

Karolina Sanocka
Uniwersytet Warszawski

„Nasz klient, nasz pan”, czyli tłumaczenie jako produkt na rynku usług językowych

Potrzeby, procesy, jakość i zarządzanie

Ostatnie dziesięć lat przyniosło zmiany wzorców myślenia i sposobów działania na rynku usług językowych. Jedną z kluczowych zmian jest przesunięcie w percepcji tłumaczenia, które nie jest już postrzegane jedynie jako przekład czy translacja, ale jako produkt przeznaczony na sprzedaż, mający zaspokoić konkretne potrzeby kupującego [Schomann, 2007]. W tym nowym ujęciu niezbędne staje się wysunięcie na pierwszy plan nabywcy produktu, zidentyfikowanie jego oczekiwań i umieszczenie ich w centrum wszystkich procedur i procesów prowadzących do wytworzenia produktu finalnego.

Efektem rynkowego podejścia do tłumaczeń jest konieczność rozszerzenia wachlarza usług oferowanych klientowi. Współcześnie do centralnej usługi tłumaczeniowej często dołączają usługi informatyczne, techniczne, edycyjne, mikroedycyjne itp. [Gouadec, 2002: 102], które zapewniają końcową jakość produktu, a tym samym przyczyniają się do utrzymania długotrwałej relacji z klientem i wpływają na jego lojalność przy kolejnym wyborze dostawcy usług. O tendencji do poszerzania oferty i skupiania różnorodnych usług w ramach jednego produktu świadczy pojawienie się i szybki rozwój agencji tłumaczeniowych, których usługi zaspokajają wszystkie możliwe potrzeby językowe nabywcy [Gouadec, 2002: 109].

Rynek usług językowych stanowi dzisiaj szeroką rzeczywistość, w której, obok tłumaczy, funkcjonują terminolodzy, redaktorzy, menedżerowie

baz danych i dokumentów niezbędnych do wykonania tłumaczenia, graficy, informatycy, technicy i inni specjaliści, których nadrzędnym celem jest dostarczenie produktu zadowolającego klienta. Aby mogli to osiągnąć, muszą zdawać sobie sprawę z oczekiwań nabywcy.

Nasz klient, nasz pan

Zlecane dziś projekty tłumaczeniowe cechuje coraz większa złożoność [Gouadec, 2002: 88]. Obejmują one wachlarz usług, poczynając od tłumaczenia plików Word, Power Point, Excel, PDF i formatów niestandardowych, poprzez tłumaczenie na wiele języków, tłumaczenie specjalistyczne, produkty przeznaczone do masowego druku, lokalizację i produkty audiowizualne, a kończąc na globalnym zarządzaniu informacją. Wymagania klientów rosną, gdyż są oni świadomi postępu technologicznego, wprowadzanych udoskonaleń w narzędziach tłumaczenia wspomagane komputerowo (Computer Assisted Translation, CAT) i często sami wspierają swoją działalność narzędziami informatycznymi. Umiejętność obsługi zróżnicowanych formatów i instrumentów staje się zatem niezbędna [Gouadec, 2002: 30]. W przypadku dwóch trzecich zleceń tłumaczeniowych jest to warunek *sine qua non* [Gouadec, 2007: 152]. Tymczasem według Chris Durban 80% tłumaczy nie jest w stanie pracować z plikiem PDF [2007a].

Klienci wymagają także, by produkt był niedrogi, dobrej jakości i dostarczony w terminie. Hierarchia tych oczekiwań podlega zmianom w zależności od celu konkretnego projektu i osobistych wytycznych kupującego, których wnikliwe określenie warunkuje dostarczenie właściwego produktu.

Trzeba pamiętać, że klienci nie myślą tymi samymi kategoriami, co dostawcy usług tłumaczeniowych. W oczach nabywcy tłumaczenie specjalistyczne z dziedziny finansów może ukryć się pod „czterema stronami A4 w PDF-ie”. Analiza poniższego przykładu zlecenia usług tłumaczeniowych pozwoli uświadomić sobie, jak ważne jest nawiązanie relacji i zbadanie niezwerbalizowanych potrzeb klienta.

Przykład 1

Brytyjska korporacja kosmetyczna planuje równoczesne wprowadzenie produktu z kwasem hialuronowym na cztery rynki językowe: czeski, chorwacki, serbski i polski. Potrzebuje co najmniej:

- tłumaczenia dokumentacji testów klinicznych, z pominięciem brytyjskiej grupy klinicznej, zezwoleń, dokumentacji marketingowej, kampanii reklamowej i materiałów reklamowych;
- tłumaczenia różnych formatów plików (od tekstowych po video);
- użycia narzędzi CAT do tworzenia pamięci tłumaczeniowych;
- opracowania glosariusza z myślą o kolejnych zleceniach.

