

mgr Jacek Monkiewicz

Uniwersytet w Białymstoku

Wydział Filologiczny

tel. (87) 523 02 11

e-mail: jm@jz2.pl

**KSZTAŁCENIE TŁUMACZY-LOKALIZATORÓW – PRZEGLĄD
ZAGADNIENÍ ORAZ PROPOZYCJA MODELU NAUCZANIA
PRZEDMIOTU „LOKALIZACJA”**

STRESZCZENIE

Coraz więcej osób korzysta codziennie z różnego rodzaju zlokalizowanych produktów, których treści przetłumaczono i dostosowano do wymogów polskiego rynku i odbiorcy. Lokalizacja to obecnie najbardziej dynamicznie rozwijająca się gałąź usług tłumaczeniowych, generująca ogromne obroty i wymagająca wykwalifikowanych lokalizatorów, których jednak niezwykle trudno znaleźć. Uniwersyteckie programy kształcenia tłumaczy koncentrują się zazwyczaj na przekładzie literackim, niekiedy prawnym i prawniczym, podczas gdy od tłumacza-lokalizatora wymaga się nieco innego zestawu umiejętności niż od tłumacza tekstów literackich bądź prawnych i prawniczych. Studenci rozważający podjęcie pracy lokalizatora są zazwyczaj skazani na samodzielną naukę i zdanie się na intuicję. Wykładowcy uniwersyteccy natomiast często uważają, że ta dziedzina tłumaczeń nie wymaga specjalnych rozwiązań dydaktycznych ani umiejętności, a zadania stawiane przed lokalizatorami są trywialnie proste (w szczególności w ich językowym aspekcie). Artykuł przedstawia problemy i wyzwania związane z kształtowaniem językowych i pozajęzykowych kompetencji tłumaczy-lokalizatorów oraz proponuje model nauczania przedmiotu „Lokalizacja”.

Słowa kluczowe: lokalizacja, dydaktyka, uczelnie, branża lokalizacyjna

SUMMARY

Translators-localizers training – review of problems and proposal for a model course in localization

Various types of localized products are being used by more and more people with increasing frequency. Contents of such products are translated and made appropriate to the Polish market and user (localized). Localization is the most dynamic sector of the translation industry, generates substantial sales volumes and requires highly qualified localizers who are still relatively difficult to find. University translation courses usually focus on literary translation and sometimes also cover legal texts, whereas translators-localizers are expected to possess a slightly different skill set. Students planning a career as localizers are usually resigned to self-study and intuition. University teachers often believe that this translation modality does not require any special didactic approach or abilities, and that the tasks faced by localizers are trivially simple (especially in their linguistic aspect). The article presents issues and challenges related to developing linguistic and non-linguistic competences of translators-localizers. Finally a model university course in localization is described.

Key words: localization, didactics, academia, localization industry

1. Wstęp – kilka słów o historii i znaczeniu lokalizacji oraz dynamice jej rozwoju

Lokalizacja często bywa uznawana za obszar działalności translatorskiej niezasługujący na równie wiele uwagi jak przekład literacki lub prawny bądź prawniczy. Powszechne jest przekonanie, że z tego typu tłumaczeniami poradzi sobie nawet laik, że nie wymagają one specjalnej wiedzy ani też zbyt dobrej znajomości języków źródłowego i docelowego. Uważam takie poglądy za nieprawdziwe i postaram się to pokrótce uzasadnić.

Na początek spójrzmy na zagadnienie z czysto praktycznego punktu widzenia. Przyjrzyjmy się danym z badania przeprowadzonego przez Bibliotekę Narodową w 2014 roku. Okazuje się, że co najmniej jednokrotny kontakt z dowolną książką w ciągu roku zadeklarowało 41,7% Polaków. Aż 19 milionów Polaków nie miało w poprzednim roku żadnego kontaktu z książką¹. Jeśli jednak porównamy wyniki tego badania z liczbą osób codziennie posługujących się smartfonami, tabletami, komputerami (a co za tym idzie z ich zlokalizowanym oprogramowaniem), ko-

¹ M. Stysiak, *Polska – czytelnicze pustkowie*, „Gazeta Wyborcza” 2015, 36 (8369), s. 13.

