

Do you speak English? ...és az Ön fordítója?

Az anyanyelvi szintű kommunikáció jelentősége az üzlet világában

Nem is olyan könnyű válaszolni a címben feltett kérdésre, ha mi magunk nem tartozunk azon szerencsések közé, akik a keresett idegen nyelvet anyanyelvi szinten beszélnek. Hogyan válasszunk fordítót, honnan tudhatjuk, mennyit ér a munkája, és mi a biztosíték arra, hogy a kézhez kapott anyagokkal valóban elérhetjük kommunikációs céljainkat? Az alábbi írásunkban összefoglaljuk a témához kapcsolódó legfontosabb tudnivalókat.

Külföldi piacszerzéshez és a piacok megtartásához elengedhetetlen, hogy az adott ország nyelvén, vagy „az üzlet nyelvén” – angolul, németül, spanyolul, stb. – kifogástalanul kommunikáljunk. Nincs annál kínosabb, mint amikor a potenciális partner mosolyogva böngészi honlapunkat, vagy marketing anyagainkat, mert szembesül a nyelvi bakikkal. Hasonlóképpen kellemetlen, ha a tárgyalást alacsonyabb szintű nyelvismeret nehezíti. Jóllehet bizonyos körülmények között a kommunikáció súlyos fonetikai, nyelvtani és lexikai hibák ellenére is sikeres lehet, mégis kedvezőtlen kép alakul ki rólunk. Marketing alaptétel, hogy a marketing mix egyes elemeinek összhangban kell lenniük egymással. Gondoljunk csak bele: hiába kiváló minőségű egy termék, például a túl alacsony ár minőségromlást sugall! Ugyanilyen hatást kelt a nyelvismeret hiánya is. Rögtön megkérdőjeleződik az üzleti partner igényessége, szakértelme, hozzáértése és végül már az általa kínált áruban sem bíznak meg. Döbbenetes adat, hogy a magyar cégek 90 százaléka silány idegen nyelvű információs anyagokkal rendelkezik.

Ha valaki kommunikációs partnerként is professzionalizmusra törekszik, ne a fordításon spóroljon! Nem mindig a legdrágább fordítóiroda a legjobb, de az olcsó szinte biztosan nem megfelelő választás. Még az ún. globális fordítóirodák esetében sem árt az óvatosság. A jelenleg hatályos magyar jogszabályok értelmében Magyarországon csak az Országos Fordító és Fordításhitelesítő Iroda (OFFI) által hitelesített fordítás fogadható el hitelesként. Sajnos, tapasztalatok szerint még ezek az anyagok sem minden esetben érik el a kívánt szintet.

Mit tehet egy magyar cég, ha minőségi idegen nyelvű szöveget szeretne?

A fordítás mellé minden esetben kérjen anyanyelvi lektorálást. Ha a lektorálást másik cégre bízta, jobb lesz az ellenőrzés. Ha az anyanyelvi fordító munkáját egy másik anyanyelvi lektorral nézeti át, az anyag még színvonalasabb lesz – de nem feltétlenül tökéletes. Az anyanyelvi lektorálás ugyanis elsősorban a nyelvtani és stilisztikai hibák kiszűrésére alkalmas. A szakmai lektorálásra viszont csak a témában jártas lektor vállalkozhat. Nagyon nehéz megtalálni az alkalmas embert: például egy német anyanyelvű gépészmérnököt, aki szakfordítást, vagy szakmai lektorálást vállal, és ráadásul magyarul is tud...

Addig pedig keresni sem érdemes, amíg nincs magyar nyelvű marketingkommunikációs stratégiánk. Ha a koncepció elkészült, tudjuk, kihez szólunk, miről mit miért mondunk, mik a céljaink, akkor lehet a szöveget a célpiacra szabni. Ideális, ha anyanyelvi szövegíróra bizzuk a feladatot, aki eleve a marketing-célokra megfelelően állítja össze a szöveget. Így megtakaríthatjuk a fordítás díját. A szakmai lektorálás viszont ebben az esetben is hasznos lehet.

Reuss Ágnes

© Business Provider Group