Tak złożone zapotrzebowania napotykają wśród tłumaczy freelancerów na przeszkodę w postaci niemożności zorganizowania w sieci powiązanych ze sobą specjalistów. Stąd też duże zlecenia trafiają z reguły do agencji tłumaczeniowych, które oferują kompleksową obsługę klienta.

Kiedy tłumaczenie staje się produktem

By sprostać wymaganiom klienta, konieczna jest współpraca tłumaczy z innymi specjalistami, których umiejętności pozwalają zrealizować każde zamówienie. Praca w grupie narzuca wprowadzenie procesów i procedur, które regulują czynności przygotowawcze do tłumaczenia, tj. opracowanie materiałów pomocniczych i utworzenie niezbędnych plików, operacje związane z przekładem i korektami oraz czynności nadające ostateczny kształt produktu, np. operacje informatyczne, redakcję czy usługi kreujące wartość dodaną. Dobrze zaprojektowany cykl procesów i procedur przekłada się bezpośrednio na jakość końcową dostarczanego tłumaczenia.

Podstawowy cykl życia produktu tłumaczeniowego został zaproponowany przez Gouadeca [2002: 17] i składa się z następujących etapów:

1. pozyskanie zlecenia,
2. przygotowanie do tłumaczenia,
3. tłumaczenie,
4. post transfer,
5. czynności zamykające.
6. dostarczenie produktu.

Jednak we współczesnym otoczeniu biznesowym cykl produktu tłumaczeniowego, zgodny z normą ISO 9001:2008, prezentuje się następująco:

1. pozyskanie tłumaczenia,
2. produkcja:
 - 2.1. pre-treatment,
 - 2.2. treatment,
 - 2.2.1. pre-transfer,
 - 2.2.2. transfer,
 - 2.2.3. post-transfer,
 - 2.3. post-treatment,
3. dostarczenie produktu,
4. walidacja,
5. feedback.

Procesowość ta jest najlepiej widoczna w dużych agencjach tłumaczeniowych, toteż kolejne etapy zostaną omówione na ich przykładzie. Etap pierwszy, **pozyskanie tłumaczenia**, wiąże się z udzieleniem odpowiedzi na pytanie, czy możliwe jest spełnienie wymagań klienta w zakresie finalnego użycia przetłumaczonego dokumentu, terminu realizacji (*deadline*'u), języka wyjściowego i języków docelowych, tematyki, formatu pliku docelowego, formatowania i uzupełnienia produktu o usługi kreujące wartość dodaną, jeżeli są one żądane. Wśród takich usług można wymienić redakcję i adaptację tekstu wyjściowego, *alignment* (dopasowanie) istniejących pamięci tłumaczeniowych, aktualizację materiału na przetłumaczonej stronie internetowej czy konsultacje i ekspertyzy językowe oraz kulturowe [Biel, 2011: 68].

Jeżeli dostawca usług jest w stanie zaspokoić wszystkie potrzeby klienta, proponuje cenę uwzględniającą całość oferowanych usług. Po uzgodnieniu warunków wykonania zlecenia, zamówienie jest przekazywane do tzw. produkcji.

Za **pre-treatment**, czyli pierwszy etap produkcji, odpowiada menedżer projektu (*project manager*, PM). Jego zadaniem jest określenie toku czynności niezbędnych do wytworzenia produktu, rozkodowanie plików dostarczonych przez klienta (z ewentualną pomocą zespołu IT, gdy nośnik wymaga skomplikowanych operacji informatycznych) oraz wyjaśnienie z klientem wątpliwości, które mogą się pojawić przy pierwszej, pobieżnej analizie materiału. Następnie PM komponuje materiały pomocnicze i wskazówki. Ich użyteczność ujawnia się w pełni przy projektach dzielonych pomiędzy grupy tłumaczy. W skład materiałów

pomocniczych wchodzą normy użycia, glosariusz (opracowywany przy wsparciu terminologa) oraz tzw. *style guide* klienta. Jest to zbiór wytycznych dotyczących formatowania, ograniczeń w tłumaczeniu, specjalnych zaleceń, które znajdują zastosowanie przy wszystkich projektach wykonywanych dla danego klienta:

Przykład 2

„Simply put [logo], [emblem] or [signature]
in the same place where they appear in the source file”

Następnym krokiem PM jest komputerowa analiza materiału i przygotowanie plików do tłumaczenia wspomaganego komputerowo, co pozwala na dokładne określenie ilości tekstu do przetłumaczenia. Dysponując powyższymi danymi, PM kontraktuje podwykonawców dokonujących transferu.

