

U malu je uša đava: prijevod kulturema na ruski jezik

Zrilić, Ana

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:322027>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-02**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

Sveučilište u Zadru

Odjel za rusistiku

Sveučilišni diplomski studij

Ruski jezik i književnost; smjer: prevoditeljski



Ana Zrilić

**U malu je uša đava: prijevod kulturema na ruski
jezik**

Diplomski rad

Zadar, 2024.

Sveučilište u Zadru
Odjel za rusistiku
Sveučilišni diplomski studij
Ruski jezik i književnost; smjer: prevoditeljski

U malu je uša đava: prijevod kulturema na ruski jezik

Diplomski rad

Student/ica:
Ana Zrilić

Mentor/ica:
prof. dr. sc. Rafaela Božić

Komentor/ica:
dr. sc. Antonia Pintarić

Zadar, 2024.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Ana Zrilić**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **U malu je uša dava: prijevod kulturema na ruski jezik** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 26. veljače 2024.

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Prijevod i razvoj prijevoda	3
3. Književno prevođenje	8
4. Kultura	10
4.1. Kultura i jezik	12
4.2. Interkulturni aspekt prevođenja	14
4.3. Lingvokulturologija	16
4.4. Prijevod (lingvo)kulturema	18
5. Tisja Kljaković Braić: <i>U malu je uša đava</i>	20
5.1. Karakterističnost knjige <i>U malu je uša đava</i>	21
6. Prijevod kulturema pronađenih u knjizi <i>U malu je uša đava</i>	23
6.1. Hrana i piće	23
6.2. Jugoslavija	28
6.2.1. Marke	28
6.2.2. Fusnote	32
7. Zaključak	40
8. Literatura	42
9. Sažetak	44
10. Резюме	45
11. Abstract	46

1. Uvod

Disciplina prevođenja ima dugu i bogatu povijest koja seže tisućama godina unatrag. Njezin razvoj može se pratiti sve do razvoja sustava pisanja i potrebe za komunikacijom na različitim jezicima. Drevne civilizacije, poput onih u Mezopotamiji i Egiptu, koristile su prijevod kao glavni izvor komunikacije među narodima. Ovakav način komunikacije bio je prijeko potreban zbog različitih vjerskih, trgovinskih i diplomatskih potreba. Nadalje, kako su bili okruženi drugim narodima i jezicima, narodi ovih civilizacija bili su izloženi različitim kulturama pa su stoga prevoditelji igrali važnu ulogu u prenošenju kako administrativnih tako i kulturnih informacija.

Kultura može uključivati mnogo toga, od odjeće i obuće do vještina i vjerovanja. Ona oblikuje identitet jednog naroda te ga izdvaja u moru drugih. Upravo zbog toga, prilikom prijevodnog procesa, prevoditelji moraju biti oprezni u prenošenju elemenata koji obilježavaju jedan narod drugom, kulturno drugačijem, narodu. Glavnim ciljem treba biti postizanje transparentnosti i točnog prijenosa. Međutim, ta točnost ponekad ne može biti potpuna. Razlog tome su kulturemi. Kulturemi su elementi koji postoje u svakoj kulturi. Oni oblikuju jednu kulturu, signaliziraju njezinu specifičnost te ukazuju na njezine mnogobrojne karakteristike. Drugim riječima, kulturemi su kulturna znanja izražena u jezičnom obliku. Kako kultura ne postoji bez jezika, tako ni jezik ne postoji bez kulture.

Iako Hrvatska teritorijalno nije velika zemlja, njezina veličina krije se u jeziku. Hrvatski je jezik poput kaleidoskopa. Dok on krije pregršt boja, Hrvatska krije pregršt narječja, dijalekata i govora. Odras jednog takvog narječja jest knjiga *U malu je uša dava* Tisje Kljaković Braić. Knjiga služi kao posjetnik na proživljeno djetinjstvo, bivšu državu i splitski govor. Iako namijenjena hrvatskom čitateljstvu, zbog svoje popularnosti, knjiga bi se, hipotetski, mogla otisnuti i u međunarodne vode. Međutim, to isplovljavanje vuče sa sobom pitanje kako

predstaviti knjigu narodu koji u sebi ne krije splitski govor i ne poznaje elemente kulture prisutne u tekstu, odnosno predstaviti je narodu koji je kulturno drugačiji od hrvatskog. Iako prevođenje, između ostalog, jest prenošenje kulture, ponekad će neki aspekti kulture biti zapostavljeni jer se njihovi ekvivalenti ne mogu naći u drugoj kulturi.

