

Gorica R. Tomić*

Univerzitet u Kragujevcu

Filološko-umetnički fakultet

O (NE)ADEKVATNIM PREVODIMA TEKSTOVA NA AMBALAŽI PREHRAMBENIH PROIZVODA SA SRPSKOG NA ENGLESKI JEZIK

(Vesna Lazović, *Srpski proizvodi izgubljeni u prevodu*, Novi Sad: Filozofski fakultet, 2011)

U vremenima u kojima se Srbija sve više otvara prema Evropi i svetu i u kojima se njena spoljnotrgovinska razmena povećava, veća je, očekivano, i potražnja prevoda tekstova na ambalaži proizvoda koji se izvoze na strano tržište i to, pre svega, prevoda na engleski jezik kao prvi jezik međunarodne komunikacije. S obzirom na to da kvalitet, to jest, adekvatnost prevoda teksta na ambalaži može značajno da utiče na opšti utisak potrošača o proizvodu, a posledično i na njegovu potražnju i materijalnu korist proizvođača, pa i odnos stranog tržišta prema celoj državi (Lazović, 2011, str. 13, 95), logično i očekivano bi bilo da se prevođenju i u ovoj oblasti pristupa ozbiljno, to jest, da prevodi budu primereni, prirodni i precizni. Da ovo, nažalost, u našoj prevodilačkoj praksi ipak nije slučaj (barem ne u oblasti prehrambenih proizvoda), odnosno da se u opštoj užurbanosti sveta današnjice u kojem je profit iznad kvaliteta i prevođenje tekstova na ambalaži vrši u žurbi, potvrđuju i rezultati lingvističkog istraživanja predstavljenog u monografiji intrigantnog naslova *Srpski proizvodi izgubljeni u prevodu*, autorke mr Vesne Lazović, koja je objavljena 2011. godine u okviru izdavačke delatnosti Filozofskog fakulteta u Novom Sadu. Monografija je nastala kao rezultat

* gorica.tomic@filum.kg.ac.rs

uobličavanja deskriptivnog dela autorkinog magistarskog rada na temu *Prevođenje tekstova na ambalaži prehrambenih proizvoda sa srpskog jezika na engleski: deskriptivni i preskriptivni aspekti*, odbranjenog 2009. godine na novosadskom Filozofskom fakultetu, odnosno kao rezultat dvogodišnjeg empirijskog istraživanja stanja prevoda tekstova na ambalaži prehrambenih proizvoda sa srpskog na engleski jezik. Autorkino prethodno bavljenje različitim aspektima ove teme obuhvata nekoliko radova objavljenih u časopisima i zbornicima sa više naučnih skupova (v. Lazović, 2008a; 2008b; 2009a; 2009b).

Sama monografija, koliko je nama poznato i jedina u našoj lingvističkoj sredini koja se bavi pojavom površinskog prevođenja ili, u Prčićevoj terminologiji, *nadriprevođenja* (Prčić, 2005, prema Lazović, 2011, str. 9, 11, 15, 20) sa srpskog na engleski jezik u diskursu tekstova na ambalaži domaćih prehrambenih proizvoda, obuhvata 104 stranice. Posle *Sadržaja* (str. 7–8), odnosno *Predgovora* (str. 9), monografija sadrži pet poglavlja (str. 11–97), *Bibliografiju* (str. 98–102) i listu korišćenih izvora *Rečnici i drugi izvori na internetu* (str. 102–104). Poglavlja monografije, koja su podeljena u nekoliko potpoglavlja, čine: 1. *Uvodna razmatranja* (str. 11–16), 2. *Opšte napomene o prevođenju i prevodiocima* (str. 17–23), 3. *Lingvistička analiza tekstova na ambalaži* (str. 24–41), 4. *Deskriptivni aspekti prevođenja tekstova na ambalaži* (str. 41–93) i 5. *Zaključci* (str. 94–97).

