



You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice

Title: Dokumenty konsumenckie : wyzwanie dla użytkownika i tłumacza

Author: Ilona Delekta

Citation style: Delekta Ilona. (2017). Dokumenty konsumenckie : wyzwanie dla użytkownika i tłumacza. W: J. Lubocha-Kruglik, O. Małyś (red.), „Przestrzenie przekładu T. 2”. (S. 287-297). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.



Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach - Licencja ta pozwala na kopiowanie, zmienianie, rozprowadzanie, przedstawianie i wykonywanie utworu tak długo, jak tylko na utwory zależne będzie udzielana taka sama licencja.

Ilona Delekta

Uniwersytet Śląski w Katowicach

Dokumenty konsumenckie – wyzwanie dla użytkownika i tłumacza

Wprowadzenie

Niniejszy artykuł jest poświęcony wybranym dokumentom konsumenckim i ich tłumaczeniom, a także problemom, jakie napotyka tłumacz i przeciętny konsument podejmujący próbę ich interpretacji. Z dokumentów konsumenckich korzystają zarówno osoby prywatne, jak i firmy, organizacje czy instytucje. Podjęta tu próba analizy tych tekstów koncentruje się na kilku aspektach wpływających na jakość i czytelność tekstu konsumenckiego, z którym stykają się tłumacz i konsument.

Artykuł rozpoczyna się od definicji dokumentów konsumenckich, następnie podjęta zostaje próba określenia tego, kto jest autorem takich dokumentów oraz przez kogo są one tłumaczone. Potem skupiono się na odbiorcy tych dokumentów i spróbowano ustalić, kim jest przeciętny konsument. W kolejnej części artykułu omówione są niektóre dokumenty konsumenckie. Wskazane zostają też konkretne problemy napotykane podczas tłumaczenia gwarancji konsumenckich, instrukcji, opisów produktów i etykiet zamieszczanych na produktach. W toku analizy podjęto próbę sformułowania wytycznych przydatnych przy tworzeniu i tłumaczeniu tego typu dokumentów. Pozwoliłoby to na wyeliminowanie lub przynajmniej zredukowanie błędów i niejasności, które powodują, że dokumenty te są często nieprzyjazne dla konsumenta.

Materiał egzemplifikacyjny stanowią tłumaczenia z języka polskiego na język angielski i odwrotnie; rozważania zostały zilustrowane przykładami zaczerpniętymi z oryginalnych dokumentów konsumenckich. Przedstawiono tu

również wyniki statystyczne pochodzące z programu English Profile Project¹ oraz dane uzyskane w badaniach własnych.

Dokumenty konsumenckie

Dokumenty konsumenckie to termin, który stworzyłam na potrzeby swoich badań. Odnosi się on do różnego rodzaju dokumentów pisanych, z którymi styka się konsument przed nabyciem produktu, w momencie jego kupna, podczas jego użytkowania i w postępowaniu reklamacyjnym. Obejmują one m.in.: reklamy produktów, instrukcje, gwarancje, etykiety oraz dodatkowe informacje umieszczone na produktach. W związku z dynamicznym rozwojem Internetu i handlu *on-line* teksty tego typu pojawiają się również w wersji elektronicznej. Według danych statystycznych Eurostatu² w 2013 r. 6 na 10 użytkowników Internetu w Unii Europejskiej robiło zakupy *on-line*. Transgraniczny handel *on-line* z kolei stworzył zapotrzebowanie na następne dokumenty dla konsumentów krajowych i zagranicznych, w szczególności zaś na stronach internetowych e-sklepów. Poradnik *E-commerce Polska: Handel transgraniczny*³ zwraca uwagę na konieczność właściwego przygotowania e-sklepu do działalności, zwłaszcza pod kątem językowym. „Przetłumaczyć należy nie tylko opisy produktów i zakładki na stronie, ale także regulamin i ścieżkę płatności. Ważne jest również zapewnienie sprawnej komunikacji w języku klienta, na wypadek, np. zgłoszenia przez niego reklamacji”. Inne dokumenty, które też wymagają tłumaczenia, to: warunki dostawy i płatności, polityka zwrotów, polityka prywatności, powiadomienia mailowe, teksty dotyczące promocji, a także teksty pomocy *on-line*. Z pewnością nie zostały tu wyliczone wszystkie typy tekstów, z którymi styka się konsument robiący zakupy za granicą, ponieważ wraz z rozwojem handlu internetowego wzrasta liczba dokumentów z nim związanych.