Zanim jednak pliki trafią do tłumacza, PM otwiera proces **treatmentu**, dokonując wstępnego tłumaczenia (**pre-transferu**) za pomocą narzędzi CAT. W zależności od tego, jaką pamięcią tłumaczeniową dysponuje, efekty pre-transferu mają różną charakterystykę. Przeanalizujmy następujący przykład:

Przykład 3

Unilever wytwarza produkty spożywcze oraz środki czystości. Agencja tłumaczeniowa obsługująca zlecenia tłumaczeniowe Unilevera może skalibrować:

- dwie pamięci tematyczne, po jednej dla produktów spożywczych i środków czystości, dla każdej kombinacji językowej,
- kilka pamięci odpowiadających podgrupom produktów/marek,
- tyle pamięci, ile Unilever ma produktów/marek.

W pierwszym przypadku liczba dopasowanych segmentów będzie wysoka, ale zgodność segmentów niska. W drugiej kategorii, kiedy charakterystyka poszczególnych produktów w grupie jest do siebie zbliżona (np. masło, margaryna, olej), liczba dopasowanych segmentów będzie niższa, ale zgodność będzie wyższa. W trzeciej kategorii zaledwie mały procent segmentów znajdzie dopasowanie, za to segmenty będą w dużej mierze (a nawet 100%, TM-match) zgodne. Decydując się na stworzenie konkretnego typu pamięci, należy pamiętać o kosztach. Stawka za segment TM-match stanowi połowę stawki za segment bez dopasowania

(*no match*). Również segment z niepełnym dopasowaniem (*fuzzy*) jest tańszy od segmentu bez dopasowania.

Pliki przygotowane do tłumaczenia przekazywane są wraz z pamięcią tłumaczeniową, glosariuszem i materiałami pomocniczymi tłumaczowi. Jego zadaniem jest dokonanie **transferu**, a więc przetłumaczenie segmentów *no match* oraz dostosowanie *fuzzies*. Druga z czynności nazywana jest post-editingiem.

Kolejnym etapem treatmentu jest **post-transfer**, na który składają się korekty. Pierwszą z nich jest autokorekta wykonywana przez tłumacza na bieżąco w trakcie pracy oraz po jej zakończeniu [Morin-Hernández, 2009: 37]. Przetłumaczone i skorygowane pliki przesyłane są następnie do pierwszej korekty i – jeśli tak postanowi klient – drugiej korekty. Może to być korekta segmentalna lub linearna: korekta segmentalna ogranicza się do zweryfikowania tekstu pozostającego w formie pliku CAT, natomiast korekta linearna przeprowadzana jest na dokumencie, który został zapisany w pamięci tłumaczeniowej i sprowadzony do formatu końcowego, żadanego przez klienta. Możemy podzielić korekty także na jednojęzyczne i dwujęzyczne [Horguelin, Brunette, w: Morin-Hernández, 2009: 63]. Pierwsze z nich zapewniają jakość informacyjną i językową dokumentu docelowego, weryfikując osiągnięcie celu komunikacyjnego. Szczególnym typem korekty jednojęzycznej jest korekta „okiem eksperta”, który nie zna języka wyjściowego i skupia całą uwagę na merytorycznej poprawności dokumentu oraz jego przekazie informacyjnym. Korekta dwujęzyczna stanowi istotne uzupełnienie korekty jednojęzycznej: umieszczając dokument docelowy w perspektywie materiału wyjściowego, pozwala na obiektywną analizę porównawczą.

Liczba i wnikliwość korekt zależą od końcowego wykorzystania produktu. I tak Geoffrey Samuelsson-Brown proponuje klasyfikację produktów tłumaczeniowych na przeznaczone do użytku wewnętrznego, publikacji i użytku przez ekspertów w danej dziedzinie [2006: 26]. Podobny podział sugeruje Gouadec, który rozróżnia tłumaczenie „dla informacji” i „do publikacji”. Tłumaczenie „dla informacji” charakteryzuje się bardziej ogólną kwerendą terminologiczną oraz mniejszą liczbą, a czasem nawet brakiem korekt i zewnętrznych kontroli [Morin-Hernández, 2009: 25]. Gouadec proponuje podział produktów tłumaczeniowych według stopnia ich wykończenia, a więc liczby przeprowadzonych korekt. Wyróżnia tłumaczenie „surowe”, „możliwe do

dostarczenia” oraz „możliwe do opublikowania” [2005, w: Morin-Hernández, 2009: 25].