U prvom, uvodnom poglavlju, koje je podeljeno u četiri potpoglavlja, autorka predstavlja predmet, ciljeve, odnosno strukturu istraživanja. To jest, ona u uvodu pojašnjava da se u monografiji lingvistički, i to višenaspektno, analiziraju prvo izvorni tekstovi na ambalaži domaćih prehrambenih proizvoda, jer je potrebno najpre upoznati tip teksta koji se prevodi da bi prevod bio adekvatan, a potom i prevodi tih tekstova na engleski jezik, s ciljem da se utvrde najčešći prevodilački problemi i propusti, da se oni kategorizuju, da se ponude adekvatna prevodna rešenja i da se tako pruži jedan potpuniji pregled stanja prevoda u ovoj specifičnoj oblasti. Izbor teme je, prema pisanju autorke, uslovljena potreba da se kritički preispita masovna pojava nadriprevođenja u našoj prevodilačkoj praksi. Njena namera je, naime, bila da ispita da li identifikovani neodgovarajući prevodi tekstova na ambalaži prehrambenih proizvoda sa srpskog na engleski jezik predstavljaju samo sporadične slučajeve ili je i ovde, kao i u mnogim drugim oblastima prevođenja, u pitanju jedna sistematska pojava, koja nesumnjivo govori o nemaru ne samo prevodilaca već i proizvođača. Napomenimo i to da je građu u ovom istraživanju činio korpus tekstova na ambalaži 300 različitih domaćih prehrambenih proizvoda koje je autorka prikupila u toku 2005. i 2008. godine. Drugo potpoglavlje uvodnih razmatranja posvećeno je problemu standardizacije prevoda tekstova na ambalaži (prehrambenih) proizvoda koji su u našoj sredini nedovoljno analizirani, posebno u poređenju s prevodima knjiga, (crtanih) filmova, TV serija,

reklama ili novinskih vesti i izveštaja. U vezi s tim, autorka ističe značaj izrade normativnog priručnika koji bi objedinio tipske prevode ne samo reči i sintagmi već i rečenica u ovom specifičnom tipu teksta i koji bi, u krajnjem ishodu, omogućio kvalitetnije prevode u ovoj jednako važnoj oblasti prevodenja. U pretposljednem, trećem potpoglavlju uvoda, dat je kratak pregled relevantne literature, tačnije dela domaćih i stranih autora koji su se bavili problematikom teorije prevodenja. Ovo potpoglavlje ujedno predstavlja jednu vrstu uvoda u drugo poglavlje monografije u kojem su date opšte napomene o prevodenju i prevodiocima, o njihovim zadacima i odgovornostima u ovoj veoma zahtevnoj delatnosti ljudskoga uma. U okviru opštih napomena o prevodenju autorka razmatra različite definicije procesa prevodenja u literaturi, kao što je, na primer, komunikacijska definicija ili pragmatički pristup prevodenju koji je primenjen i u samoj monografiji, budući da je u ovoj teoriji, baš kao i u tekstovima na ambalaži proizvoda i njihovim prevodima, u središtu pažnje prevodioca reakcija primaoca poruke. U drugom poglavlju dodatno se razmatraju dva ključna pojma, odnosno termina u procesu prevodenja – *formalni korespondent* i *funkcijsko-komunikativni ekvivalent*. Jedan deo ovog poglavlja bavi se i prethodno pomenutom pojavom nadriprevodenja u našoj prevodilačkoj praksi, to jest, mogućim razlozima njenog nastanka i njene sveprisutnosti.

