciowe organizacje oferujące nie tylko usługi tłumaczeniowe, ale też edukacyjne i konsultingowe. Wówczas zaczął rozwijać się rynek oprogramowania wspomagającego tłumaczenia, zarządzania tłumaczeniami, zarządzania terminologią itp., co jeszcze bardziej wzmocniło pozycję liderów.

Z drugiej strony, mimo widocznej tendencji do konsolidacji, rynek usług językowych (tłumaczeniowych) jest nadal bardzo rozdrobniony. Zakres oferowanych usług jest bardzo szeroki ze względu na różnorodność popytu: niektóre projekty są duże, niektóre małe; dla kogoś liczy się szybkość, dla kogoś innego – cena; niektórzy klienci potrzebują tłumaczy języków wschodnioeuropejskich, inni tylko azjatyckich, a jeszcze inni zlecają tłumaczenia na 50 języków; jedni wymagają wysokiej specjalizacji, np. prawniczej czy medycznej, innym potrzebna jest ogólna wiedza międzykulturowa. Na rynku, oprócz gigantów, funkcjonują tysiące średnich, mniejszych czy wręcz jednoosobowych biur tłumaczeń.



Artykuł: Globalizacja na rynku tłumaczeń

Rozdrobnienie jest też częściowo efektem ubocznym procesów konsolidacji: każdorazowo połączenie czy przejęcie skutkuje zwolnieniami personelu. Posiadający doświadczenie w branży zwolnieni pracownicy zakładają własne biura tłumaczeń. Każde połączenie generuje średnio dziesięciu nowych dostawców usług tłumaczeniowych ¹⁾.

W kolejny etap globalizacji na rynku tłumaczeń właśnie wkraczamy: to tzw. crowdsourcing (czyli potencjał ludzki) oraz tłumaczenia mechaniczne wykonywane przez uczące się komputery. O tym napiszemy w następnym numerze.

¹⁾ Źródło: Common Sense Advisory

Cytat numeru

We are tired by the work we do not do, not by what we do

Ciekawostki

Czy wiesz, że... w języku delfinów (podobnie jak w ludzkiej mowie) najczęściej używane są najprostsze gesty? Naukowcy z Hiszpanii i Wielkiej Brytanii wykazali, że język delfinów, podobnie jak ludzka mowa, rządzi się ekonomią wysiłku – im krótszy bądź prostszy jest gest czy słowo, tym częściej występuje. Okazało się, że delfiny, porozumiewając się z innymi osobnikami, częściej wykonują prostsze ruchy, podobnie jak ludzie, którzy częściej używają tych słów, gdzie jest mniej głosek.



KONKURS!

Zapraszamy wszystkich do udziału w konkursie!

Dla trzech osób, które jako pierwsze podadzą **ogólnopolskie znaczenie regionalizmów:**

KOZYTAĆ oraz **PRZYNUKA**

ufundowane zostaną „Porzekadła na każdy dzień”
prof. Jerzego Bralczyka, wydawnictwa PWN.

Na odpowiedzi, przesyłane e-mailem na adres: redakcja@businesslingo.net,
czekamy do **15 marca 2010 r.**

Poprawną odpowiedź podamy w wiosennym wydaniu newslettera Business Lingo.

■ ■ ■

Prawidłowa odpowiedź na pytanie zawarte w nr 5 newslettera „Od słowa do słowa”:
„Co oznacza związek frazeologiczny „Uderzać w koperczaki”?
brzmi: „Zalecać się”

Gratulujemy wszystkim zwycięzcom!



W następnym numerze:

- Zarządzanie terminologią w instytucjach UE
- Globalizacja – crowdsourcing i maszyny
- Słowniczek terminów przydatnych
- Konkurs z nagrodami