Wymienione dokumenty pełnią dwie zasadnicze funkcje: informacyjną i perswazyjną. Informacja dotyczy czasu przed zakupem i po zakupie produktu przez konsumenta, prezentuje produkt, jego specyfikację techniczną, opis działania i obsługi czy użytkowania. Ponadto dostarcza konsumentowi-użytkownikowi danych o procedurach związanych z ewentualnym postępowaniem reklamacyjnym w przypadku towaru wadliwego i o usługach posprzedażnych (serwi-

¹ Szczegółowy opis projektu znajduje się na stronie: <http://www.englishprofile.org> [dostęp: 28.11.2016].

² http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Archive:Internet_use_statistics_-_individuals [dostęp: 27.11.2016].

³ http://www.ecommercepolska.pl/files/1714/7496/9053/Poradnik-E-Commerce-Handel_Transgraniczny__last.pdf [dostęp: 20.11.2016].

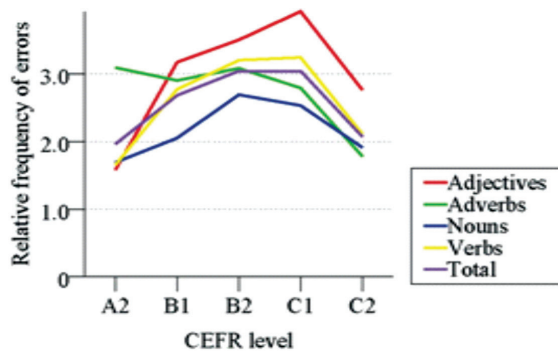
sowanie, konserwacja towarów po okresie gwarancji, sprzedaż dodatkowego wyposażenia lub części zamiennych). Aspekt perswazyjny natomiast odnosi się jedynie do etapu związanego z wyborem i zakupem produktu, ma przekonać potencjalnego klienta do zakupu dzięki przedstawieniu zalet towaru czy wskazaniu jego wyjątkowości. Jeśli jednak pojawiają się błędy, dokument taki może przynieść skutek odwrotny do zamierzonego, np. wtedy, kiedy w specyfikacjach pojawiają się błędy wynikające z niewłaściwej interpunkcji (użycie kropki i przecinka w cyfrach w konfrontowanych językach). W zapisie ułamków dziesiętnych w polskich tekstach używa się przecinków, w angielskim zaś stosuje się kropki; przecinki w zapisie angielskim są często używane, aby oznaczyć liczby czterocyfrowe i większe, tak więc 1,455 i 1.455 w wersji polskiej i angielskiej odnoszą się do dwóch różnych liczb. W tłumaczeniu błędny zapis liczby odnoszący się do parametrów technicznych w przypadku urządzeń elektronicznych, np. zastosowania niewłaściwej części zamiennej, może być przyczyną ich nieprawidłowego użytkowania, spowodować ich uszkodzenie czy nawet wypadek. Prawidłowe podanie parametrów cyfrowych ma także istotne znaczenie w różnych dziedzinach, operujących tego typu danymi, m.in. w produkcji, finansach, handlu, bankowości, medycynie, budownictwie, transporcie. Błędny zapis może mieć poważne konsekwencje dla bezpieczeństwa, życia, zdrowia czy finansów.

Autor czy tłumacz?

Trudno dokładnie ustalić, kto tłumaczy dokumenty konsumenckie. W niniejszych badaniach analizowane są głównie dokumenty dotyczące towarów sprzedawanych w Polsce i na terytorium Unii Europejskiej. Ich przekłady wykonuje z reguły profesjonalny tłumacz albo, coraz częściej, posługujący się językiem angielskim ekspert z danej dziedziny. W Polsce jest to najczęściej osoba ze znajomością języka angielskiego na poziomie B2 (według kryteriów CEFR) – ten poziom biegłości językowej osiągają absolwenci uczelni niefilologicznych, w przypadku szkół średnich jest to poziom pośredni między B1 a B2. Ma to istotny wpływ na jakość tłumaczeń. Typy błędów popełnianych na konkretnych poziomach zostały szczegółowo przeanalizowane przez badaczy z Uniwersytetu w Cambridge na podstawie materiału pisemnego pochodzącego z wielu krajów. Przy analizie tej uwzględniono również inny czynnik, a mianowicie – pierwszy język użytkownika, inny jednak niż angielski. Za pomocą zaawansowanego oprogramowania badaniu poddano olbrzymi korpus (Cambridge Learner Corpus) zebranych tekstów, pisanych przez uczestników Projektu EPP⁴ na ca-

