

Sebastian Piotrowski

Katolicki Uniwersytet Lubelski

<https://orcid.org/0000-0002-4871-5131>

sepio@kul.pl

Katarzyna Sadowska-Dobrowolska

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

<https://orcid.org/0000-0001-8627-6486>

sadowska.dobrowolska@gmail.com

Język i kultura w przekładzie tekstów specjalistycznych

Language and Culture in the Translation of Specialist Texts

This study explores the link between language and culture in the context of the translation of specialist texts. The starting point is the assumption that each text contains a cultural element, even if it is “only” a professional text. The theoretical considerations are illustrated in a comparative analysis of translations (from French into Polish) of press articles on economics. The analysis of the selected press materials shows that their cultural value is not a peripheral phenomenon, but constitutes an important sense-creating element. In the process of their translation, the translator’s tasks include not only changing the original linguistic structures, but also changing the cultural perspective embedded in the text. The carriers of the cultural point of view are both single lexical units, as well as linguistic constructions and complex conceptual networks. Based on the research, the authors conclude that it seems particularly important to sensitize students to respect the genre standards of the target language and to understand



Artykuł jest udostępniany na licencji Creative Commons – Uznanie autorstwa-Na tych samych warunkach 4.0 Międzynarodowe, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

the need to reconceptualize the original conceptual metaphor and change the deictic perspective of the text.

Keywords: language, culture, translation, specialist text, cultureme

Słowa kluczowe: język, kultura, tłumaczenie, tekst specjalistyczny, kulturem

1. Wstęp

Kontekst kulturowy jest zwykle tematem rozważań przekładoznawczych poświęconych tłumaczeniu tekstów artystycznych, w których elementy kulturowe pełnią istotne funkcje fabularne. Liczne opracowania tego zagadnienia dotyczą zazwyczaj nieprzekładalności wynikającej z różnic kulturowych oraz strategii i technik radzenia sobie z odmiennością kulturową w procesie przekładu (Barańczak, 1992; Tabakowska, 2010; Hejwowski, 2004). Tymczasem relatywizm kulturowy jest właściwością samego języka jako narzędzia poznawania i opisywania świata (Tokarski, 2001), a jego przejawy obecne są również w przypadku tekstów nieartystycznych, tj. takich, w których dominantą stylistyczną nie jest funkcja poetycka (Jakobson, 1960)¹. Relacja między językiem i kulturą jest szeroko omawiana na gruncie językoznawstwa kognitywnego, analizującego ich wzajemne zależności. Do efektów badań kognitywnych zalicza się m.in. teoria metafor pojęciowych (Lakoff, Johnson, 1980), koncepcja językowego obrazu świata (Bartmiński, 1999), formuła definicji otwartej (Tokarski, 1988; Bartmiński, Tokarski, 1993) oraz przekonanie, iż język i kultura przenikają się na wszystkich poziomach systemu językowego, w konsekwencji czego elementy motywowane kulturowo nie stanowią wyłącznie domeny języka artystycznego i są również obecne w tekstach Nieliterackich.

W przypadku tekstów specjalistycznych wspomniana „kulturowość” przejawia się zarówno w ich formalnych, jak i w semantycznych elementach. Zależna od kulturowej konwencji jest struktura tekstu, jej właściwości gatunkowe i stylistyczne oraz ich realizacje, a także punkt widzenia wpisany w tekst, konceptualizacja pojęć oraz leksyka utrwalająca sposób postrzegania świata i odzwierciedlająca uzus językowy danej społeczności. W porównaniu z przekazywanymi w tekstach użytkowych informacjami, wszystkie te elementy wydają się peryferyjne, przez co często w procesie przekładu są marginalizowane jako niebędące nośnikami treści kluczowych dla danego

¹ Np. Tabakowska (2010) odrzuca podział na teksty artystyczne i nieartystyczne, skupiając się na poszukiwaniu wyznaczników literackości w tekstach uchodzących za Nieliterackie (np. skonwencjonalizowanych metafor), na które tłumacz powinien być w szczególności sposób uwrażliwiony.

tekstu. W istocie jednak stanowią one ważne ogniwa konstrukcyjne kształtujące typową dla danego języka optykę prezentowania faktów i otaczającej rzeczywistości (Zarzycka, 2004: 438). Wyrazem tejże jest z kolei punkt widzenia wpisany w tekst, a przejawiający się w operowaniu typową dla danej kultury metaforą pojęciową, w używanych konstrukcjach leksykalnych czy też w mówieniu o świecie z konkretnej przestrzeni geograficzno-kulturowej, stanowiącej punkt odniesienia dla problematyki podjętej w tekście.

Dostrzegając rolę powyższych zjawisk w budowaniu przekazu oraz trudności, jakich przysparzają one w procesie przekładu, warto zwrócić uwagę właśnie na te pozornie peryferyjne zjawiska tekstowe. Głównym celem artykułu jest wskazanie na obecność kulturomów we francuskich tekstach specjalistycznych, które są odmienne od tego typu tekstów polskich oraz zwrócenie uwagi na te elementy nacechowane kulturowo, które należałoby uwzględnić, dobierając sposób ich tłumaczenia.