Međutim, promjenom određenih karakteristika i pronalaskom onih sličnih ne mijenja se kultura izvornog naroda već se prenosi ciljanoj publici na onakav način kakav bi odgovarao takvoj publici da shvate i pojme nepoznatu im kulturu. Ovaj diplomski rad upravo se bavi temom prijenosa kulturnih značajki, odnosno kulturema, na ruski jezik. Glavni je cilj dati kratak pregled razvoja prijevoda kao discipline, pritom obraćajući pažnju na važnost kulture u prijevodnom procesu te istaknuti strategije kojima se kulturne značajke mogu prenijeti ciljanoj publici. Za ostvarivanje cilja koristi se knjiga *U malu je uša đava* iz koje će biti izdvojeno nekoliko kulturema na temelju kojih će se pokušati objasniti kako određeni kulturemi funkcioniraju, što oni predstavljaju i, naposljetku, izdvojenim primjerima pokazati kako barijera između dvije kulture može biti prijeđena s nekoliko intervencija.

2. Prijevod i razvoj prijevoda

Prevođenje kao aktivnost ima iznimno dugu povijest, a same početke teško je odrediti. Otkad postoje jezici i kontakti među društvima, postoje i prevoditelji. U onim trenucima kada bi komunikacija među govornicima različitih jezika bila otežana, na scenu bi stupili prevoditelji koji bi tu komunikaciju olakšali. Zbog toga se početak pojave prevoditelja povezuje s početkom pojave različitih jezika, odnosno s mitom o babilonskom tornju. Babilonski toranj mitska je verzija postanka jezika i višejezičnog čovječanstva (Aleksseva 52). Prema mitu, kulu su gradili ljudi koji su govorili jedan jezik i kojima je cilj bio dotaknuti nebesa. Međutim, htijući biti bliže Bogu i kao Bog, razljutili su Boga koji je za kaznu srušio kulu i ljudima dao druge jezike. Kako se nisu mogli razumjeti, ljudi su se razišli, ostavljajući kulu nedovršenom. Ovaj mit, osim što govori o postanku više jezika, služi kao i mit o postanku prevoditelja jer upravo prevoditelji pomažu pri nastavku gradnje, otklanjajući jezične barijere (Aleksseva 52).

Kako su prvi kontakti među ljudima bili usmeni, daje se zaključiti da su i prvi prijevodi bili takvi. Međutim, kako se takvi prijevodi nisu bilježili, za početke se uzimaju oni pismeni. Najstariji počeci civilizacije obično su vezani za Egipat, Drevni Rim i Grčku pa upravo tu i kreću početci prijevodne povijesti. U drevna vremena prevoditelj nije mogao biti svatko. U Egiptu, na primjer, prevoditelji su bili učeni ljudi koji su radili isključivo u hramovima faraona. Kao glavnu zadaću imali su olakšati trgovinu i administraciju među kulturama jer su upravo trgovina i dobri susjedski odnosi bili od iznimne važnosti za dobrobit države. Stoga su prvi prijevodi u Egiptu bili prijevodi diplomatskih i trgovinskih dokumenata (Aleksseva 53). Nadalje, za vrijeme pohoda Aleksandra Makedonskog na Egipat, prevodilo se i na grčki jezik jer je to bio jezik osvajača koji je naposljetku postao i službenim jezikom. Prevodilo se kako bi dotad nepoznata kultura bila lakše shvaćena i prihvaćena. Štoviše, prevodili su se vjerski tekstovi s ciljem pristupanja i razumijevanja religijskih i mitoloških tradicija staroga Egipta. Prijevod egipatskih vjerskih tekstova na grčki nije služio samo za administrativne svrhe, već je

pridonio široj intelektualnoj i kulturnoj razmjeni između Grka i Egipćana. Tadašnji su prijevodi utjecali i na kasnija modernija vremena jer su pomogli u dešifriranju i razumijevanju egipatskih hijeroglifa. Jedan je od takvih prijevoda Kamen iz Rosette, najstariji spomenik prevedenog teksta. Ovaj kamen sadrži tekst napisan na hijeroglifima, demotskom pismu i na grčkom (Wallis Budge 2). Iako se pri otkriću tekst nije mogao u potpunosti prevesti i razumjeti, u 19. stoljeću, mladi znanstvenik Jean-Francois Champollion zaključio je da se radi o istom tekstu napisanom na tri jezika, odnosno pisma, te time uspio prevesti kamen i ukazati na osnovne temelje pisanja hijeroglifa (Wallis Budge 3).