⁴ English Profile to międzynarodowy program badawczy i dynamicznie rozwijająca się społeczność złożona z naukowców, językoznawców korpusowych, osób testujących założenia

łym świecie, i wskazano na typowe błędy leksykalno-gramatyczne popełniane na danym poziomie. Wykres 1⁵ przedstawia wyniki dotyczące częstotliwości występowania błędów leksykalnych w języku angielskim, popełnianych przez użytkowników różnych języków (np. polskiego, rosyjskiego, hiszpańskiego, hindi, japońskiego, tureckiego, arabskiego). Zestawiono i porównano teksty przygotowane przez osoby niebędące nosicielami języka z pochodzącymi z Brytyjskiego Korpusu Narodowego (British National Corpus), zawierającego teksty w brytyjskiej odmianie języka angielskiego (British English), którą posługują się rodzimi użytkownicy tego języka. Błędy analizowano pod kątem liczby pomyłek popełnianych w odniesieniu do poszczególnych części mowy.



Wykres 1. Częstotliwość występowania błędów leksykalnych popełnianych na poziomach biegłości językowej od A2 do C2 (*noun* – rzeczownik, *verb* – czasownik, *adjective* – przymiotnik, *adverb* – przysłówce).

projektu, ministerstw oświaty, a także specjalistów z innych dziedzin zajmujących się językiem. Założycielami programu były: Cambridge University Press, University of Cambridge, British Council, Cambridge English Language Assessment, University of Bedfordshire. Do programu należą również jego partnerzy w wielu krajach – głównie uczelnie i instytucje związane z nauczaniem języków obcych, w tym Instytut Filologii Wschodniosłowiańskiej na Uniwersytecie Śląskim jako jedna z dwóch instytucji w Polsce. Program EP miał swój znaczący wkład w stworzeniu przez Radę Europy sześciostopniowego Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego (CEFR). Natomiast Projekt EPP (English Profile Project) zajął się zbadaniem i opisaniem umiejętności językowych (mówienia i pisanie) na różnych poziomach biegłości zaawansowania w różnych krajach świata. Dzięki partnerom programu zgromadzono duży korpus języka mówionego i pisanego, który poprzez zastosowanie zaawansowanych narzędzi komputerowych do badania korpusów językowych szczegółowo przeanalizowano i opisano. Otrzymane wyniki mogą w dużym stopniu pomóc w opracowaniu m.in. programów nauczania, pisaniu podręczników, a także we wskazaniu podobieństw, różnic i problemów związanych z nauczaniem języka angielskiego w różnych krajach. Więcej informacji o projekcie można znaleźć na stronie internetowej <http://www.englishprofile.org> [dostęp: 28.11.2016].

⁵ UCLES-RCEAL Funded Research Projects, PROJECT 1. The Cambridge Learner Corpus (CLC) Project Professor John Hawkins, overall PI (we współpracy z Prof. Ted Briscoe i ILEXIR). Por. http://www.englishprofile.org/images/pdf/ucles_rceal_projects.pdf [dostęp: 28.11.2016].

Wykres wyraźnie wskazuje na znaczną liczbę błędów popełnianych na poziomie biegłości B2 – C1, na którym znajdują się autorzy omawianych tekstów oraz osoby tłumaczące te dokumenty na język angielski. Analiza nie wykazała istotnego wpływu pierwszego języka na typy błędów, ukazała jednak istnienie podobnych tendencji w odniesieniu do różnych języków. Był to tylko jeden z aspektów przeprowadzonych badań. Ponadto przeanalizowano szczegółowo inne typy błędów i czynniki, które mogą je powodować. Wyniki badań mogą się okazać istotne przy opracowaniu wytycznych dla osób zajmujących się sporządzaniem i tłumaczeniem dokumentów. Dzięki zgromadzonemu korpusowi i jego szczegółowemu opisowi można opracować materiały dydaktyczne do nauczania tłumaczenia.