Kulturomy są definiowane na wiele sposobów. W niektórych przypadkach są one utożsamiane z leksyką bezekwiwalentową (Płużyczka, 2010), co wskazuje na ich „unikatowy” charakter, w innych kulturom odsyła do „sformalizowanych, społecznie i prawnie osadzonych w społeczeństwie zjawisk” (Urbanek, 2010: 160). W niniejszym artykule kulturomy rozumiane są jako miejsca na styku języka i kultury (zob. Zarzycka, 2004: 437), będące w procesie translacji potencjalnymi miejscami tarcia między tekstem wyjściowym a docelowym i odnoszące się do takich obszarów jak struktura tekstu, metaforyzacja, uzus językowy.

2. Cechy charakterystyczne francuskiego tekstu biznesowego

Na podstawie zebranego korpusu tekstów prasowych można stwierdzić, że francuskie teksty biznesowe cechuje dialogiczność i obrazowość. Są to zwykle teksty kierowane do osób znających daną dziedzinę, orientujących się w jej specyfice, ale też w realiach kulturowych, erudycyjnie przygotowanych do odbioru przekazów zawierających odniesienia do tematów niezwiązanych ściśle z określoną branżą. Dialogiczny charakter nadaje artykułom unikanie konstrukcji z mową zależną na rzecz włączania do nich cytatów oraz częste sięganie przez autorów po wypowiedzi ekspertów, komentatorów, zwykłych odbiorców, dzięki czemu wiele artykułów przyjmuje formę polilogu. Przejawem obrazowości jest nasycanie tekstów metaforami, frazeologizmami i opisami oddziałującymi na wyobraźnię; teksty te wyraźnie odbiegają od informacyjnych sprawozdań. Angażowaniu odbiorcy służą również narracyjne dygresje, ujmujące przekazywane treści w formę bliższą opowieści niż prostej i zwartej relacji, typowej dla polskich tekstów specjalistycznych. Specy-

fika budowy francuskiego tekstu biznesowego oraz jego silna metaforyzacja stanowią dla tłumacza poważne wyzwanie, co ilustrują analizowane poniżej przykłady.

3. Kulturemy – analiza jakościowa tłumaczeń

Na potrzeby artykułu przeanalizowano 72 prace tłumaczeniowe wykonane przez studentów filologii romańskiej², którzy pracowali w grupach 2–3 osobowych lub indywidualnie. Przy wykonywaniu tłumaczeń mogli korzystać ze wszelkich dostępnych w Internecie zasobów słownikowych i pamięci tłumaczeniowych. Zgodnie z zasadą, że każdy tekst ma określonego odbiorcę, odbiorca tłumaczeń został zdefiniowany jako czytelnik prasy „poważnej”, traktującej o gospodarce, finansach, polityce, czyli polskojęzycznych odpowiedników takich francuskojęzycznych tytułów, jak „Les Echos”, „La Tribune” czy „Le Figaro”. Omawiane tłumaczenia podane są w wersji oryginalnej i – oprócz interesujących nas błędów i nieporozumień kulturowych – zawierają również inne uchybienia translatoryczne, niebędące przedmiotem analiz. Brak korekty jest zabiegiem świadomym i ma na celu pokazanie oryginalnego kontekstu komentowanych zjawisk.

Analizie poddane zostały wybrane kulturemy, podzielone na cztery kategorie odpowiadające „miejscom stykowym” języka i kultury, które przysporzyły studentom najwięcej kłopotów. Są to:

- kulturemy tekstotwórcze,
- metafory potoczne,
- kulturemy „informacyjne”,
- uzus językowy.

3.1. Kulturemy tekstotwórcze

Jedną z trudności przekładowych, mających swoje źródło w relatywno-konwencjonalnej naturze języka, jest konieczność dostosowania tłumaczonego tekstu do gatunkowych norm języka docelowego. Kulturem tekstotwórczy jest tu więc rozumiany jako element języka i kultury mający swoje uzasadnienie w konwencji gatunku. Jako że efektem przekładu jest tekst funkcjonujący w realiach języka docelowego, powinien on spełniać kryterium poprawności również na poziomie makrostruktury, czyli globalnej organizacji treści (zob. Walasek, 2004: 267). Poprawność będzie w tym wypadku obejmowała

² Studenci polskojęzyczni odbywający studia II stopnia na jednej z polskich uczelni.

takie kwestie, jak m.in. budowanie spójności tekstu, tematyczno-rematyczna struktura zdania czy sposób prezentacji informacji (rejestr językowy, zawartość akapitów itp.). Wszystkie te zagadnienia są relewantne kulturowo, ponieważ każdy język wypracowuje własne wzorce gatunkowe (Wojtak, 2004), będące wypadkową wielu czynników, takich jak na przykład tradycja gatunku i jego ewolucja czy oczekiwania odbiorcze. Brak świadomości co do kulturowej motywacji organizacji wypowiedzi i konieczności stosowania norm języka docelowego może skutkować powstawaniem tekstów niespójnych, niestosownych językowo, a w efekcie – niezrozumiałych i „dziwnych” w odbiorze.

W przypadku analizowanych tekstów elementami wymagającymi szczególnej uważności okazały się narracyjny charakter tekstów źródłowych oraz ich struktura. Mimo specjalistycznej tematyki francuskie teksty biznesowe, jak już wspomniano, nie są konstruowane jak czysto informacyjne relacje, skupione na przekazaniu faktów. Sprawozdawczość jest w nich często porzucana na rzecz budowania narracyjności, mającej pobudzić wyobraźnię czytelnika i wciągnąć go w meandry np. codziennego życia firmy. Zabieg ten ilustruje drugi akapit poniższego tekstu (T1)³:

T1 Rappelé aux commandes, le charismatique Howard Schultz, l'un des cofondateurs, promet de renouer avec l'esprit « branché » des origines.