Gdy prace nad materiałem językowym zostaną w pełni ukończone, tekst poddawany jest manipulacjom z zakresu **post-treatmentu**, jeżeli wymaga tego dany projekt. I tak może być on przetwarzany w procesie lokalizacji lub DTP (*Desktop Publishing*, przygotowanie materiału do druku), po których następuje ponowna weryfikacja jakości produktu (testingi lub kontrola jakości przed wydrukiem). Przy stwierdzeniu jakichkolwiek nieprawidłowości (ucięty tekst, nieprawidłowe wyświetlanie treści itp.) produkt cofany jest do etapu produkcji, na którym wystąpiły błędy.

Po implementacji poprawek, produkt tłumaczeniowy przekazywany jest z powrotem do PM, który odpowiada za zweryfikowanie go pod względem zgodności z wymogami klienta (specyfikacja zlecenia *vs.* specyfikacja produktu), przeprowadzenie finalnej kontroli jakości oraz dokonanie oceny jakości pracy podwykonawców. Kontrola jakości jest na tym etapie korektą niejęzykową i polega na zweryfikowaniu aspektów na poziomie:

1. szczegółów:
 - interpunkcja,
 - wielokrotne spacje, puste enter,
 - interlinia,
 - czcionka, indeksy górny i dolny,
 - ułamki, miary, jednostki,
 - liczby, nazwy własne,
 - poprawna widoczność znaków diakrytycznych,
 - rodzaj wypunktowania,
2. strony:
 - liczba akapitów,
 - poprawna widoczność ilustracji, tabel, wykresów i innych elementów graficznych,
 - układ strony i numerowanie,
 - nagłówki, stopki, przypisy,
3. dokumentu:
 - zaktualizowanie numerowania stron,
 - zaktualizowanie spisu treści,
 - strona tytułowa itp. [Distributed Proofreaders, 2009].

Ilustruje to poniższy przykład tekstu przełożonego na język francuski:

Przykład 4

Les sujets qui interrompent la prise du médicament étudié auront une „première dose” et une „dernière dose” pour chaque période de prise ininterrompue du médicament étudié, mais une seule „dose initiale” (première dose dans la première période de prise ininterrompue du médicament étudié) et une seule „dose finale” (dernière dose de la dernière période de prise ininterrompue du médicament étudié).

Strate 1: patients avec des scores de risque CHADS₂ de 2 et 3

Strate 2: patients avec des scores de risque CHADS_{2 de} 4,5 et 6

PM, dokonując korekty pozajęzykowej, powinien wychwycić trzy błędy: styl cudzołowy jest niewłaściwy dla języka francuskiego (cudzołów „x” powinien zostać zastąpiony « x »), brakuje zamknięcia nawiasu na końcu akapitu, a słowo „de” jest błędnie umieszczone w indeksie dolnym.

Po wykonaniu wyżej wymienionych czynności PM **dostarcza gotowy produkt** klientowi, który z kolei dokonuje **walidacji**, tj. zatwierdzenia produktu [Mossop, 2007: 174, w: Rasmussen, Schjoldager, 2011: 2]. Nabywca może sam znać język docelowy w stopniu wystarczającym do dokonania walidacji, jednak częściej klienci nie władają językiem docelowym na tyle biegle, by ocenić jakość tłumaczenia. Wtedy kupujący może dokonać walidacji pozajęzykowej (na podstawie aspektów pozajęzykowych produktu), powołać zespół ekspertów lub zlecić dodatkowo tłumaczenie wstecz (*backtranslation*), które polega na przetłumaczeniu tekstu docelowego na tekst wyjściowy, co umożliwi klientowi porównanie dwóch wersji sporządzonych w języku dla klienta zrozumiałym. Przy stwierdzeniu jakichkolwiek nieprawidłowości kupujący może zakwestionować wykonanie usługi, a tym samym wstrzymać lub anulować płatność [Gouadec, 2002: 167]. Jednak najczęściej produkt cofany jest do etapu produkcji, na którym wystąpiły błędy i wprowadzane są niezbędne ulepszenia. Na etapie walidacji klient nie powinien wprowadzać zmian do tekstu wyjściowego, żądając implementacji zmian w tłumaczeniu, jednak praktyka wskazuje, że jest to częsty zabieg, toteż ważny jest dobór odpowiedniej strategii postępowania z klientem.