Kolejny problem, na który warto zwrócić uwagę, wynika z faktu, że dokumenty, które otrzymuje tłumacz, nie są oryginalnym tekstem przygotowanym przez producenta/sprzedawcę. Są to najczęściej już tłumaczenia, co może wpływać na poprawność bądź jej brak – w przypadku tekstów źle przetłumaczonych.

W wielu korporacjach międzynarodowych w Polsce i innych krajach Unii Europejskiej językiem komunikacji pisemnej i ustnej jest język angielski. W takim przypadku może pojawić się pytanie – czy Polak piszący np. instrukcje po angielsku jest ich autorem czy tłumaczem, skoro nie dysponuje tekstem wyjściowym. Kolejny problem wynika z tego, że przekładany tekst sam jest już tekstem wtórnym, przetłumaczonym i jako taki może być potencjalnym źródłem błędów w sytuacji, gdy błędy pierwszego przekładu są powielane w kolejnych.

Odbiorca tekstów konsumenckich

Według definicji Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumenta *konsument* to „osoba fizyczna dokonująca z przedsiębiorcą czynności prawnej (np. poprzez zawarcie umowy) niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową”⁶. Natomiast to, kim jest przeciętny konsument, określa ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, odzwierciedlająca ustawodawstwo unijne. Zgodnie z tym dokumentem przeciętny konsument „jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak

⁶ K. LEHMANN: *Vademecum konsumenta*. Warszawa 2014, s. 6.

wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa”⁷. Definicja, choć precyzyjna, nieszczególnie ułatwia jej właściwe zrozumienie właśnie przeciętnemu konsumentowi. Natomiast organizacje konsumenckie wyjaśniają m.in. w ulotkach czy na stronach internetowych, że chodzi o przeciętnego przedstawiciela danej grupy konsumenckiej, do której adresowany jest dany produkt, czyli np. nastolatka kupującego grę komputerową.

W dalszej części artykułu bardziej szczegółowo przedstawiono niektóre dokumenty konsumenckie, z którymi często styka się przeciętny konsument.

Gwarancja

Gwarancja, zwana również dokumentem gwarancyjnym, jest jednym z najstarszych i powszechnie znanych dokumentów. Istnieją różne jej rodzaje, np. gwarancje rządowe czy bankowe. Niniejszy artykuł i prowadzone przeze mnie badania poświęcone są gwarancji konsumenckiej odnoszącej się do towarów (produktów) konsumpcyjnych, czyli rzeczy ruchomych podlegających sprzedaży (np. sprzęt komputerowy, sprzęt AGD) i niewykorzystywanych do działalności komercyjnej. Gwarancja to zapewnienie producenta bądź sprzedawcy określające prawa i obowiązki gwaranta w przypadku, gdy zakupiony towar okaże się wadliwy. Może ono zostać utrwalone na papierze lub na innym trwałym nośniku. Co ciekawe, oświadczenie takie może zostać złożone w reklamie⁸, producent bądź sprzedawca nie ma obowiązku jego udzielania, jest ono składane dobrowolnie i nie wymaga formy pisemnej.

W ramach swoich badań przeanalizowałam około 100 gwarancji dla urządzeń elektronicznych używanych w gospodarstwie domowym przeciętnego konsumenta (m.in. komputer, telefon komórkowy, pralka). Na ich podstawie stwierdzić można, że w wielu przypadkach gwarancja nie jest dokumentem szczególnie przyjaznym dla kupującego. Nie istnieje jeden standard czy precyzyjne wytyczne określające to, co powinna zawierać gwarancja i jaka powinna być jej struktura. Art. 577 Kodeksu cywilnego wskazuje, że gwarancja powinna być sformułowana w sposób jasny, zrozumiały.