rzystających ze zlokalizowanych witryn internetowych, to dojść możemy do dość zaskakujących konkluzji. Wydaje się, że z punktu widzenia przeciętnego Polaka jakość lokalizacji ma większe znaczenie niż próby jak najwierniejszego uchwycenia atmosfery prozy zagranicznych autorów. Wszyscy bez wyjątku stykamy się w codziennym życiu z produktami lokalizowanymi niepoprawnie. Często błędy tego rodzaju są źródłem dużo większej frustracji znacznie większej grupy osób niż niepoprawny przekład fragmentu książki. Ma rację Pym, pisząc: „Localizations, from great to banal, are all around us”².

Powyższym zjawiskom nie towarzyszyło jednak do niedawna odpowiednie zainteresowanie przekładoznawców, być może ze względu na fakt, że działalność lokalizacyjną uznaje się za stricte komercyjną, co nie zawsze jest prawdą, faktem jest jednak, że według Schälera³ 60% przychodów firmy Microsoft, czyli 5 miliardów dolarów rocznie, generowanych jest na rynkach innych od amerykańskiego. Lokalizacja jest coraz częściej uznawana za oddzielną dyscyplinę mieszczącą się w obszarze zainteresowania translatoryki (zob. Dunne⁴, Folaron⁵, Hatim i Munday⁶, Munday⁷, Remael⁸), powiązaną z tłumaczeniem jako takim, zasługująca jednak na odrębne badania i uwagę.

W świetle powyższego okazuje się, że rola tłumacza-lokalizatora w międzykulturowym procesie komunikacyjnym może być niezwykle doniosła, a jednocześnie obszar ten nie doczekał się do tej pory wystarczająco dogłębnego zbadania z praktycznego, jak i teoretycznego punktu widzenia. Dodatkowym czynnikiem utrudniającym badanie zjawisk związanych z lokalizowaniem jest ich ogromna dynamika (pisze Esselink: „Writing about localization is like fighting against time”⁹), która zwiększyła się jeszcze od chwili rozpowszechnienia Internetu i WWW. Warto też zwrócić uwagę, że sama lokalizacja jako obszar ludzkiej działalności nie jest wyłączną domeną inżynierów, niewartą zainteresowania lingwistów jako coś, co odbywa się w tajemniczym świecie komputerów, oprogramowania wspoma-

² A. Pym, *The Moving Text: Localization, translation, and distribution*, Amsterdam/Philadelphia 2004, s. 1.

³ R. Schäler, *Linguistic resources and localisation*, [w:] *Topics in Language Resources for Translation and Localisation*, E. Y. Rodrigo (red.), Amsterdam/Philadelphia 2008, s. 199.

⁴ K. J. Dunne, *A Copernican Revolution*, [w:] *Perspectives on Localization*, K. J. Dunne (red.), Amsterdam/Philadelphia 2006, s. 1-11.

⁵ D. Folaron, *A discipline coming of age in the digital age*, [w:] *Perspectives on Localization*, K. J. Dunne (red.), Amsterdam/Philadelphia 2006, s. 195-219.

⁶ B. Hatim, J. Munday, *Translation. An advanced resource book*, London/New York 2004.

⁷ J. Munday, *Introducing Translation Studies. Theories and Applications*, London/New York 2012.

⁸ A. Remael, *Audiovisual translation*, [w:] *Handbook of Translation Studies, Volume 1*, Y. Gambier., L. van Doorslaer (red.), Amsterdam/Philadelphia 2010, s. 12-17.

⁹ B. Esselink, *A Practical Guide to Localization*, Amsterdam/Philadelphia 2000, przedmowa.

gającego tłumaczenie, pamięci tłumaczeniowych, jedynek i zer wędrujących po świecie za pośrednictwem satelitów, no i oczywiście wielkich korporacji, spoglądających na lokalizację jako kolejną pozycję w arkuszu kalkulacyjnym, zasługującą na uwagę wyłącznie ze względu na możliwy do osiągnięcia zwrot z inwestycji i z tego powodu wartą badania tylko z ekonomicznego punktu widzenia, być może uzupełnionego o elementy wiedzy o zarządzaniu. Coraz większa liczba badaczy, np. Detlev Hoppenrath¹⁰, nadaje lokalizacji rolę przekąźnika treści kulturowych, jednocześnie umożliwiającemu ludziom zachowanie ich kulturowej tożsamości.