Końcowa opinia klienta, tzw. **feedback**, jest istotna ze względu na kontynuację współpracy i bardziej trafne dopasowanie produktu do oczekiwań nabywcy. Opinia kupującego pozwala na:

- natychmiastową implementację poprawek w pamięciach tłumaczeniowych,
- lepszy dobór podwykonawców,
- uwzględnienie preferencji klienta w przyszłych zleceniach,
- inicjatywę w zakresie dostarczania nowych produktów.

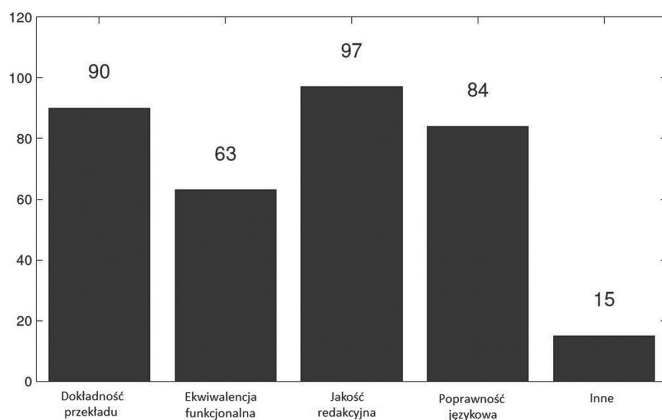
Uzyskany i przetworzony feedback zamyka cykl życia produktu.

Jakość okiem klienta

Procedury kierujące przetwarzaniem zamówienia są podstawą zapewniania i kontroli jakości w trakcie wykonywania zlecenia. Są one jednak nakierowane na jakość z perspektywy klienta, która to jakość różni się od tej wyobrażanej przez tłumacza.

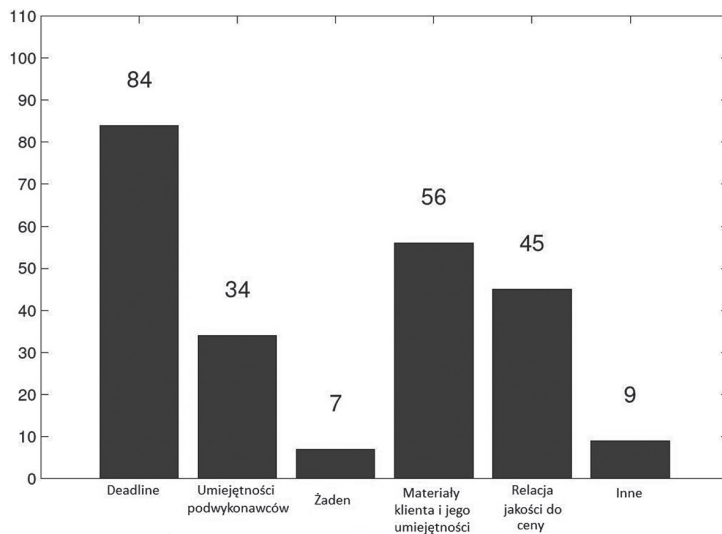
Aby zrozumieć, w czym tkwi różnica, warto przeanalizować wyniki badania przeprowadzonego przez Katell Morin-Hernández [2009: 142] wśród francuskich tłumaczy tekstów specjalistycznych. Jedno z pytań dotyczyło wyznaczników jakości tłumaczenia niezależnie od dziedziny, typu tekstu itd. Morin-Hernández podała cztery kryteria do wyboru (dokładność przekładu, ekwiwalencja funkcjonalna, jakość redakcyjna, poprawność językowa), zostawiając jednak możliwość wymienienia dowolnego, innego kryterium. Odpowiedzi zebrane od 349 respondentów są zaprezentowane na wykresie 1 (Fig. 1).

Fig. 1. Kryteria jakości tłumaczenia [Morin-Hernández, 2009: 142]



Inne pytanie uwzględnione w badaniu odnosiło się do pozajęzykowych kryteriów, które wpływają na ocenę jakości przekładu. Tym razem Morin-Hernández nie uwzględniła przykładowych odpowiedzi. Przy tym pytaniu odpowiedzi 235 respondentów kształtowały się tak, jak zaprezentowano na wykresie 2 (Fig. 2):

Fig. 2. Pozajęzykowe kryteria jakości tłumaczenia [Morin-Hernández, 2009: 146]