Analizowane gwarancje w języku angielskim są dość zróżnicowane, jeśli chodzi o objętość. Spotykamy wśród nich takie, które są bardzo krótkie – składają się z jednego ogólnego zdania, inne zaś są o wiele bardziej obszerne (ponad 1600 wyrazów). Trudności w ich właściwym zrozumieniu może powodować

⁷ Art. 2 pkt 8 Ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2007 r., nr 171, poz. 1206).

⁸ Zgodnie z art. 13 ust. 1 Ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej z dnia 27 lipca 2002 r.

język, jakim są napisane, ponieważ jest on mieszaniną języka technicznego, prawniczego i okołoprawnego. Dotyczy to zwłaszcza tych części, które są poświęcone wyłączeniom reklamacji (dwa najdłuższe zdania dotyczące wyłączeń liczą odpowiednio 145 i 129 słów, a przeciętna liczba wyrazów w tej sekcji wynosi 60–70).

Zilustrujmy to przykładem z części dotyczącej wykluczenia (z gwarancji procesora komputerowego):

Intel warrants to the purchaser of the Product (defined herein as the boxed Intel processor and the accompanying thermal solution) in its original sealed packaging („Original Purchaser”) and to the purchaser of a computer system built by an Original Purchaser containing the Product („Original System Customer”) as follows: if the Product is properly used and installed, it will be free from defects in material and workmanship, and will substantially conform to Intel’s publicly available specifications for a period of three (3) years beginning on the date the Product was purchased in its original sealed packaging in the case of an Original Purchaser, and for a period of three (3) years beginning on the date of purchase of a computer system containing the Product for an Original System Customer. (129 słów)

Jest to zdanie poprawnie sformułowane, ponadto uwzględnia ono uregulowania prawne dotyczące produktu (komputera). Niestety jednak jego struktura jest dość skomplikowana – to zdanie wielokrotnie złożone. Taka konstrukcja i niejasna, niejednoznaczna terminologia uniemożliwia np. ustalenie:

- a) czy Original Purchaser i Original System Customer to ta sama osoba (konsument);
- b) do czego odnosi się okres 3 lat kilkakrotnie wymieniony w zdaniu – kiedy się kończy, kiedy się zaczyna.

Ponadto niektóre fragmenty zawierają skomplikowane sformułowania (*will substantially conform to Intel’s publicly available specifications*), które można uprościć i napisać, że produkt *będzie zgodny ze specyfikacjami*. Kolejny problem może wynikać z użycia sformułowania *is properly used and installed* (jest właściwie użytkowany i zainstalowany), ponieważ nie każdy użytkownik wie dokładnie, czy te czynności wykonuje w należyty sposób, jeśli nie otrzyma dodatkowych instrukcji czy informacji na temat tego, co jest w tym przypadku właściwe. W wypadku stwierdzenia niewłaściwego użytkowania produktu można nie uznać reklamacji. Dodatkową trudnością dla konsumenta może być to, że w dokumentach gwarancyjnych występują również wyrazy obcego pochodzenia (*in lieu*, terminy łacińskie) oraz formuły i leksyka typowe dla stylu oficjalno-urzędowego lub języka specjalistycznego – prawnego i prawniczego (*merchantability, consequential, hereby*).

Na podstawie zgromadzonego materiału badawczego można stwierdzić, że fragmenty dokumentów dotyczące wykluczenia odpowiedzialności gwaranta

są bardzo trudne do zrozumienia. Gwarancje, które zgromadziłam, postanowiłam przetestować także za pomocą 7 testów czytelności (Flesch Reading Ease, Gunning Fog, Flesch-Kincaid Grade Level, Coleman-Liau Index, SMOG Index, Automated Readability Index, Linsear Grade Formula)⁹. W przypadku języka angielskiego testy takie są często stosowane, aby określić poziom trudności danego tekstu, np. instrukcji, ulotki dla pacjenta na temat leku, tekstów urzędowych (dotyczących np. ubezpieczeń, świadczeń zdrowotnych) czy stron internetowych wielu instytucji. Dla poszczególnych typów tekstu zalecane są określone wskaźniki czytelności w zależności od tego, kto jest potencjalnym odbiorcą. Przykładowo, test Linsear Grade Formula jest używany przez siły powietrzne Stanów Zjednoczonych, aby sprawdzić czytelność tekstów instrukcji. Obecnie istnieje ponad 200 różnych testów.