Przejdźmy do próby zdefiniowania lokalizacji. Ze względu na ograniczoną ilość miejsca nie podamy tutaj wszystkich funkcjonujących w branży i świecie akademickim definicji. Należy również zwrócić uwagę, że definicję poniższą należy rozważać w całym kontekście działalności lokalizatorskiej. Burkhanov pisał, próbując zdefiniować termin „tłumaczenia specjalistyczne”: „many areas of mediated bilingual communication have blurry edges, and the concept under consideration is no exception”¹¹. Wyjątkiem nie jest także przedmiot naszych rozważań, czyli lokalizacja.

Jak już wspomniano wyżej, lokalizacja jest stosunkowo nowym zjawiskiem i koncepcją, ponieważ branża lokalizacyjna, jaką znamy dzisiaj, ćwierć wieku temu jeszcze nie istniała. Esselink wyjaśnia, że termin „lokalizacja” wywodzi się od angielskiego słowa „locale”, oznaczającego w przeszłości niewielki obszar lub okolicę¹². Jednak gdy mowa o oprogramowaniu, termin „locale” oznacza połączenie odpowiednich dla danego regionu elementów: języka, kodowania znaków oraz innych konwencji dotyczących np. waluty, formatu zapisu daty itp., czyli takich danych pozajęzykowych, których odpowiednie użycie pozwala lokalnemu użytkownikowi korzystać z oprogramowania/produktu bez uczucia obcowania z produktem nieprzeznaczonym dla lokalnego rynku. Rynek jest tutaj bardzo ważnym słowem, ponieważ producenci oprogramowania w ten właśnie sposób patrzą na adresatów swoich programów. Nie myślą o krajach, ale właśnie o rynkach, które mogą istnieć w jednym państwie, np. w Kanadzie można wyróżnić co najmniej dwa rynki – ludność francuskojęzyczną i angielskojęzyczną, przy czym „locale” dla tych dwóch rynków będzie zupełnie inne niż dla, odpowiednio, rynku Francji czy też Irlandii. Takie podejście widoczne jest także wyraźnie w części definicji lokalizacji, gdzie główny nacisk kładzie się właśnie na rynki i możliwość lokowania na nich swoich produktów.

¹⁰ D. Hoppenrath, *Localisation in the Global Village*, „Localisation Focus” 2002, 2, s. 14.

¹¹ I. Burkhanov, *Translation: Theoretical Prerequisites*, Rzeszów 2003, s. 126.

¹² B. Esselink, *A Practical Guide...*, op. cit., s. 1.

¹³ A. Pym, *Exploring Translation Theories*, London/New York 2010, s. 122.

Do naszych celów wystarczająca będzie bardzo ogólna definicja przytoczona przez Pyma¹³. Jest to jedna z najpopularniejszych definicji lokalizacji sformułowana przez nieistniejące już stowarzyszenie Localization Industry Standards Association (LISA) w roku 1998:

„Localization involves taking a product and making it linguistically and culturally appropriate to the target locale (country/region and language) where it will be used and sold”.

Przyjrzyjmy się tej definicji nieco bliżej. Najbardziej rzucającą się w oczy informacją zawartą w tej definicji jest fakt, że nie wspomina ona w ogóle o tekstach ani ich tłumaczeniu. Mowa w niej o produkcie, który zostaje przystosowany językowo i kulturowo (takie rozróżnienie stoi w pewnej opozycji do poglądów wielu badaczy, które w skrócie przedstawią np. Hejwowski: „w gruncie rzeczy wszystkie elementy typowego tekstu są elementami kulturowymi”¹⁴), jednak w branży lokalizacyjnej wyraźnie oddzielano element językowy procesu lokalizacji od jego składnika kulturowego. Tak przystosowany do docelowego „locale” produkt trafia do miejsca, gdzie jest „używany i sprzedawany” – nie wspomina się o jego czytaniu, oglądaniu – akcentuje się wyraźnie komercyjny i praktyczny aspekt całej operacji. Hatim i Munday¹⁵ podają – obok treści językowych – inne przykłady elementów objętych procesem lokalizacji – przystosowanie rozmiarów okien dialogowych, kolorów i stosowanych czcionek w taki sposób, aby informacje były czytelne dla użytkownika. Ponadto wspomniano tam także o ewentualnej potrzebie modyfikacji zawartości graficznej, takiej jak wygląd taksówek, telefonów, ubiorów itp. do potrzeb docelowego „locale”.