Le jour vient de poindre dans le quartier financier et la file d'attente du Starbucks s'étire jusqu'à l'entrée. Derrière le comptoir, les « baristas » enfournent à vive allure bananes et jus de mangue dans des mixeurs, tandis que la machine à expresso siffle en produisant son premier « latte » de la journée.

(Starbucks, une recette à réinventer, lesechos.fr 11/09/08)

W polskich tekstach biznesowych analogiczny zabieg jest dość rzadki, a jego pojawienie się zakłóca naturalny porządek tekstu i wywołuje efekt obcości⁴:

T1A Jeden ze współzałożycieli, Howard Schultz, wraca do zarządzania i obiecuje przywrócić modny wizerunek firmy sprzed lat.

Dzień dopiero co wstał w dzielnicy biznesowej, a kolejka do Starbucksa rozciąga się aż do wejścia. Za ladą bariści w pośpiechu wkładają banany i sok z mango do blenderów, podczas gdy ekspres do kawy piszczy przygotowując pierwszą „latte” tego dnia.

(KKA)

³ Wyjaśnienie skrótów: T1 – tekst wyjściowy; T1A, T1B, T1C – tłumaczenia; KKA, PPR, WSH – kody studentów, którzy wykonali tłumaczenie. Analizowane elementy tekstu zaznaczone są na szaro.

⁴ Szerzej o spójności tekstu docelowego, zob. Piotrowski, Sadowska-Dobrowolska (2020).

T1B Wobec takiego obrotu sprawy, Howard Schultz, jeden z założycieli Starbucksa, wraca za stery; obiecuje przywrócić wizerunek modnej kawiarni. Zmiany sukcesywnie wchodzą w życie, a co za tym idzie, w kolejce do Starbucksa ustawia się tłum zainteresowanych. Za ladą, barista przygotowuje koktail z mango, w tle słychać dźwięk ekspresu do kawy. Zapach świeżego latte wprost unosi się w powietrzu...

(PPR)

T1C W obliczu zaistniałej sytuacji, charyzmatyczny założyciel sieci – Howard Schultz, zdecydował się zabrać głos. Zapewnił, że przywróci marce dawną świetność

Wydaje się, że Schultz dotrzymał słowa, ponieważ firma odnotowała znaczny wzrost sprzedaży. W kawiarniach znów zagościł dawny ruch a bariści od samego ranka pospiesznie przygotowują soki owocowe oraz latte.

(WSH)

W tłumaczeniach studenci starali się zachować oryginalny porządek tekstu, nie uwzględniając polskojęzycznych zasad kohezji i tworząc teksty niespójne, tak jak w przekładzie T1A. Z kolei w przekładach T1B i T1C widać próby przeformułowania tekstu, mające na celu uspoźnienie przejścia od pierwszego do drugiego akapitu, stąd porzucenie narracyjnych sformułowań typu *nad dzielnicą biznesową wstał nowy dzień* albo *kolejka rozciąga się aż do wejścia* (widać to zwłaszcza w T1C). Odejście od oryginalnej konstrukcji nie jest jednak całkowite, próby pogodzenia francuskiej narracyjności z dominującą informacyjnością w tekstach polskich są szczególnie widoczne w T1B (*w tle słychać dźwięk ekspresu do kawy*).

3.2. Metafora potoczna jako kulturem

Innymi kulturemami wpisanymi w struktury językowe i wymagającymi pogłębionej refleksji w procesie przekładu są zawarte w języku konceptualizacje, których wyrazem jest typowa dla danego języka sieć metafor potocznych, wykorzystywanych przez jego użytkowników do obrazowania pewnych pojęć abstrakcyjnych. Sieć ta jest relewantna kulturowo i – co za tym idzie – konwencjonalna. Będąc więc właściwa dla każdego języka, stanowi wyzwanie dla tłumaczy. Ilustracją tego problemu może być poniższy fragment tekstu poświęconego załamaniu na giełdzie i propozycje jego tłumaczeń na język polski:

T2 Le CAC a perdu ce lundi 9,04% à 3.711 points. Un plongeon historique. La tempête qui ravage la finance mondiale depuis plusieurs semaines main-

tenant ne semble pas prête de se calmer. Les valeurs bancaires continuent d'être violemment attaquées.

(Krach à la Bourse de Paris qui perd 9%, latribune.fr 06/10/08)

T2A W poniedziałek wartość akcji 40 najsilniejszych spółek wchodzących w skład CAC spadła o 9,04%. Indeks giełdy zmniejszył się o ponad 368 punktów i zatrzymał na 3 711 punktach. To historyczny spadek. Na ten moment nic nie wskazuje na to, by burza, która od kilku tygodni pustoszy światowe finanse, miała się uspokoić. Aktywa bankowe są nadal brutalnie atakowane.

(MDA, NDA)

T2B CAC stracił w poniedziałek 9,04% do 3711 pkt. To historyczny odnotowany skok. Sytuacja, która od kilku tygodni rujnuje światowe finanse i nie wydaje się chylić ku końcowi. Akcje banków są nadal napastowane a giełda w Paryżu przeżywa prawdziwy szok.