S druge strane, Grčka i drevni Rim međusobno su bili vrlo povezani. Toliko povezani da se često smatra da je veliku ulogu u formiranju rimske kulture imao prijevod grčke kulture (Aleksjeva 56). Poznavanje grčkog bio je dokaz obrazovanja i visokog statusa u društvu, a diplomatski kontakti s Grcima u to vrijeme bili su osigurani prijevodom koji su obavljali utjecajni građani Rima (Aleksjeva 56). Iz tog vremena postoje mnogobrojni pisani spomenici koji svjedoče o povezanosti Rima i Grčke, a neka su od istaknutijih imena čijom zaslugom ti spomenici i postoje Lucije Liviije Andronik (koji je preveo *Odiseju* na latinski jezik) i Kvint Enije (koji je prevodio Euripidove tragedije) (Aleksjeva 57).

Ranije etape prijevoda i razvoja prijevoda svjedoče o postupnom obrazovanju građana i povećanju kulturne osviještenosti. Iako su ispočetka prijevodi uključivali državne dokumente, kasnije se šire na literaturu pa se prevode književna djela, kao i filozofska i stručna, a ljudi dobivaju uvid u kulturu drugih naroda, kao i u njihov stil života i zabavu. Kasnije etape prijevoda povezane su s pojavom kršćanstva, a najraniji prijevodi vezani uz kršćanstvo i religiju nalaze se u srednjem vijeku. Kako se radilo o tekstovima religijske naravi koji su prenosili riječ Božju, prevoditelji su morali biti vrlo oprezni jer su prevodili sveti tekst, a svaka pogreška dovodila bi ili do preispitivanja točnosti teksta ili do manjka vjerovanja u riječ Božju. Stoga je u centru prijevodnog procesa bio tekst i njegova struktura pa se koristila strategija doslovnog

prijevida, odnosno prijevida riječ-za-riječ. Najprevođenija religiozna knjiga jest Biblija, a jedan od prvih prevoditelja sveti je Jeronim koji prevodi Bibliju na latinski jezik. Svojim prijevidom Biblije, nazvane Vulgata, sveti Jeronim postavlja temelje za sljedeće prijevide kao i tekst koji će se desetljećima kasnije koristiti kao temeljni tekst svakog sakramentalnog štovanja (Kelly 84). Kasnije, na temeljima Vulgate, Martin Luther, njemački teološki i vjerski reformator, prevodi Bibliju na njemački jezik, a prijevod postavlja temelje za stvaranje standardnog njemačkog jezika.

S vremenom, kako se razvijao svijet, razvijalo se i prevođenje. Tiskarski stroj omogućio je široj publici pristup prevođenim tekstovima, čime se širilo znanje i kultura. Mnogi pisci hvataju se u koštac s prevođenjem te prevode svoja ili druga djela na jezike kojima vladaju. Interes za nepoznatim, želja za savladavanjem i razumijevanjem stranih vrijednosti potaknule su mnoge pisce, akademike, znanstvenike, pjesnike da krenu stopama prijevida i dođu u kontakt s nečim novim i stranim. Najzamjetniji prijelaz od religijskih tekstova na književna može se primijetiti u doba renesanse. Renesansa označava preporod; mijenja se svijet, čovjekova slika o svijetu, vjera, odnos Boga i čovjeka, važnost samog sebe. Vraća se zanimanje za antiku i antičku književnost pa se prevode djela Vergilija i Ovidija, a vraća se i zanimanje za strane autore poput Dantea i Petrarke (Aleksseva 72). Potom se javljaju i prve knjige o prijevodu i prevođenju. Prvi se put spominju strategije prevođenja i načini na koje se tekst može prevesti, a glavnim ciljem postaje stvaranje prijevida koji će služiti kao kopija originalu.