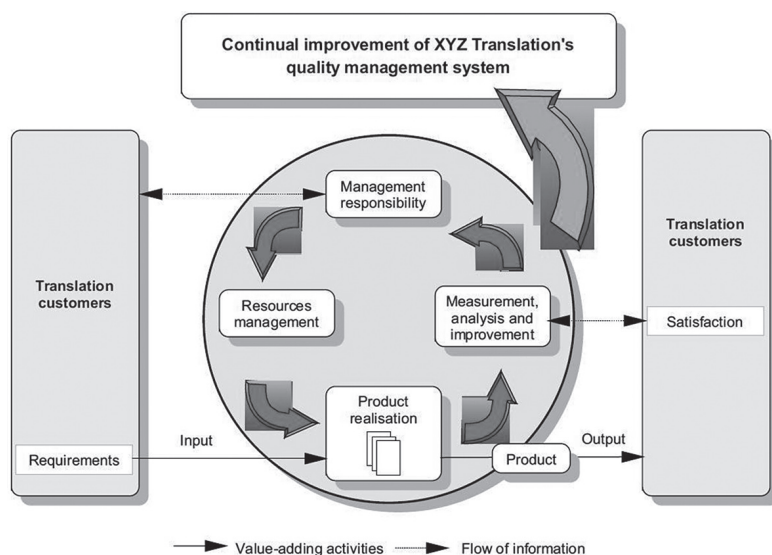
Z zaprezentowanych danych można wnioskować, że współczesnych tłumaczy wciąż cechuje tzw. podejście rękodzielnicze: na pierwszym miejscu stawiana jest jakość redakcyjna przekładu, podczas gdy wielu klientów deklaruje satysfakcję z niższej jakości redakcyjnej przy jednoczesnym zmniejszeniu ceny i poszanowaniu krótkiego terminu realizacji [Morin-Hernández, 2009: 141]. A zatem jakość w oczach klienta to zgodność produktu z jego oczekiwaniami i gotowość produktu do wykorzystania w określonych celach [Raport dla IAMLADP 2004, w: Morin-Hernández, 2009: 26].

Procedury kierujące przetwarzaniem zamówienia pozwalają nie tylko dostarczyć nieskazitelny produkt, dopasowany do potrzeb nabywcy, ale także uzyskać odpowiednie **certyfikaty jakości**, które stanowią

USP¹ firmy i pomagają zdobyć lojalnych klientów. Dwa najistotniejsze certyfikaty jakości to ISO 9001:2008 oraz EN 15038:2006.

Norma ISO 9001:2008 dotyczy systemu zarządzania jakością w podmiotach, których głównym celem jest dostarczanie produktu zaspokajającego potrzeby klienta. Akapit 4.1 normy stwierdza, że tego typu podmioty gospodarcze muszą ustanowić, udokumentować, wdrożyć i utrzymywać system zarządzania jakością oraz nieustannie doskonalić jego skuteczność (Fig. 3).

Fig. 3. Proces doskonalenia systemu zarządzania jakością
[Samuelsson-Brown 2007: 61]



Norma EN 15038:2006 jest pierwszą normą jakościową, która koncentruje się wyłącznie na branży tłumaczeniowej. Określa wymogi świadczenia usług tłumaczeniowych oraz wyznacza i ujednolica standardy procedur dotyczących wykonywania i weryfikacji tłumaczeń,

¹ *Unique selling proposition* (USP) – to unikatowa propozycja sprzedaży, czynnik, który wyróżnia daną firmę lub dany produkt spośród innych w danym sektorze.

kompetencji tłumaczy, relacji z klientem, usług dodatkowych itd. [Biel, 2011: 62]. Przede wszystkim jednak nakreśla ideę jakości „u źródła”, tj. zapobiegania wystąpieniu błędów w tłumaczeniu jeszcze przed przystąpieniem do transferu.

Firma działająca na rynku usług tłumaczeniowych, dysponująca powyższymi certyfikatami, wzbudza zaufanie klienta, który najczęściej nie jest w stanie sam ocenić jakości tłumaczenia i dlatego polega na opinii instytucji normalizacyjnych.

PM, czyli kto?

Rynek usług językowych nieustannie się rozrasta i tłumaczenie zaczyna odbywać się na skalę przemysłową. Ta tendencja przyczyniła się do wypromowania menedżera projektów, który zarządza całością procesów i czuwa nad jakością produktu końcowego.