(LMK)

T2C W poniedziałek notowania CAC zmalowały o 9,04% do 3.711 punktów. Historyczne nurkowanie. Sztorm, który od kilku tygodni burzy globalne finanse, nie wydaje się uspokoić. Akcje bankowe nadal są gwałtownie atakowane.

(ABS)

T2D Na początku października 2008 r. CAC 40 znalazł się na poziomie 3 711 punktów odnotowując spadek akcji o 9.04%. Był to najniższy zanotowany wynik w historii paryskiej giełdy. Nic nie wskazywało na to, że sztorm, który od kilku tygodni siał spustoszenie wśród światowych finansów miałby się uspokoić. Akcje bankowe szorowały po dnie.

(AKA, WSA, KIA)

W wersji oryginalnej nagły i ostry kryzys na rynkach finansowych został zobrazowany przy użyciu słowa *tempête* 'burza'. W języku polskim jednak naturalniejszym wyborem leksykalnym byłoby określenie *tąpnięcie* lub *trzęsienie ziemi* (ewentualnie, od katastrofy w Fukushima, *tsunami*). Tłumaczenie dosłowne (T2A) zakłóca odbiór i narusza polską łączliwość leksykalną (*burza [...] pustoszy światowe finanse*). Również metafora sztormu (T2C i T2D) nie brzmi w tym kontekście naturalnie. Efekt obcości tekstu wzmacnia w powyższych przykładach również sposób przełożenia wyrażenia *violemment attaquées*, użytego w odniesieniu do akcji bankowych: w języku polskim nie powiemy, że *akcje są atakowane* lub *napastowane*. Warto natomiast odnotować, że pomimo błędów (niewłaściwy rejestr językowy) autorzy poszukują w swoich tłumaczeniach pewnej spójności metaforycznego obrazowania (*nurkowanie* i *sztorm* w T2C oraz *sztorm* i *szorować po dnie* w T2D).

Niewłaściwy sposób obrazowania sensu zawartego w tekście oryginalnym, a więc błąd językowy (i zarazem tłumaczeniowy) na poziomie metafory

potocznej, wynika tu z niewłaściwej rekonceptualizacji oryginalnego znaczenia (Lewandowska-Tomaszczyk, 2010), która jest niezbędna do uzyskania w tekście docelowym poprawnej ekwiwalencji.

3.3. Kulturomy pełniące funkcję informacyjną

Wyzwaniem dla tłumacza są również elementy tekstu specjalistycznego pełniące w oryginale funkcję informacyjną, ale jednocześnie będące przejawem typowego w danej kulturze sposobu określania pewnych realiów:

T3 « *Si Renault n'était pas sorti de cette participation, ses ventes se seraient effondrées localement et il aurait dû faire face à des pertes massives* », renchérit-on à Bercy.

(Renault cède AvtoVAZ pour un rouble et sort de Russie, lefigaro.
fr 16/05/22)

T3A „Gdyby grupa Renault nie wycofała swoich udziałów, jego sprzedaż lokalnie spadłaby i musiałaby ponieść ogromne straty”, dodaje Bercy.

(SKK)

T3B „Gdyby Renault nie wycofało się z tego udziału, jego lokalna sprzedaż załamałaby się i spółka poniosłaby ogromne straty” – ocenił Bercy.

(AML)

T3C „Gdyby Renault nie wycofało się z tego udziału, jego sprzedaż na rynku lokalnym spadłaby i musiałaby ponieść ogromne straty” – ocenia francuskie ministerstwo finansów Bercy.

(WSA)

T3D „Gdyby Renault nie wycofało się z tych udziałów, jego sprzedaż lokalnie załamałaby się i musiałaby ponieść ogromne straty” – ogłosiło Ministerstwo Finansów.

(AKA)

W tekście wyjściowym nazwa własna *Bercy* została użyta jako metonimiczna, potoczna nazwa francuskiego Ministerstwa Finansów. Określenie to funkcjonuje w społeczeństwie francuskim i jest automatycznie identyfikowane przez rodzimego czytelnika oryginalnego tekstu, może jednak przysporzyć problemów odbiorcy spoza francuskiego kręgu kulturowego. Spośród przytoczonych tłumaczeń T3D najskuteczniej zachowało funkcję informacyjną, choć na potrzeby polskiego odbiorcy należałoby dodać „francuskie Ministerstwo Finansów”. Z T3C powinno się usunąć element *Bercy*, inaczej tłumaczenie

wprowadza czytelnika w błąd, sugerując, że *Bercy* to właściwa nazwa Ministerstwa. Translat T3B jest niepoprawny, ponieważ na poziomie gramatycznym (*ocenił Bercy*) sugeruje, że *Bercy* to osoba, a nie miejsce. Translat T3A jest pozornie poprawny, bo zakłada, że toponim *Bercy* jest tak samo przejrzysty dla polskiego odbiorcy, jak np. Biały Dom, a tak z pewnością nie jest. Z punktu widzenia jasności przekazu tłumaczenie T3A nie jest adekwatne (potencjalne użycie metonimii – *Bercy* zamiast *Ministerstwo Finansów* – może nie być właściwie odczytane).