Opisywaniem zjawiska zajmowali się do niedawna głównie przedstawiciele biznesowej strony branży, a jeszcze niedawno istniało zaledwie jedno akademickie centrum badań nad lokalizacją (Localisation Research Centre at the University of Limerick). To właśnie centrum wydawało pierwszy akademicki periodyk poświęcony lokalizacji. Sytuacja zaczyna się jednak powoli zmieniać i powstaje coraz więcej publikacji na temat problemów lokalizacji, omawiających i badających ją nie tylko z perspektywy czysto biznesowej i technologicznej, ale również językowej i społeczno-kulturowej.

Po tym krótkim wstępie przejdźmy do zasadniczej części naszych rozważań, czyli zagadnień związanych z kształceniem tłumaczy-lokalizatorów.

¹⁴ K. Hejwowski, *Kognitywno-komunikacyjna teoria przekładu*, Warszawa 2004, s. 39.

¹⁵ B. Hatim, J. Munday, op. cit., s. 113.

2. Brak lokalizatorów i programów uniwersyteckich

Wspomniana wyżej dynamika rozwoju branży lokalizacyjnej objawia się, między innymi, jej przyrostem o 30% rocznie, co powoduje stały przyrost zapotrzebowania na lokalizatorów¹⁶. Początkowo tego typu specjalistów szkoliły same firmy, najczęściej producenci oprogramowania, w swoich centralach lub w zagranicznych filiach¹⁷. Rośnie liczba kursów oferowanych przez uniwersytety i instytucje (w tym powiązane z branżą) adresowanych do tłumaczy, którzy chcą poszerzyć swoje kompetencje o umiejętności i wiedzę niezbędne w pracy lokalizatorskiej. Ze względu na nadal niesprecyzowane definicje samej lokalizacji, jak też różnice w podejściu do zagadnienia samych organizatorów tego typu form kształcenia daje się zauważyć sporą polaryzację treści przekazywanych podczas takich kursów. Szkolenia branżowe koncentrują się zazwyczaj na technicznych aspektach procesów lokalizacyjnych, narzędziach wykorzystywanych w ich trakcie, procedurach i zarządzaniu przepływem pracy. Akademickie kursy tłumaczeniowe skupiają się – oczywiście poza kształceniem znajomości języka obcego – zwykle na rozwijaniu teoretycznej wiedzy i umiejętności tłumaczy, takich jak konceptualizacja, predyspozycje kognitywne. Jednak rozwój technologiczny powoduje konieczność uzupełnienia tradycyjnych umiejętności tłumacza o biegłość w różnych obszarach czysto technologicznych. Wydaje się, że połączenie, a przynajmniej dostrzeżenie związku obu tych podejść do kształcenia tłumaczy-lokalizatorów może dać interesujące wyniki, umożliwiając przybliżenie kursów akademickich do realnego świata i potrzeb nieustannie rozwijającego się rynku. Sądzymy, że bardzo ważną rolę w tworzeniu tego typu kursów lub nawet specjalizacji tłumaczeniowych muszą odegrać praktycy-lokalizatorzy i przedstawiciele branży. Ponadto konieczne wydają się regularne analizy programów tego typu kursów ze względu na nieustannie pojawiające się nowinki i rozwój technologii. Duży nacisk należy położyć na partnerstwo obu stron, gdyż uniwersytety nie mogą pełnić wobec biznesu roli czysto usługowej. Stosunki między stronami powinny być jak najbardziej partnerskie i oparte na równych prawach. Należy dążyć do równowagi między „szkoleniem” a „kształceniem” słuchaczy, z uwzględnieniem potrzeb świata pozauniwersyteckiego. Nie powinno to jednak pociągać za sobą zaniedbywania standardów akademickich, mimo że przedstawiciele branży wartej tyle miliardów dolarów mogą mieć poczucie, że „wiedzą lepiej” oraz że „płacą i wymagają”. Bez odpowiednio zdefiniowanych relacji oferowane formy kształcenia nie będą odzwierciedlać potrzeb przyszłych pracodawców i na odwrót – oczekiwania branży