Ono što je za Europu i svijet renesansa, u Rusiji je to Petar I. Petar I. ruski je vladar čije vladanje obilježavaju mnogobrojne prekretnice, kao što je prekidanje dotadašnje tradicije i okret prema novim strujama, poglavice onim zapadnoeuropskim. Okret prema Europi označavao je i okret u prijevodu. Petar I. smatrao je da je društvo previše zasićeno religioznim tekstovima te je zahtijevao druge vrste. Kao reakcija, javljaju se tekstovi iz različitih polja znanja pa se prevode tekstovi iz brodogradnje, arhitekture, astronomije, geografije (Aleksseva

87). Koliko je prijevod dobio na važnosti govori i činjenica da je Petar I. donio dekret koji je uspostavio okvir prijevodnog procesa. Petar I. smatrao je da svatko ne može biti prevoditelj, da samo sposobni iiskusni prevoditelji mogu prevoditi te da se treba prevoditi oprezno i koristiti riječi koje svi razumiju (Aleksееva 88). Glavni je cilj bio obrazovati građanstvo pa su prijevodi trebali biti čitki i razumljivi.

Važnost prijevoda nastavlja se i u doba Katarine Velike. Međutim, kako je i dalje glavni cilj obrazovati građanstvo i upoznati društvo sa stranim djelima, prevodi se do te mjere da je bilo više prijevodne literature nego domaće. Isto tako, zbog velike potražnje, kvaliteta se prijevodnih tekstova mijenja. Prijevodi postaju previše „udomaćeni“, odnosno mnogi aspekti stranih djela zamjenjuju se. Tako strani likovi dobivaju ruska imena, a odjeća i obuća biva zamijenjena tradicionalnijim i poznatijim ruskim stvarima (Aleksееva 91). Nadalje, prijevodi postaju inovativniji gdje prevoditelji u tekst ubacuju nove stilove i forme. Mnoga djela dobivaju predgovore, pjesme postaju proza, a proza se ponekad prevodi stihovima.

Potreba za zadovoljavanjem ruskog čitateljstva, koje je već imalo razvijen književni ukus i naviklo je na djela kako ruske tako i strane književnosti, slijedi i potrebu za prijevodom koja se nastavlja kroz cijelo 19. stoljeće (Aleksееva 94). S vremenom, međutim, polako se mijenja pogled na prijevod koji sa sobom vuče pojavu novih tehnika prevođenja. U dvadesetom stoljeću na sceni se pojavljuju mnogi priručnici i knjige koji su služili kao svojevrsna nit vodilja. Neka od istaknutih imena, čiji su radovi pomogli prevoditeljima, uključuju K. Čukovskog i njegovu „Visoku umjetnost“, J. I. Reckera i „O redovitim dopisivanjima pri prevođenju na materinji jezik“, A. V. Fedorova i „Uvod u teoriju prijevoda“.

Međutim, kolikogod se prijevod dugo razvijao, imao utjecaj na narod i kulturu, prijevod se dugi niz godina nije smatrao disciplinom niti znanošću. Tek u 20. stoljeću, točnije 50-ih godina istog stoljeća, nameće se pitanje prevođenja i utemeljenja discipline čija bi osnova bilo prevođenje i sve što ono obuhvaća. Jedan od prvih lingvista koji je predložio naziv za novu

disciplinu bio je Eugene Nida. U *Ime i priroda studije o prevođenju (The Name and Nature of Translation Studies)*, James Holmes tvrdi da Nida, kao i mnogi drugi, koristi termin *Übersetzungswissenschaft* kao adekvatan naziv za disciplinu prevođenja (174). Direktna prijevod ovog njemačkog termina bila bi *znanost o prevođenju (science of translating)*. Holmes se s ovim terminom ne slaže, smatrajući da termin *znanost* može imati više značenja te da svaka znanost nije nužno znanost. Drugim riječima, znanost o prevođenju ne može se uspoređivati sa znanostima matematike, fizike ili drugih sličnih polja (Holmes 175). Naprotiv, prevođenje se može povezati sa sociologijom, poviješću ili filozofijom, odnosno s književnim studijima. Iz tog razloga Holmes predlaže drugi naziv za disciplinu prevođenja – *translation studies (studije o prevođenju)*, termin koji se nakon njegova prijedloga koristi i dandanas. U upotrebi je nekoliko drugih naziva (koji se koriste i u Hrvatskoj), poput *znanosti o prevođenju, traduktologije i translatologije* (Pavlović 15).