Analiza zgromadzonych tekstów dokumentów gwarancyjnych za pomocą testów czytelności wykazała, że są one zrozumiałe dla osób z wykształceniem minimum licencjackim. Wykorzystanie tych samych testów dla przytoczonego zdania pokazało, że jest ono bardzo trudne albo prawie całkowicie niezrozumiałe, a co za tym idzie – (prawie) niemożliwe do przetłumaczenia. Za pomocą testów można policzyć sylaby w wyrazach, wyrazy w zdaniu i w tekście, liczbę długich wyrazów (trzy sylabowe i dłuższe uważane są za trudne), nasycenie leksykalne (*lexical density*). Nie weryfikują one natomiast poprawności językowej, spójności i logiki tekstu. Nie mogą być więc jedynym narzędziem do oceny trudności tekstu, mogą jedynie ten proces wspomagać. W przypadku języka angielskiego są wykorzystywane już od kilkudziesięciu lat i mimo wspomnianych zastrzeżeń można stwierdzić, że się sprawdziły.

Opisy produktu

Opisy produktu najczęściej zamieszczane są na opakowaniu towaru, w ulotkach reklamowych czy na stronach internetowych producenta lub sprzedawcy. Nieudolne tłumaczenie może zniechęcić potencjalnego nabywcę do zakupu. W ulotce znanego polskiego producenta urządzeń gospodarstwa domowego, przetłumaczonej na język angielski, odnotowaliśmy kilkanaście poważnych błędów. Są to typowe błędy występujące w tłumaczeniach z języka polskiego na angielski, dlatego zostaną tu przedstawione w charakterze przykładu. Dezinformować konsumenta mogą nawet pojedyncze literówki (wyrazy: *drim* zamiast *drum*, *bouled* zamiast *boiled*, *fruid* zamiast *fruit*), ponieważ takie wy-

⁹ Więcej informacji na temat wymienionych testów można znaleźć na stronie internetowej: <http://www.readabilityformulas.com/free-readability-formula-tests.php> [dostęp: 20.11.2016].

razy nie istnieją. W ulotce spotykamy też leksemy podobne do istniejących, ale niewłaściwie użyte, np. *you're servicing your family* – powinno tu wystąpić słowo *serve* ('serwować, podawać'). Z przytoczonego fragmentu wynika, że rodzina będzie serwisowana, a nie, że zostaną podane potrawy. Pojawiają się tu również przykłady **Ponglish** (*Polish English*), z którym mamy do czynienia wtedy, kiedy Polak tworzy nowe angielskie terminy – np. *potato cakes* zamiast *potato pancakes* ('placki ziemniaczane'), *climatisation* zamiast *air conditioning* – przez tłumaczenie słowo w słowo (możliwe, że za pomocą translatora lub aplikacji do tłumaczenia). Występują też błędy w specyfikacjach technicznych, np. w wartościach liczbowych z uwagi na niewłaściwe użycie kropki i przecinka, o czym mówiono już wcześniej. Zrozumienie mogą także utrudniać błędy interpunkcyjne, które obserwujemy np. w zdaniach: *Perfect for making raw vegetable salads. Beetroot and horseradish salad*, w których zbędna kropka i niewłaściwie użyta wielka litera wprowadzają w błąd. Podobne zjawisko obserwujemy w kolejnym przykładzie – *Perfect for cutting vegetables for: soups, salads, carrots, boiled eggs* – użycie dwukropka w złym miejscu znaczy, że urządzenie nadaje się do krojenia warzyw do jajek. Odnajdujemy tu również inne błędy, m.in.: gramatyczne, stosowanie niewłaściwych rejestrów i kolokacji. Jednakże takie błędy nie zakłócają komunikacji i tekst dokumentu jest w miarę zrozumiały dla odbiorcy.

Inny problem może stanowić terminologia tworzona wyłącznie na potrzeby sprzedaży danego produktu. I tak np. producent kuchenek gazowych (prawdopodobnie niebędący rodzimym użytkownikiem języka angielskiego) przy wyliczaniu ich zalet wymienia *long fingers* czy *flower burners* – terminy, których próżno szukać w słownikach technicznych. Oglądając zdjęcie kuchenki, odbiorca może się jedynie domyślać, że w pierwszym przypadku chodzi o element rusztu, na którym umieszczamy garnek w czasie gotowania. *Flower burners* odnosi się zaś do palników – możemy przypuszczać, że gdy się palą, kojarzą się autorowi z kwiatami. Przykładem takiego wymyślonego polskiego wyrazu jest *cytrusiarka* (na stronie sklepu internetowego) – zamiast tego mogłaby być użyta już istniejąca nazwa *wyciskarka do cytrusów*.