¹⁶ B. Esselink, *A Practical Guide...*, op. cit., s. 8.

¹⁷ B. Esselink, *The Evolution of Localization*, [w:] *Translation Technology and its Teaching (with much mention of localization)*, A. Pym, A. Perekrestenko, B. Starink (red.), Terragona 2006, s. 23.

będą rozmijać się z programami kształcenia. Ważne jest też, aby absolwenci tego typu specjalizacji mogli wnieść pozytywne elementy do nieco odhumanizowanej branży lokalizatorskiej, przede wszystkim – wyższą świadomość różnic kulturowych. Branża lokalizatorska już na tak wczesnym etapie powinna mieć możliwość budowania relacji ze swoimi przyszłymi pracownikami oraz kształtowania lojalności w stosunku do określonych rozwiązań. Wystarczy powiedzieć, że początkowy koszt zakupu oprogramowania niezbędnego do rozpoczęcia działalności tłumaczeniowo-lokalizatorskiej może z łatwością przekroczyć 10 tysięcy złotych, a dzięki tego typu współpracy producenci oprogramowania i firmy lokalizatorskie mogą uzyskać możliwość wpływania na zachowania swoich przyszłych klientów i współpracowników. Wsparcie w postaci oprogramowania wydaje się obopólnie korzystne: uniwersytet nie jest traktowany jak klient komercyjny i obniża koszty, a słuchacze prawdopodobnie pozostaną wiernymi użytkownikami udostępnianych rozwiązań już po zakończeniu kształcenia i wejściu na rynek usług tłumaczeniowych.

3. Kompetencje lokalizatorów

Nie ulega wątpliwości, że od tłumaczy-lokalizatorów wymagany jest unikalny zestaw kompetencji, różniący się w wielu obszarach od kompetencji i umiejętności tłumaczy literackich lub nawet technicznych. Zwraca uwagę wymagana od tego typu tłumaczy „rozległa i pogłębiona wiedza z zakresu informatyki, którą dotychczas posiadali wyłącznie specjaliści” („wide, thorough knowledge of computer science that was previously only possessed by specialists”)¹⁸. W tym właśnie obszarze od tłumacza-lokalizatora są wymagane umiejętności inne niż tylko praca z edytorem tekstów. Lokalizator musi radzić sobie z wieloma formatami plików, pracować z narzędziami wspomagającymi tłumaczenie i służącymi do zarządzania pamięciami tłumaczeniowymi i bazami terminologicznymi oraz rozumieć możliwości tego typu narzędzi i ich ograniczenia. W podejściu branży do tego zagadnienia widać, że tego typu umiejętności zyskują znaczenie kluczowe dla każdego lokalizatora.

Biegłość w obszarze technologii komputerowych i informacyjnych musi zostać uzupełniona o umiejętności językowe, zarówno jeśli chodzi o język obcy, jak i język ojczysty. Z obserwacji autora wynika, że niewystarczające uczulenie tłumaczy-lokalizatorów na poprawność językową wyników ich pracy często prowadzi do posługiwania się kalkami językowymi i dopuszczania kontaminacji tam, gdzie nie jest to wcale konieczne. Tłumacz-lokalizator musi zdawać sobie sprawę

¹⁸ A. Alcina, *Translation technologies: scope, tools and resources*, „Target” 2008, 20, s. 80.

z różnic między systemami języków, w których pracuje. Warto tutaj dodać także powiązane z językowymi kompetencje międzykulturowe, bez których nie może się obyć żaden tłumacz. Przyszłym specjalistom-lokalizatorom należy pokazać różne rodzaje tekstów oraz przykłady typowych błędów w ich lokalizowaniu.

