

Do you speak српски, бре?

Четвртак, 1. децембар 2016. године



Аутор слике: Дарко Новаковић

Аутор: Доц. др Ненад Томовић*

Енглески језик је одавно постао језик глобалне комуникације, па се као такав користи и код нас, тј. за комуникацију са странцима, али и у маркетиншке сврхе уколико његова употреба има утицаја на тзв. циљну популацију, или једноставно речено, на купце. Укратко, сасвим је очекивано да угоститељски или туристички објекат, мењачница, аеродром, аутобуска или железничка станица и слична места имају натписе на енглеском, јер је сасвим извесно да ће им међу посетиоцима бити и странци, док се у маркетингу енглески користи због тога што његова употреба за некога представља и статусни симбол. Наравно, није спорно да је коришћење енглеског језика често корисна, али при том је потребно водити рачуна о томе да оно што кажемо или напишемо буде тачно, прецизно и адекватно. У даљем тексту ћемо показати да то често и није случај.

За почетак ћемо навести један пример за неадекватну употребу енглеског језика у маркетингу. Један веома распрострањени ланац малопродајних објеката има занимљив рекламни пано – поред слике плавокосе девојке која вози бицикл са поврћем у корпи налази се неколико занимљивих натписа, као што су **proleće&go**, **prvi izlazak&go**, **odmor&go** и слично. Непознато је да ли је аутор ових слогана имитирао сличне слогане који можда имају смисла када се комбинују нека друга два језика, али је свакако сметнуо с ума да **енглески глагол go ('ићи, отићи')** има **исти облик као српски придев који се односи на особу без одеће**. Иако се на први поглед може претпоставити да су ови слогани намењени нудистима или егзибиционистима, очигледно да је неки 'стручњак' за маркетинг само хтео да буде **cool**. Овакав језички хибрид је свакако промашај – код купаца који не знају енглески изазива чуђење, а код оних који га знају може изазвати само подсмех.

Додуше, засмејавање публике није нова појава. Многе продавнице брзе хране које нуде роштиљ у називу садрже и енглеску реч **grill**, премда запуштени киоск у неком приградском насељу не може очекивати баш много страних гостију. На пример, један киоск на Новом Београду поред натписа **grill** понудио је и јеловник на енглеском, који по свој прилици неће привући ниједног странца. Пилећи батаци су преведени као **chicken buttocks**, што баш и није згодно, јер свако ко бар мало зна енглески би могао помислити да ће уместо батака добити нешто сасвим друго. Наиме, уколико на енглеском кажемо **buttocks**, говоримо о делу тела на коме се седи, док се батаци се у јеловницима најчешће називају **chicken legs**. Исти киоск, али и многи други угоститељски објекти, погрешно преводе и пилеће бело месо као **chicken white meat**. Иако на енглеском израз **white meat** може да се односи и на пилетину, он означава месо живине и рибе уопште, док се за пилеће бело месо обично користи израз **chicken breast**.

Јеловник једног ресторана нуди и мало граматике – у њему су наведене и поједине врсте речи. За прилоге је употребљена реч **adverbs**, која означава прилоге у језику, а не оне који се могу наћи на тањиру. Додуше, ово је већ стари пример, који је дуго присутан на друштвеним мрежама, а свакако заслужује да се нађе и у овом чланку.

Као још један смешан пример можемо навести и да једна бензинска пумпа у близини Врања нуди веома занимљиве друштвене активности за своје посетиоце. Тоалети на овој пумпи по свој прилици делују и као клубови, будући да имају чланове. На веома чудном натпису пише следеће: **We ask all members of toilets, when you lock the door 'one twist lock'**". Претпостављам да тоалети имају кориснике, а не чланове (**members of toilets**), док је остатак текста у натпису тешко протумачити. Натпис на српском, иако лоше сročен, открива тајну, јер на њему пише: "Молимо све кориснике **WC-а**, када закључавате врата, "једном окрени **бравицу**"", уз напомену да све грешке, укључујући и наводнике, дословно преносимо.

Осим оваквих грешака, које се углавном могу описати као смешне, постоје и неке друге које су мање уочљиве. Поједини ресторани који имају јеловник на српском и енглеском у енглеској верзији наводе називе јела као што су **Karadorđe Steak (Карађорђева шницла)**, **ćevapčićи** или **Leskovac Fritters (лесковачки уштипци)**. Формално гледано, ови преводи нису нетачни, могу се наћи у текстовима које су писали изворни говорници енглеског језика, али са практичног становишта, нешто им ипак недостаје. Наиме, циљ превођења јесте да се порука пренесе на разумљив начин, а у том процесу се мора узети у обзир и читалац превода.

Да би читалац јеловника схватио шта ће заправо добити, корисно је ставити у заградама и описни превод који би бар садржао основне састојке поменутог јела, нарочито уколико је мало вероватно да ће оно бити познато некоме ко се први пут среће са специјалитетима неке националне кухиње.

Наравно, многи озбиљни ресторани имају ваљано преведене јеловнике, али је и на овакве грешке понекад потребно указати.

Осим релативно безазлених грешака у јеловницима и смешних рекламних слогана, некада се и озбиљнији јавни натписи лоше преводе, а неки су и потпуно неразумљиви. У једном познатом београдском тржном центру може се видети и упутство за поступање у случају пожара, које дословно преведено са енглеског гласи отприлике овако: „У случају пожара... пожарни аларм-притискање на ручним пожарним алармима” (In case of fire... fire alarm-clicking on manual fire alarms). Судећи према српској верзији упутства, потребно је само притиснути тастер на тзв. ручном јављачу уколико избије пожар.

Иако наслов чланка благо асоцира на чувену изреку да треба говорити српски како би нас цео свет разумео, понекад је потребно владати и енглеским не би ли се то и остварило. Учење језика је дуг и мукотрпан посао, а познавање основних граматичких конструкција и неколико хиљада речи није довољно да би се језиком и овладало. У супротном, такав „познавалац” језика се ослања на оно што у науци називамо међујезиком – својеврсним системом сачињеном од два језика, који није увек довољан за комуникацију.

**Филолошки факултет Универзитета у Београду, Катедра за англистику*

Извор: Политика