Aby mógł pełnić obowiązki, musi dysponować kompetencjami różniącymi się od kompetencji tłumaczy, korektorów czy redaktorów. Według Pierre’a Bastosa z CNET (Centre national d’études des télécommunications) PM powinien ukończyć studia licencjackie lub magisterskie oraz:

- posiadać umiejętności informatyczne: pogłębiona znajomość narzędzi CAT i innych instrumentów informatycznych jest obowiązkowa;
- być wyczulony na jakość dostarczanego produktu: umiejętność zarządzania jakością powinna łączyć się z podejściem kreatywnym; zadaniem PM jest wprowadzanie nowych, innowacyjnych elementów do procesu kontroli jakości;
- posiadać dobrze rozwinięte umiejętności interpersonalne: komunikowanie się z podwykonawcami i ekspertami wymaga umiejętności jasnego wysławiania się, egzekwowania powierzonych zadań, negocjacji;
- dbać o aspekt finansowy procesów; zadaniem PM jest sprzedaż, kupno, kontraktowanie, uwzględniające marżę agencji tłumaczeniowej [2009].

Co ciekawe, powyższa lista nie zawiera wymogu ukończenia studiów o profilu językowym. Rzeczywiście PM obsługuje duże ilości materiału językowego, ale sam skupia się na jego aspektach pozajęzykowych.

Niemniej jednak wysoce pożądana u PM jest wrażliwość językowa i umiejętność dostrzegania reguł rządzących danym językiem, co umożliwia szybkie identyfikowanie potencjalnych problemów. Często to właśnie menedżer projektu dostrzega na ostatnim etapie kontroli brak jednego zdania lub niespójność terminologii w tłumaczeniu.

* * *

Zmiany schematów myślenia na rynku usług językowych przyczyniły się do zwrotu w postrzeganiu tłumaczenia: nie jest to już sekwencja problemów natury czysto językowej, ale raczej złożony produkt, który łączy w sobie z jednej strony czynność faktycznego tłumaczenia, a z drugiej operacje informatyczne, manipulacje redakcyjne, zróżnicowane korekty, usługi o wartości dodanej itd. Tłumaczenie *sensu stricto* stało się jedną ze składowych części operacyjnego i tym samym jest coraz częściej postrzegane jako proces równy pozostałym.

Ta zmiana implikuje przesunięcie się ciężaru zadań tłumaczeniowych z tłumaczenia *sensu stricto* na post-editing, w trakcie którego dostarczone przez program CAT tłumaczenie jest przez tłumacza dostosowywane do nowego celu, odbiorcy, osobistych oczekiwań klienta. Nie mówimy więc już o tłumaczeniu całości dokumentu, ale o jego adaptowaniu, lokalizowaniu, harmonizowaniu i korygowaniu.

Klient stał się niekwestionowanym królem na rynku usług językowych: jego oczekiwania kształtują sposób, w jaki zlecenie jest realizowane, zarządzane i dostarczane. Nabywca nie potrzebuje jedynie tłumacza, ale raczej inżynierów komunikacji wielojęzycznej i multimedialnej. Umiejętność tłumaczenia nie jest już wystarczająca.

Wyniki przedstawionych refleksji wskazują, że tłumacz stracił pozycję autonomicznego gracza na rynku, a stał się jednym z wielu trybików potężnej maszyny. Jego przetrwanie warunkuje umiejętność pracy w grupie i w charakterze freelancera dla firm i agencji tłumaczeniowych, które zaczynają dominować na rynku.

Bibliografia

Baillet, T. (2012), „Normes de traduction”, [on-line] <http://www.translinknet.be/quality/standards.fr.html> – 29 V 2012.