Tłumacz-lokalizator powinien także nabyć umiejętność pracy w zespole. Mimo że wielu takich tłumaczy pracuje z domu, tylko bardzo niewielki odsetek projektów lokalizacyjnych jest realizowany jednoosobowo. Lokalizator musi być przygotowany na stres wynikający z nieustannego poddawania jego pracy ocenom i przyjmować, że jest to element pozwalający mu się samodoskonalić i rozwijać warsztat. Ważnymi kompetencjami są umiejętność zarządzania swoim czasem i pracą oraz samodyscyplina.

Niezbędna w zestawie kompetencji tłumacza-lokalizatora jest zdolność do dostrzeżenia i zdefiniowania jego pracy na szerszym tle procesów kryjących się za akronimem GILT (Globalizacja, Internacjonalizacja, Lokalizacja, Translacja). Jak widać z rozwinięcia tego literowca, lokalizacji nie można rozpatrywać w izolacji, a lokalizatorzy muszą pamiętać, że ich praca jest częścią znacznie większej całości, i potrafić patrzeć na swoją rolę w takim poszerzonym kontekście, z uwzględnieniem ról innych uczestników tego procesu. Zasada ta musi obowiązywać obie strony, czyli uczestnicy niebiorący udziału w procesach tłumaczeniowych powinni mieć przynajmniej niewielkie pojęcie o charakterze pracy tłumacza.

Podsumowując: edukacja tłumaczy-lokalizatorów musi obejmować komponent typowy dla kształcenia tłumaczy, mocno jednak poszerzony o wachlarz innych obszarów typowych dotychczas dla zupełnie innych specjalizacji. Taka interdyscyplinarność gwarantuje wykształcenie poszukiwanych przez rynek specjalistów.

Na zakończenie tej części rozważań wspomnę jeszcze o kompetencjach wykładowców przedmiotu „Lokalizacja”. W przedstawionym niżej modelu proponuję podział tego typu zajęć na kilka uzupełniających się modułów, co ma, między innymi, taką zaletę, że ułatwia znalezienie wykładowców posiadających umiejętności i wiedzę konieczne do nauczania zagadnień z obszarów uwzględnionych w każdym z modułów, jednak jak wskazuje literatura opisująca praktyczne doświadczenia z wprowadzania takich kursów w różnych instytucjach, odszukanie osób przygotowanych do pracy ze słuchaczami jest mniejszym z problemów. Dużo większym mogą być ich płace, znacznie wyższe w świecie pozaakademickim¹⁹.

¹⁹ S. Poupaud, *Summary of discussion on Finding Qualified Trainers*, [w:] *Translation Technology...*, op. cit., s. 71-72.

4. Propozycja modelu nauczania przedmiotu „Lokalizacja”

Opracowana przeze mnie propozycja opiera się na przekonaniu, że dopiero połączenie wiedzy na temat teorii przekładu z praktycznymi umiejętnościami uzyskanymi podczas realizacji symulowanego projektu lokalizacyjnego oraz ze znajomością narzędzi wspomagających tłumaczenie pozwala zaspokoić potrzeby słuchaczy i przygotować ich na spotkanie ze światem pozaakademickim oraz wyposażyć ich w podstawy do dalszych teoretycznych badań nad lokalizacją. Warto ponadto zaznaczyć, że dwa pierwsze moduły mogą okazać się atrakcyjne dla wszystkich tłumaczy, którzy mają zamiar zajmować się tłumaczeniami pisemnymi.

Moduł I. Teoria lokalizacji (30 godzin)

Celem modułu jest przedstawienie podstawowych zagadnień teoretycznych związanych z lokalizacją. Wśród tych zagadnień znaleźć się mogą takie problemy jak: rodzaje ekwiwalencji (ze szczególnym uwzględnieniem ekwiwalencji na poziomie bazy kognitywnej), problem i rodzaje nieprzekładalności z podziałem na nieprzekładalność na tle językowym i kulturowym, ocena poprawności i jakości tłumaczenia²⁰. Ze względu na ograniczony czas studentom należy przedstawić w pogłębiony sposób jedną holistyczną teorię tłumaczeń. Moim zdaniem doskonale nadaje się do tego kognitywno-komunikacyjna teoria Hejwowskiego²¹, którą wyróżnia zrozumiałość i zdroworozsądkowe podejście do zagadnień z takim uwielbieniem komplikowanych przez innych przekładoznawców.