U trećem poglavlju, posle razmatranja različitih definicija teksta u literaturi, odnosno funkcija jezika, iskaza i tekstova, izvršena je gramatička, semantička i pragmatička analiza izvornih tekstova na ambalaži domaćih prehrambenih proizvoda. Konkretno, gramatičkom analizom obuhvaćeno je utvrđivanje zastupljenosti različitih vrsta reči u ovom specifičnom tipu teksta, odnosno specifičnosti njegove sintaksičke organizacije. Iscrpnom semantičkom analizom autorka je ispitala semantiku reči koje se javljaju u tekstovima na ambalaži i utvrdila da u njima preovlađuju primarna, to jest, konkretna značenja reči. Na pragmatičkom nivou analizirano je kojim vrstama govornih činova pripadaju tekstovi na ambalaži, te utvrđeno da se oni mogu svrstati u direktne govorne činove uputstva i obaveštavanja. U okviru pragmatičke analize utvrđeno je i to da učtivost u ovom tipu teksta može biti iskazana na više načina, ali bez upotrebe sredstava za ublažavanje. Ponudenom višenaspektnom lingvističkom analizom autorka je uspela da izdvoji sledeće osnovne karakteristike teksta na ambalaži domaćih prehrambenih proizvoda: visok nivo strukturne predvidljivosti, ograničenost broja i vrste leksičkih i sintaksičkih jedinica, ekonomičnost, jednostavnost i preciznost u izrazu, informativnost, emotivnu neutralnost. Dalje je utvrđeno i to da su dve osnovne funkcije ovakvih tekstova referencijalna i direktivna, budući da se njima, s jedne strane, potencijalni kupci informišu o sastojcima proizvoda, a, s druge, upućuju na način pripreme i skladištenja proizvoda. Jedan od ciljeva trećeg poglavlja bio je i taj da se ispita uticaj engleskog na srpski jezik kroz analizu učestale (i obično neopravdane) upotrebe engleskih reči ili obeležja engleskog jezika (npr. način pisanja) u imenovanju

domaćih proizvoda hrane i pića.¹ S tim u vezi razmatrani su i mogući (van)jezički razlozi zbog kojih dolazi do sve češće upotrebe engleskih reči u nazivima domaćih prehrambenih proizvoda. Rezultati ovog ispitivanja naveli su autorku ne samo na to da zaključi da su nazivi domaćih prehrambenih proizvoda zapravo jedan od važnijih izvora priliva engleskih reči u leksikon srpskog jezika, i to prvenstveno iz vanjezičkih razloga kao što je „ekonomska globalizacija“ (Lazović, 2011, str. 36), već i da se zapita kako nameravamo „da *brendiramo* naše [srpske] proizvode koji nemaju ono najbitnije – naše reči“ (Lazović, 2011, str. 41).

U četvrtom, centralnom i najobimnijem poglavlju monografije autorka je predstavila rezultate lingvističke analize prevoda tekstova na ambalaži domaćih prehrambenih proizvoda na engleski jezik. Naime, analiza je pokazala da u slučaju ovog krajnje predvidljivog tipa teksta ne samo da ne postoje standardizovani prevodi nego da je broj prevodilačkih propusta, ilustrovanih obiljem primera iz korpusa, zabrinjavajuće veliki. Propusti se najčešće odnose na neprimerene, to jest, neprirodne i neprecizne prevode na nivou leksike (npr. formalni i(li) sadržinski lažni (kolokacijski) parovi, neadekvatno upotrebljene reči u smislu užeg ili šireg značenja u engleskom jeziku od onog koje je potrebno u datom komunikacionom kontekstu, neprecizni prevodi reči i izraza), gramatike (npr. greške u upotrebi članova, predloga, broja imenica, redosleda sastavnih elemenata reči i rečenica, premodifikatora i glagolskih oblika), pravopisne norme engleskog jezika, pravilne upotrebe interpunkcijskih znakova, ali i na neprevedene reči i rečenice. S druge strane, autorka je, upoređujući prevode tekstova na ambalaži prehrambenih proizvoda prikupljenih u toku 2005. godine i onih koji su prikupljeni tokom 2008. godine, uočila male, ali značajne promene nabolje, i to, pre svega, na proizvodima onih proizvođača koji su prošli kroz proces privatizacije i u čijem upravljanju udela imaju strana preduzeća.

Poslednje, peto, poglavlje monografije sadrži najvažnije zaključke istraživanja, odnosno predloge (njih 9) načina na koje je moguće rešiti probleme neadekvatnog prevođenja u ovoj oblasti (pa i šire), a posledično i unaprediti prevodilačku praksu i položaj stručnih prevodilaca u našoj sredini. Što se bibliografije i izvora tiče, treba istaći to da korišćena literatura obuhvata veliki broj recentnih domaćih i stranih referenci (tačnije 104 reference), a da lista konsultovanih jednojezičnih rečnika engleskog jezika i drugih izvora na internetu broji 26 jedinica.