- Bastos, P. (2009), „Certification des entreprises de traduction”, *Troisième Journée nationale de la traduction professionnelle*, Université de Rennes 2, [on-line] <http://www.colloque.net/archives/2009/JNETP2009.htm> – 29 V 2012.
- Biel, Ł. (2011), „Training translators or translation service providers? EN 15038:2006 standard for translation services and its training implications”, *The Journal of Specialised Translation*, 16, [on-line] http://www.jostrans.org/issue16/art_biel.php – 30 V 2012.
- Cordova, B., „La Memoire de Traduction: Un Outil de Traduction Assistée Par Ordinateur”, [on-line] <http://www.translationdirectory.com> – 29 V 2012.
- Distributed Proofreaders (2009), „Directives de Relecture et correction”, [on-line] http://www.pgdp.net/c/faq/proofreading_guidelines_francaises.php#period_s – 29 V 2012.
- Durban, C. [et al.] (2007a), „La demande et les besoins 1”, *Première Journée nationale de la traduction professionnelle*, Université de Rennes 2, [on-line] <http://www.colloque.net/archives/2007/JNETP2007.htm> – 29 V 2012.
- Durban, C. [et al.] (2007b), „La demande et les besoins 2”, *Première Journée nationale de la traduction professionnelle*, Université de Rennes 2, [on-line] <http://www.colloque.net/archives/2007/JNETP2007.htm> – 29 V 2012.
- Flacke, M-L. [et al.] (2008), „**Rédaction: place de la relecture, révision, réécriture**”, *Deuxième Journée nationale de la traduction professionnelle*, Université de Rennes 2, [on-line] <http://www.colloque.net/archives/2008/JNETP2008.htm> – 29 V 2012.
- Gambier, Y., Bastos, P., Le Goff, J.-M. (2009), „Profil des compétences du traducteur”, *Troisième Journée nationale de la traduction professionnelle*, Université de Rennes 2, [on-line] <http://www.colloque.net/archives/2009/JNETP2009.htm> – 29 V 2012.
- Gouadec, D. (2002), *Profession Traducteur*, La Maison du dictionnaire, Paris.
- Gouadec, D. (2007), *Translation as a Profession*, Benjamins Translation Library, Amsterdam.
- Gouadec, D. (2008), „Peut-on garantir la qualité autrement que par la relecture/révision?”, *Deuxième Journée nationale de la traduction professionnelle*, Université de Rennes 2, [on-line] <http://www.colloque.net/archives/2008/JNETP2008.htm> – 29 V 2012.
- Gouadec, D. (2009), „Les évolutions prévisibles des marchés”, *Troisième Journée nationale de la traduction professionnelle*, Université de Rennes 2, [on-line] <http://www.colloque.net/archives/2009/JNETP2009.htm> – 29 V 2012.

- Morin-Hernández, K. (2009), „La révision comme clé de la gestion de la qualité des traductions en contexte professionnel” (praca doktorska), Université de Rennes 2, [on-line] <http://tel.archives-ouvertes.fr/docs/00/38/32/66/PDF/TheseMorinHernandez.pdf> – 30 V 2012.
- Rasmussen, K., Schjoldager, A. (2011), „Revising Translations: a Survey of Revision Policies in Danish Translation Companies”, *The Journal of Specialised Translation*, 15, [on-line] http://www.jostrans.org/issue15/art_rasmus-sen.php – 30 V 2012.
- Samuelsson-Brown, G. (2004), *A Practical Guide for Translators*, Multilingual Matters, Clevedon.
- Samuelsson-Brown, G. (2006), *Managing Translation Services*, Multilingual Matters, Clevedon.
- Sanchez, G. (2008), „Résultats d’enquête sur la corrélation qualification/qualité/tarif”, *Deuxième Journée nationale de la traduction professionnelle*, Université de Rennes 2, [on-line] <http://www.colloque.net/archives/2008/JNETP2008.htm> – 29 V 2012.
- Schomann, E. (2007), „Définition du produit”, [on-line] <http://mixmarketing.zeblog.com/215547-definition-du-produit> – 29 V 2012.
- Washbourne, K. (2012), „Translation style guides in translator training: Considerations for task design”, *The Journal of Specialised Translation*, 17, [on-line] http://www.jostrans.org/issue17/art_washbourne.php – 30 V 2012.
- ISO 9001:2008, „Systèmes de management de la qualité – Exigences”, [on-line] http://www.iso.org/iso/fr/iso_catalogue/management_standards/quality_management/iso_9001_2008.htm – 29 V 2012.

STRESZCZENIE

Ostatnie dziesięć lat przyniosło zmiany wzorców myślenia i sposobów działania na rynku usług językowych. Jedną z kluczowych zmian jest przesunięcie w percepcji tłumaczenia, które nie jest już postrzegane jedynie jako przekład, ale jako produkt przeznaczony do sprzedaży. Artykuł opisuje cztery elementy rynku: potrzeby, procesy, jakość i zarządzanie, które sprawiają, że tłumaczenie staje się produktem. Analiza tych aspektów pozwala scharakteryzować współczesny rynek usług językowych i określić miejsce, jakie zajmuje na nim przekład.

Słowa kluczowe: rynek usług językowych, procesy, jakość, zarządzanie, klient, normy jakości

SUMMARY

“Customers’ reign”: translation as a product on the market of linguistic services. Demand, processes, quality and management

Since ten years, the market of language services has been witnessing a change in thinking patterns and approaches. One of the crucial changes is the shift in perception of translation which is no longer seen as a translation activity, but as a product to be sold. This article describes four elements of the market: demand, processes, quality and management, which transform translation into a product. The analysis of those aspects allows to characterize the present situation on the market and define the place occupied in it by the translation activity.

Key words: language services market, processes, quality, management, customer, quality standards