W przypadku tłumaczenia kulturemów kluczową kwestią jest ich właściwe odkodowanie, bez którego mogą one stać się źródłem nieporozumień i prowadzić do błędów w tłumaczeniu. W przekładzie poniżej (T4A) nazwa własna *Total* została potraktowana jak nazwa pospolita, czego skutkiem jest błąd rzeczowy, a sam fragment tekstu stał się niezrozumiały:

T4 Les cours du brut sont repassés sous la barre des 90 dollars. Conséquence : le secteur pétrolier et parapétrolier est particulièrement mal orienté à la clôture. Vallourec recule de 16,07% à 112,50 euros. **Total** perd 8,91% à 38,85 euros.

(Krach à la Bourse de Paris qui perd 9%, latribune.fr 06/10/08)

T4A Ceny ropy spadły poniżej 90 dolarów. W konsekwencji nastroje w sektorze ropy i usług naftowych są negatywne. Vallourec spadł o 16,07% do 112,50 euro. Łącznie stracił 8.91% do 38,85 euro.

(APA, JAN, ASN)

T4B Ceny ropy naftowej spadły poniżej 90 dolarów. W rezultacie sektor naftowy i paranaftowy jest szczególnie narażony na straty. Akcje francuskiego koncernu Vallourec specjalizującego się w produkcji tub spalinowych, części samochodowych oraz stali nierdzewnej spadły o 16,07% do 112,50 euro. Natomiast francuskie przedsiębiorstwo petrochemiczne **Total** straciło 8,91% do 38,85 euro.

(AGA, ZGK, SKK)

Pierwsze z przytoczonych tłumaczeń (T4A) obrazuje konsekwencje niewychwycenia kulturemu w tekście źródłowym i jest po prostu tłumaczeniem błędnym, zmieniającym sens przekazywanej informacji. Z kolei T4B ilustruje jeden ze sposobów radzenia sobie z kulturemami w tekstach specjalistycznych, w których zachowanie kluczowych elementów informacyjnych jest koniecznością. W omawianym tłumaczeniu zastosowano technikę objaśniania: dodano pewne informacje mające ułatwić czytelnikowi odbiór nieznanego mu elementów (nazwy własne firm). Pozostaje pytanie, czy wszystkie dodane wyjaśnienia są konieczne, zwłaszcza że na początku akapitu zapowiada się, iż w tekście chodzi o sektor naftowy. W przypadku

firmy Vallourec informacja o tym, że np. produkuje części samochodowe, nie jest w tym kontekście potrzebna. Z kolei doprecyzowanie, jakiego rodzaju przedsiębiorstwem jest francuski Total, jest poprawne, jednak informacja ta może wydawać się redundantna dla czytelnika prasy biznesowej, ponieważ chodzi o firmę powszechnie rozpoznawalną.

Konieczność rozwijania kompetencji kulturowych w procesie formowania tłumaczy pokazuje również kolejny fragment, w którym część studentów niewłaściwie odczytała kulturowo *le Losange* (fr. *losange* dosł. 'romb' – oficjalne logo firmy Renault):

T5 Un peu plus tard, le chef de la diplomatie ukrainienne a appelé au boycott mondial de Renault. Le constructeur, dont le conseil d'administration était réuni mercredi soir, a annoncé suspendre les activités de son usine à Moscou. La situation est loin d'être simple pour le groupe, qui réalise 12% de ses ventes en Russie. **Le Losange** avait déjà choisi de fermer son usine près de Moscou, qui emploie 1800 personnes.

(Renault suspend les activités de son usine à Moscou, lefigaro.fr 24/03/22)

T5A Nieco później szef ukraińskiej dyplomacji wezwał do ogólnoswiatowego bojkotu Renault. Producent, którego zarząd zebrał się w środę wieczorem, ogłosił zawieszenie działalności moskiewskiej fabryki. Sytuacja nie jest prosta dla grupy, która 12% swojej sprzedaży realizuje w Rosji. **Losange** już wcześniej zdecydował się na zamknięcie swojej fabryki pod Moskwą, w której zatrudnia 1800 osób.

(KTK, VAA)

T5B [...] **Grupa Losange**, do której należy marka Renault, już wcześniej podjęła decyzję o zamknięciu swojej fabryki pod Moskwą [...].

(SBR, LMK, IJA)

T5C [...] Sytuacja jest o tyle skomplikowana, że grupa Renault osiąga na rynku rosyjskim wysokie wyniki sprzedażowe, sięgające aż 12% wszystkich przychodów firmy. Mimo korzystnych wyników **zdecydowano** się na zamknięcie fabryki, zatrudniającej 1800 osób.

(WCN, ETA, EKZ)

Użycie leksemu *le Losange* jako metonimicznej nazwy firmy Renault jest w języku francuskim zupełnie naturalne i często spotykane w tekstach pisanych. Określenie to pisane jest wielką literą i poprzedzane rodzajnikiem określonym, co jest zgodne z zasadami języka francuskiego. Onim *le Losange* pełni tu funkcję dyferencyjną, służy do jednostkowej identyfikacji (Bogdanowicz, 2017: 15), ma więc jeden określony desygnat, który tłumacz musi właściwie odszyfrować, bazując na własnej wiedzy fachowej/

kulturowej. Pozostawienie tego określenia w wersji oryginalnej (tak jak w T5A) nie jest możliwe, gdyż jest ono nieczytelne dla polskiego odbiorcy. Translat T5B jest niepoprawny (*Grupa Losange, do której należy marka Renault*) i świadczy o błędnej interpretacji znaczenia diskutowanego tu kulturowemu. W tłumaczeniu T5C zastosowano pominięcie leksemu na rzecz formy bezosobowej (*zdecydowano się na*). Wartość informacyjna przekładu na tym zabiegu nie ucierpiała i można go uznać za poprawny, tj. przejrzysty z punktu widzenia odbiorcy. Warto jednak zauważyć, że usunięcie kulturowemu zubożyło tekst poznawczo, pozbawiając polskojęzycznego czytelnika możliwości zaznajomienia się z pewnymi faktami kulturowymi.