Etykiety na produktach (żywność, kosmetyki)

Etykiety na produktach stanowią niemałe wyzwanie, zwłaszcza dla konsumenta. W tłumaczeniu na język polski czy angielski pewne informacje są pomijane, co można dostrzec, konfrontując oryginalny tekst z jego tłumaczeniem zamieszczonym na opakowaniu (np. brak informacji na odżywcze czy maseczce, że należy ją spłukać). Opuszczenie partii tekstu może wynikać z nieuwagi lub

niedostatecznej wiedzy tłumacza, ale może też być elementem nieuczciwej praktyki handlowej. Przykładem takiego opuszczenia jest następujące tłumaczenie: 1. *Use by*; 2. *Best before* (1. Najlepiej spożyć do + data; 2. Najlepiej spożyć przed/przed końcem + data). Pierwszy termin odnosi się do terminu przydatności do spożycia, drugi natomiast do okresu minimalnej trwałości. Czasami na produkcie pojawia się sama data albo fraza *termin przydatności do spożycia*. Precyzyjna informacja ma tu duże znaczenie, ponieważ w pierwszym przypadku tak oznakowane są towary o krótkiej trwałości (np. owoce, mięso, dania gotowe), których spożycie po terminie ważności może powodować zatrucie pokarmowe. W drugim przypadku produkty nadają się jeszcze do konsumpcji, co najwyżej tracą niektóre walory smakowe czy zapachowe, nie powodując jednak problemów zdrowotnych.

Podsumowując, należy podkreślić, że w artykule omówiono jedynie wybrane problemy napotymane przez tłumacza i konsumenta. Ich rozwiązanie wymagałoby lepszego przygotowania językowego i translatorycznego osób tłumaczących te dokumenty, ale też pewnej wiedzy merytorycznej odnośnie do przedmiotu tłumaczenia. Konieczne byłoby również opracowanie bardziej precyzyjnych wytycznych oraz materiałów wskazujących na problematyczne kwestie i sposoby ich rozwiązania. Byłyby one cennym wsparciem dla tłumacza.

Ponadto warto zauważyć, że obecnie konsument jest coraz lepiej chroniony przez prawo, zarówno polskie, jak i unijne. Może także liczyć na wsparcie organizacji konsumenckich, które organizują działania edukacyjne dla różnych grup konsumenckich i wspierają je w przypadku roszczeń związanych z postępowaniem reklamacyjnym. Niemniej jednak, zarówno konsument, jak i tłumacz muszą być dostatecznie dobrze poinformowani, ale też uważni i ostrożni.

Илона Делекта

Потребительские документы – вызов для пользователя и переводчика

Резюме

Настоящая статья посвящена избранным потребительским документам и их переводам, а также проблемам, с которыми сталкивается как переводчик, так и средний потребитель, предпринимая попытку их соответствующей интерпретации. Выявлено, к какому типу текста принадлежат эти документы, а также кем являются их отправитель и адресат. На основании собранного исследовательского материала были описаны некоторые языковые и внеязыковые аспекты, которые влияют на их декодирование переводчиком и потребителем-пользователем. Ненадлежащим образом написанный и переведенный потребительский текст может иметь серьезные юридические, финансовые и другие последствия для потребителя, производителя или продавца.

Ilona Delekta

Consumer documents – a challenge for a consumer and a translator

Summary

The article is devoted to selected consumer documents and their translations as well as the problems encountered by a translator and an average consumer making an attempt at their correct interpretation. At first the article defines consumer documents, and an average consumer and who is their author or translator. On the basis of the collected research material the author indicated some linguistic and non-linguistic aspects affecting their correct interpretation by a translator and a consumer. Incorrectly drafted or translated consumer text can result in serious legal, financial, health or other consequences, both for a consumer or a manufacturer or seller.