¹ Opširnije na temu upotrebe reči iz engleskog jezika u nazivima domaćih proizvoda, odnosno nekim sociolingvističkim aspektima ove pojave u nas, može se pročitati u Lazović (2008b).

Uzimajući u obzir sve ono što je napisano u prethodnih nekoliko pasusa, možemo pouzdano reći da ovde prikazana monografija predstavlja ne samo vredan doprinos opisu i objašnjenju jednog haotičnog stanja prevoda tekstova na ambalaži domaćih prehrambenih proizvoda na engleski jezik (Lazović, 2011, str. 95) već i pokušaj da se ponuđenim prevodnim rešenjima unapredi kvalitet ovih prevoda. Tema obrađena u ovoj monografiji čini se posebno relevantnom danas kada naša država nastoji da u procesu evrointegracija poveća izvoz u države članice Evropske unije, u kojoj i proizvod i propratni prevod teksta na ambalaži prolaze strogu kontrolu. Opšti utisak koji se stiče posle čitanja ove monografije jeste taj da je autorka istraživanju, to jest, lingvističkoj analizi (prevoda) tekstova na ambalaži domaćih prehrambenih proizvoda na engleski jezik pristupila vrlo temeljno i obuhvatno, da je istraživačka građa detaljno analizirana, a rezultati analize pregledno i jasno predstavljeni, pristupačnim jezikom. Ono što dodatno treba pohvaliti u ovoj monografiji jeste to da su za sve navedene primere prevodilačkih propusta ponuđena i adekvatna prevodna rešenja, i to najčešće tabelarno, čime je nesumljivo postignuta veća preglednost u radu. Sama tema je zanimljivo i inspirativno postavljena i obrađena, između ostalog, i u smislu toga da autorka svojim zaključcima i postavljenim pitanjima otvara perspektivu za buduća slična istraživanja. U tim budućim, sistematskim istraživanjima trebalo bi analizirati i stanje prevoda tekstova na ambalaži drugih domaćih proizvoda (npr. kozmetičkih, farmaceutskih, medicinskih proizvoda, itd.), a onda te rezultate uporediti sa stanjem opisanim u ovoj knjizi, u smislu obima i prirode prevodilačkih propusta. Na kraju, korist od ove monografije imaće ne samo oni koji se bave ili nameravaju da se bave prevodjenjem u ovoj konkretnoj oblasti već i svi oni kojima je stalo da i tekst na ambalaži proizvoda na adekvatan način prenesu na strani (u ovom slučaju engleski) jezik, kako se proizvod *ne bi izgubio u prevodu*.

Literatura

Lazović, V. (2008a). Mistranslations on Food and Drink Labels from Serbian into English: Lexical and Discoursal Errors. *Godišnjak Filozofskog fakulteta u Novom Sadu*, 33 (2), 301–310.

Lazović, V. (2008b). Upotreba engleskih reči za nazive domaćih proizvoda: (još jedan) vid jezičke angloglobalizacije, U: V. Lopičić & B. Mišić-Ilić (Eds), *Jezik, književnost, globalizacija: zbornik radova* (str. 317–328). Niš: Filozofski fakultet.

Lazović, V. (2009a). Lingvistička analiza tekstova na ambalaži. U: M. Kovačević i dr. (Ur.), *Savremena proučavanja jezika i književnosti: zbornik radova sa I naučnog skupa mladih filologa Srbije, Knjiga 1* (str. 271–283). Kragujevac: Filološko-umetnički fakultet.

Lazović, V. (2009b). Mistranslations on Food and Drink Labels from Serbian into English (Grammatical and Orthographic Errors). In: I. Lakić & N. Kostić (Eds), *Languages and Cultures in Contact: conference proceedings* (pp. 294–301), Podgorica: Institut za strane jezike.

Lazović, V. (2011). *Srpski proizvodi izgubljeni u prevodu*, Novi Sad: Filozofski fakultet.

Datum prijema: 12. 07. 2021.

Datum ispravki: /

Datum odobrenja: 23. 08. 2021.