3.4. Uzus językowy jako kulturowym

Język potoczny jest tym z wariantów danego języka naturalnego, który najlepiej odzwierciedla utrwalony w nim, silnie motywowany kulturowo, obraz świata i perspektywę jego oglądu (Anusiewicz, Nieckula, 1992). Z tego względu to właśnie w sferze wypowiedzi potocznych najczęściej pojawiają się nacechowane kulturowo konstrukcje i wyrażenia leksykalne wymagające od tłumacza szczególnej uważności zarówno w procesie odbioru tekstu oryginalnego, jak i w trakcie jego przekładu.

W poniższych tłumaczeniach można zaobserwować kłopoty z właściwym odczytaniem kulturowemu *oultre-Pyrénées*, będącym potocznym określeniem Hiszpanii (fr. dosł. ‘za Pirenejami’). Konstrukcja ta jest ciekawa, ponieważ obrazuje zawartą w języku perspektywę poznawczą i wyraźnie wskazuje punkt widzenia, z jakiego opisywana jest w tekście rzeczywistość: z perspektywy Francji taka potoczna nazwa Hiszpanii jest logiczna i zrozumiała⁵. Jednocześnie przytoczone przykłady tłumaczeń omawianego kulturowemu dowodzą, jak trudnym zadaniem jest dostrzeżenie w tekście takich motywacji kulturowych:

T6 Selon les chiffres publiés mercredi par l’Institut national de la statistique (INE), 565.523 logements ont été vendus l’an dernier *oultre-Pyrénées*.

(L’immobilier espagnol est en ébullition, des ventes au plus haut depuis 2007, lefigaro.fr 08/03/22)

T6A Według danych opublikowanych w środę przez Urząd Statystyczny w Hiszpanii (INE), w ubiegłym roku *w Pirenejach* sprzedano 565 523 domy.

(AKA, KIA, WSA)

⁵ Nb. wyrażenia tego typu są powszechnie używane we francuskich tekstach; inne przykłady to *oultre-Manche* na oznaczenie Wielkiej Brytanii czy *oultre-Atlantique* na oznaczenie Ameryki Północnej, zwłaszcza USA.

T6B Według danych opublikowanych w środę (16 lutego 2022) przez Narodowy Instytut Statystyczny (INE), w ubiegłym roku **za Pirenejami** sprzedano 565 523 domów.

(ABS)

T6C Według danych opublikowanych przez Narodowy Instytut Statystyczny (INE) w ubiegłym roku **w Hiszpanii** sprzedano 565 523 domy.

(DBZ)

Przekład T6A jest niepoprawny, ponieważ w tekście oryginalnym jest mowa o mieszkaniach sprzedanych w Hiszpanii, a nie w Pirenejach. Wartość informacyjną zawartą w wyrażeniu *outré-Pyrénées* właściwie odczytał tłumacz T6C i jego wersję można uznać za poprawnie zmieniającą punkt widzenia wpisany w tłumaczony tekst⁶. Zaburzenie perspektywy deiktycznej pokazuje z kolei tłumaczenie T6B, w którym wyrażenie *outré-Pyrénées* zostało przetłumaczone dosłownie, z zachowaniem perspektywy mieszkańca Francji. W wersji polskiej określenie *za Pirenejami* brzmi zaskakująco i w sposób nieuzasadniony utrudnia zrozumienie informacji, co pokazuje, jak ważne jest zwracanie uwagi na perspektywę deiktyczną (czyli zakotwiczenie *hic et nunc* narzucone przez autora tekstu źródłowego) tłumaczonego tekstu oraz umiejętność rozróżnianie perspektywy odbiorcy tekstu wyjściowego od perspektywy odbiorcy tekstu docelowego.

Wyrażenia potoczne nie tylko obrazują perspektywę kulturowo-poznawczą danej zbiorowości, są również wyrazistym nośnikiem treści konotacyjnych i wartościowania otaczających tę zbiorowość realiów. Obie te właściwości potocznych nie pozostają obojętne w procesie ich przekładu, czego ilustracją są poniższe fragmenty:

T7 La monnaie européenne est toujours en repli face au **billet vert** : 1 euro vaut 1,3541 dollar.

(Krach à la Bourse de Paris qui perd 9%, latribune.fr 06/10/08)

T7A Europejska waluta wciąż traci w stosunku do **zielonego banknotu**: 1 euro jest warte 1,3541 dolara.

(AMA, KSA, DSK)

T7B Ogólny obraz katastrofy dopełnia fakt, że europejska waluta traci na wartości w stosunku do swojego **amerykańskiego kuzyna**: 1 euro jest warte obecnie 1,3541 dolara.

(IJA, SBR)

⁶ W omawianym przykładzie zastrzeżenie budzi natomiast nieuzasadnione zastąpienie wyrazu *mieszkania* na formę *domy*, zmieniające obrazowanie kulturowe i sens tekstu.

T7C Europejska waluta nadal traci na wartości **wobec amerykańskiej**: 1 euro jest warte 1,3541 dolara.