Moduł II. Narzędzia wspomagające tłumaczenie (30 godzin)

Po zakończeniu tego modułu słuchacz powinien posiadać praktyczną znajomość narzędzi wykorzystywanych w procesie lokalizowania, takich jak: aplikacje do zarządzania projektami, bazy terminologiczne i pamięci tłumaczeniowe, najczęściej spotykane formaty plików oraz sposoby ich konwertowania. Powinien też wiedzieć, jakie konsekwencje ma praca z tekstem podzielonym na segmenty²². Od słuchaczy tego modułu wymagana jest podstawowa znajomość technik komputerowych. Sądzę, że ze sporym zainteresowaniem wśród słuchaczy może spotkać się oferta uzupełnienia tego modułu o kurs bezwzrokowego pisania na klawiaturze, co jest umiejętnością niezwykle usprawniającą pracę tłumacza pisemnego, a nadal dość rzadko spotykaną.

²⁰ K. Hejwowski, *Tłumaczenie, ekwiwalencja i teorie przekładu*, [w:] *Translatoryka. Koncepcje – Modele – Analizy*, S. Grucza, A. Marchwiński, M. Płużyczka (red.), Warszawa 2010.

²¹ K. Hejwowski, *Kognitywno-komunikacyjna teoria przekładu*, Warszawa 2004.

²² M. A. Jimenez-Crespo, *Translation and Web Localization*, London – New York 2013, s. 81-84.

Moduł III. Projekt lokalizacyjny (35 godzin)

Podmoduł wspólny, trwający 5 godzin, obejmuje zagadnienia charakterystyczne dla większości projektów lokalizacyjnych, czyli prezentację etapów i ról poszczególnych osób w takim procesie, ze szczególnym uwzględnieniem różnych czynności wykonywanych przez tłumacza-lokalizatora. Wszystkie te prezentacje powinny mieć charakter praktyczny, powinny uwzględniać nawet najbardziej podstawowe czynności, jak kalkulacja kosztów projektu i szacowanie czasu potrzebnego na jego realizację.

Pozostałe 30 godzin słuchacze spędzają na praktycznych ćwiczeniach lokalizacyjnych w różnych rolach (twórców glosariuszy, tłumaczy, korektorów, testerów), w grupach lokalizujących różne produkty: strony WWW, klasyczne oprogramowanie, gry i aplikacje/systemy operacyjne dla tzw. małych urządzeń, czyli tabletów, smartfonów i urządzeń do innych zastosowań, np. medycznych. Każdy z tych rodzajów projektów posiada pewne wyróżniające je cechy, na które należy zwrócić uwagę słuchaczy. Słuchacze powinni mieć możliwość przejścia co najmniej dwóch z czterech różnych „ścieżek” projektowych. Jedną z podstawowych umiejętności każdego tłumacza-lokalizatora powinna być zdolność do dogłębnego poznania wszystkich aspektów (także tych pozajęzykowych) związanych z realizowanym projektem – inne słownictwo i wiedza niezbędne są do poprawnego zlokalizowania witryny producenta samoopalaczy, a inne do poprawnego oddania atmosfery i warstwy językowej gry osadzonej w fantastycznym świecie Wiedźmina. Podczas tych zajęć należy także pokazać słuchaczom przykłady najbardziej typowych błędów tłumaczeniowych, „fałszywych przyjaciół” (takich jak np. dość powszechne tłumaczenie „uncheck” jako „odznaczyć” bądź stosowanie angielskiej interpunkcji w polskich tekstach) oraz wskazać cechy języka polskiego utrudniające procesy lokalizacyjne i różnice w zapisie dat, godzin, ułamków dziesiętnych, jednostek itp. Wskazane jest uczulenie na charakter lokalizowanych tekstów, często występujący w nich brak linearności, obecność w nich znaczników (potocznie zwanych tagami) i konieczności przenoszenia ich w odpowiednich miejscach do tekstów docelowych. Słuchacze powinni poznać korzyści i zagrożenia związane z udostępnianymi przez pamięci tłumaczeniowe metadanymi. Każdy ze słuchaczy powinien mieć możliwość przepracowania dwóch symulowanych projektów lokalizacyjnych, w trakcie których zapozna się z kolejnością etapów ich realizacji oraz będzie miał szansę zetknięcia się ze wszystkimi typowymi problemami omawianymi teoretycznie. Wszystkie te etapy muszą uwzględniać zastosowanie odpowiednich narzędzi informatycznych, bowiem jednym z celów modułu jest nabycie przez uczestników biegłości w posługiwaniu się nimi. Słuchacze powinni być także zachęceni do przynoszenia na zajęcia przykładów wadliwych prób lokalizacji, co powinno w nich wykształcić zmysł krytyczny (także