(KZN, ASA)

We francuskich tekstach biznesowych wyrażenie *billet vert* pojawia się jako potoczne określenie amerykańskiego dolara. Jego stosowanie jest powszechne i nie wprowadza szczególnego naddatku semantycznego, pozostając określeniem neutralnym. W przypadku polskiego wyrażenia *zielony banknot*, będącego dosłownym tłumaczeniem francuskiej konstrukcji, sytuacja jest zgoła inna. Wyrażenie to nie jest w powszechnym użyciu, przez co może być niezrozumiałe. Ponadto – ze względu na podobieństwo do popularnego w latach '80 XX wieku, silnie wartościującego i nacechowanego kulturowo określenia *zielone* ('amerykańskie dolary') – może uruchamiać w trakcie lektury ciągi konotacyjne, nieobecne w tekście oryginalnym. Z tego względu przekład T7A nie wydaje się trafiony, mimo że dalsza część zdania objaśnia, o jakiej walucie jest mowa. Znacznie ciekawsze rozwiązanie zaproponowane zostało w T7B, w którym tłumaczki właściwie odkodowały kulturowo i zaproponowały ekwiwalent o podobnym statusie w języku polskim. Forma *amerykański kuzyn* jest bowiem powszechna, stosunkowo neutralna i – mimo szerszego zakresu użycia – czytelna dla polskiego odbiorcy. Przykładem ilustrującym inne podejście do dostrzeżonego w tekście kulturowemu jest z kolei T7C, w którym *billet vert* zostało pominięte na skutek przeredagowania struktury tekstu docelowego.

Niezbędnym uzupełnieniem biegłej znajomości uzusu językowego wydaje się umiejętność odczytywania i stosowania właściwej (w danej sytuacji) konwencji językowej. Dobrą tego ilustracją są konwencje związane z tekstowymi realizacjami językowych modeli grzecznościowych, obowiązujących w określonych kręgach kulturowych:

T8 Oubliée la longue convalescence entamée au lendemain de la crise de 2008 : « *le marché résidentiel connaît depuis un an une période exceptionnelle* », souligne Sandra Daza, directrice générale de Gesvalt, un cabinet de conseil immobilier. [...]

« *Il faut rester prudents, mais on est pour l'instant loin d'une surchauffe* », assure Mme Daza.

(L'immobilier espagnol est en ébullition, des ventes au plus haut depuis 2007, lefigaro.fr 08/03/22)

T8A Zapomniano już o długim procesie konwalescencji rozpoczętej po kryzysie w 2008 roku. Sandra Daza, dyrektor generalna firmy Gesvalt, zajmującej się doradztwem w zakresie nieruchomości przyznaje, że „Rynek mieszkaniowy od roku przeżywa wyjątkowy okres”. [...]

„Musimy zachować ostrożność, ale na razie daleko nam do strat” – zapewnia Pani Daza.

(AGA, SKK)

W pierwszym akapicie T8 cytowana w tekście protagonistka przedstawiona została imieniem i nazwiskiem (*Sandra Daza*), a następnie określona za pomocą swojej funkcji zawodowej (*directrice générale de Gesvalt*), istotnej z punktu widzenia tematyki tekstu. W dalszej części natomiast pojawia się już tylko skrócona wersja personaliów cytowanej osoby (*Mme Daza*). Takie zastosowanie form adresatywnych jest zgodne z francuskim modelem grzeczności językowej i nie łamie konwencji. W T8A tłumaczki zastosowały te same formy, nie dostrzegając, że stosowanie form typu *Pani Daza* w oficjalnych sytuacjach, w których dana osoba pełni funkcję eksperta, jest niepoprawne i narusza polskojęzyczną konwencję grzecznościową (Marcjanik, 2007). W opisanym kontekście właściwe byłoby użycie tytułu zawodowego połączonego z nazwiskiem (*dyrektor Daza*) bądź też samego, pełnego tytułu (*dyrektor generalna Gesvaltu*). Nieznajomość uzusu językowego języka docelowego prowadzi w tym przypadku do przekładu o ironicznym, lekceważącym zabarwieniu, czego tłumacz powinien się wystrzegać, jeśli tekst wyjściowy takiego zabarwienia nie ma. Warto w tym miejscu dodać, że językowe formy grzecznościowe (zwłaszcza formy adresatywne), będące ważną i wszechobecną częścią kultury języka, są dla studentów wyjątkowo kłopotliwe zarówno na etapie poprawnego ich odkodowania, jak i w trakcie poszukiwania właściwego ekwiwalentu. Nieznajomość realiów kulturowych prowadzi zaś do „błędów kulturowych” (Paprocka, 2005: 425), skutkujących zniekształceniem sensu tłumaczonego tekstu.

4. Wnioski

Dostrzeganie motywacji kulturowych w tekstach specjalistycznych jest zadaniem trudnym, ponieważ w tekstach nieliterackich kulturemy zazwyczaj pełnią funkcję drugorzędną w stosunku do dominującej funkcji informacyjnej, przez co są trudniej dostrzegalne. Niemniej, jednak jak pokazuje powyższa analiza, ich obecność ma znaczący wpływ na optykę przedstawiania faktów w danym tekście. Z tego względu umiejętność dekodowania kulturemów powinna być jednym z celów kształcenia przyszłych tłumaczy, szczególnie istotne wydaje się zaś uwrażliwianie ich na takie kwestie, jak:

- konieczność respektowania norm gatunkowych obowiązujących w języku docelowym, a nie źródłowym;
- konieczność rekonceptualizacji metafor potocznych;

- konieczność zmiany perspektywy deiktycznej i dostosowanie jej do odbiorcy tekstu.