wobec własnej pracy), a jednocześnie nie powinno być zbyt pracochłonne. W tym module zajmującym się praktycznym lokalizowaniem słuchacze powinni mieć również dostęp do co najmniej jednego przewodnika redakcyjnego dużego producenta oprogramowania i próbować stosować określone w nim zasady.

Pierwsze dwa moduły można wpleść w program drugiego, a kolejne dwa – w program ostatniego roku studiów licencjackich.

Opisany przeze mnie model można oczywiście modyfikować, zmieniając liczbę godzin przewidzianych na realizację poszczególnych modułów, uważam jednak, że sama formuła tych zajęć ma charakter uniwersalny i powinna się sprawdzić w większości przypadków.

Bibliografia

- Alcina A., *Translation technologies: scope, tools and resources*, „Target” 2008, 20.
- Burkhanov I., *Translation: Theoretical Prerequisites*, Rzeszów 2003.
- Dunne K. J., *A Copernican Revolution*, [w:] *Perspectives on Localization*, K. J. Dunne (red.), Amsterdam/Philadelphia 2006.
- Esselink B., *A Practical Guide to Localization*, Amsterdam/Philadelphia 2000.
- Esselink B., *The Evolution of Localization*, [w:] *Translation Technology and its Teaching (with much mention of localization)*, A. Pym, A. Perekrestenko, B. Starink (red.), Terragona 2006.
- Folaron D., *A discipline coming of age in the digital age*, [w:] *Perspectives on Localization*, K. J. Dunne (red.), Amsterdam/Philadelphia 2006.
- Hatim B., Munday J., *Translation. An advanced resource book*, London/New York 2004.
- Hejwowski K., *Kognitywno-komunikacyjna teoria przekładu*, Warszawa 2004.
- Hejwowski K., *Tłumaczenie, ekwiwalencja i teorie przekładu*, [w:] *Translatoryka. Koncepcje – Modele – Analizy*, S. Grucza, A. Marchwiński, M. Płużyczka (red.), Warszawa 2010.
- Hoppenrath D., *Localisation in the Global Village*, „Localisation Focus” 2002.
- Jimenez-Crespo M. A., *Translation and Web Localization*, London/New York 2013.
- Munday J., *Introducing Translation Studies. Theories and Applications*, London/New York 2012.
- Poupaud S., *Summary of discussion on Finding Qualified Trainers*, [w:] *Translation Technology and its Teaching (with much mention of localization)*, A. Pym, A. Perekrestenko, B. Starink (red.), Terragona 2006.
- Pym A., *The Moving Text: Localization, translation, and distribution*, Amsterdam/Philadelphia 2004.
- Pym A., *Exploring Translation Theories*, London/New York 2010.
- Remael A., *Audiovisual translation*, [w:] *Handbook of Translation Studies, Volume 1*, Y. Gambier, L. van Doorslaer (red.), Amsterdam/Philadelphia 2010.
- Schäler R., *Linguistic resources and localisation*, [w:] *Topics in Language Resources for Translation and Localisation*, E. Y. Rodrigo (red.), Amsterdam/Philadelphia 2008.
- Stysiak M., *Polska – czytelnicze pustkowie*, „Gazeta Wyborcza” 2015, 36 (8369).