Choć – jak mogliśmy to zauważyć w pracach wykonanych przez studentów neofilologii – trudności z przekładem kulturomów wykraczają daleko poza sferę leksykalną, istotne jest również pogłębianie znajomości uzusu językowego, obowiązującego wśród użytkowników języka źródłowego. Warto dodać, że w przypadku omawianego typu kulturomów trudności z ich tłumaczeniem wynikają z braków na poziomie nie tylko kompetencji kulturowej, ale też wiedzy ogólnojęzykoznawczej, obejmującej informacje o naturze języka (relatywizmie językowo-kulturowym) i jego roli w społeczeństwie. Analizowane przykłady pokazują wyraźnie, że przekład jest działaniem na poziomie zarówno tekstu, jak i kultury.

BIBLIOGRAFIA

- Anusiewicz J., Nieckula F. (red.) (1992), *Język a kultura*, tom 5. *Potoczność w języku i kulturze*. Wrocław: Wydawnictwo Wiedza o Kulturze.
- Barańczak S. (1992), *Ocalone w tłumaczeniu: szkice o warsztacie tłumacza poezji z dodatkiem Małej antologii przekładów-problemów*. Kraków: Wydawnictwo „a5”.
- Bartmiński J. (red.) (1999), *Językowy obraz świata*. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Bartmiński J., Tokarski R. (1993), *Definicja semantyczna: czego i dla kogo?*, (w:) Bartmiński J., Tokarski R. (red.), *O definicjach i definiowaniu*. Lublin: Wydawnictwo UMCS, s. 47–61.
- Bogdanowicz E. (2017), *Konotacje nazw własnych (na materiale publicystyki prasowej)*. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.
- Hejwowski K. (2004), *Kognitywno-komunikacyjna teoria przekładu*. Warszawa: PWN.
- Jakobson R. (1960), *Poetyka w świetle językoznawstwa*. „Pamiętnik Literacki”, nr 51/2, 1960, s. 431–473.
- Lakoff G., Johnson M. (2010), *Metafory w naszym życiu*. Warszawa: Wydawnictwo Aletheia.
- Lewandowska-Tomaszczyk B. (2010), *Nowe spojrzenie na przekład: podobieństwo, granice ekwiwalencji i rekonceptualizacja*. „Lingwistyka Stosowana”, nr 3, s. 9–31.
- Marcjanik M. (2007), *Grzeczność w komunikacji językowej*. Warszawa: PWN.
- Paprocka N. (2005), *Problemy klasyfikacji błędów w przekładzie. Studenckie tłumaczenia tekstów użytkowych z francuskiego na polski*, (w:) Piotrowska M. (red.), *Język trzeciego tysiąclecia III. Konteksty przekładowe*. Kraków: Tertium, s. 417–428.
- Piotrowski S., Sadowska-Dobrowolska K. (2020), *Tłumaczenie pisemne na język polski: o spójności tekstu docelowego*. „Roczniki Humanistyczne”, t. LXVIII, s. 89–102.

- Płużyczka M. (2010), *Bezekwiwalentność a kontekst kulturowy*, (w:) Grucza S., Marchwiński A., Płużyczka M. (red.), *Translatoryka. Koncepcje – modele – analizy*. Warszawa: Uniwersytet Warszawski, s. 387–399.
- Shank R.C., Abelson R.P. (1977), *Scripts, Plans, Goals and Understanding. An Inquiry Into Human Knowledge Structures*. London: Routledge.
- Tabakowska E. (2010), *Wyznaczniki literackości w przekładzie tekstów „nie-literackich”*, (w:) Grucza S., Marchwiński A., Płużyczka M. (red.), *Translatoryka. Koncepcje – modele – analizy*. Warszawa: Uniwersytet Warszawski, s. 144–155.
- Tokarski R. (1988), *Konotacja jako składnik treści słowa*, (w:) Bartmiński J. (red.), *Konotacja*. Lublin: Wydawnictwo UMCS, s. 35–54.
- Tokarski R. (2001), *Słownictwo jako interpretacja świata*, (w:) Bartmiński J. (red.), *Współczesny język polski*. Lublin: Wydawnictwo UMCS, s. 343–370.
- Urbanek D. (2010), *Tłumaczenie jako komunikacja interkulturowa*, (w:) Grucza S., Marchwiński A., Płużyczka M. (red.), *Translatoryka. Koncepcje – modele – analizy*. Warszawa: Uniwersytet Warszawski, s. 156–163.
- Walasek H. (2004), *Polski język unijny (eurożargon) jako nowa odmiana języka polskiego*, (w:) Dąbrowska A. (red.), *Wrocławska dyskusja o języku polskim jako obcym*. Wrocław: Wydawnictwo WTN, s. 263–268.
- Wojtak M. (2004), *Gatunki prasowe*. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Zarzycka G. (2004), *Linguakultura – czym jest, jak ją badać i „otwierać”?*, (w:) Dąbrowska A. (red.), *Wrocławska dyskusja o języku polskim jako obcym*. Wrocław: Wydawnictwo WTN, s. 435–443.

Received: 01.10.2022

Revised: 11.12.2022