Potom se postavlja dodatno pitanje – što je točno prevođenje, što znači prevoditi. Bitno je naglasiti kako je definiranje termina prijevoda i prevođenja gotovo nemoguće i ne može se opisati u jednoj rečenici. Svaki tekst sa sobom nosi određene karakteristike, kvalitete, a s time i poteškoće, zbog jedinstvenosti stila, vokabulara, gramatike ili nečeg drugog. Stoga, brojni stručnjaci i znanstvenici predlažu različite definicije onoga što prevođenje jest. Nataša Pavlović u *Uvodu u teorije prevođenja* smatra da znanost o prevođenju jest interdisciplinarna disciplina jer se bavi širokim spektrom tema pa s time i dolazi u kontakt s drugim disciplinama (15). Nastavlja riječima da:

susjedne discipline s kojima znanost o prevođenju dijeli znanstvenu metodologiju ili teorijske okvire jesu različite grane lingvistike (sociolingvistika, tekstna lingvistika, pragmalingvistika, kognitivna lingvistika, psiholingvistika, analiza diskursa, kontrastivna stilistika i dr.), psihologija i kognitivne znanosti, sociologija, znanost o književnosti (...). (Pavlović 15)

Vođeni danim informacijama, teško je odrediti točne granice prevođenja. Stoga Pavlović daje sljedeću definiciju discipline: znanost o prevođenju je sveobuhvatni termin za sva istraživanja čiji cilj su prijevod i prevođenje (Pavlović 16). S danim granicama, Pavlović postavlja definiciju znanosti o prevođenju i smatra da je znanost o prevođenju znanstvena disciplina koja proučava:

prevođenje u svim njegovim okvirima te uključuje produkte prevođenja, prijevodne procese, utjecaj prevođenja na kulture i kulture na prevođenje, prevoditelje kao stručnjake te društvene uvjete u kojima se prevođenje odvija, razvoj pomagala kojima se prevoditelji služe te njihov utjecaj na prevođenje i prijevode, obrazovanje prevoditelja. (16)

Jeremy Munday, s druge strane, postavlja kraću i donekle jednostavniju definiciju prijevoda. U *Uvodu u studij prevođenja (Introducing Translation Studies)*, Munday daje kratak pregled discipline prevođenja te tvrdi da „termin *prijevod* ima nekoliko značenja: može se odnositi na opći predmet polja, proizvod (tekst koji je preveden) ili proces (čin proizvodnje prijevoda, inače poznat kao prevođenje)“¹ (5). Nadalje, tvrdi da prijevodni proces uključuje prevoditelja koji mijenja izvorni tekst napisan na izvornom jeziku u ciljani tekst napisan na ciljanom jeziku (Munday 5).

3. Književno prevođenje

Književno prevođenje oduvijek je privlačilo posebnu pažnju u odnosu na ostale vrste prevođenja (Pavlović 30). Što čini ovu vrstu tako posebnom upravo je način postupanja prema danome tekstu. Dok se u stručnim i znanstvenim tekstovima pažnja usmjerava prema točnom, preciznom i direktnom prenošenju informacija, književno je prevođenje usmjereno prema

¹ Prijevodi svih citata s engleskog ili ruskog jezika vlastiti su osim ako nije drukčije navedeno.

istraživanju što je rečeno, kako je rečeno i s kojom namjerom. Drugim riječima, u centar pažnje dolazi „čitanje između redaka“. Upravo „čitanje“ predstavlja najveći izazov svakom prevoditelju jer prevoditelj mora biti sposoban prenijeti i neizrečeno. Iako svaka riječ, svaka rečenica pa tako i svaka jezična konstrukcija na papiru djeluje beznačajno, u danom kontekstu i pod danim uvjetima, čak i najbeznačajnije slovo može imati veliko značenje. I toga prevoditelj, prilikom prevođenja umjetničkog djela, mora biti svjestan.

Svaki je književni prijevod samostalno umjetničko djelo koje u procesu nastajanja spaja kreativnost i imitaciju. Kreativnost označava sposobnost pisanja i stvaranja novog djela, a imitacija sposobnost da se na temelju već postojećeg djela reproducira djelo na drugi jezik. Prevoditelj kao zadaću ima spojiti kreativnost i imitaciju kako bi stvorio književni prijevod namijenjen ciljanoj publici i kulturi. Pavlović također tvrdi da prevoditelj jest i treba biti „stručnjak za međukulturnu komunikaciju“ (193). S obzirom da postoje dvije stranke čija komunikacija nije moguća zbog različitosti jezika i kulture, prevoditelj dolazi kao medij komunikacije i stvaranja mosta koji će približiti te dvije strane. A kako bi komunikacija bila uspješna, prevoditelj mora imati određene kompetencije. Među njima su komunikacijska i tekstualna kompetencija, kulturna i međukulturna (znanje ne samo o povijesti i zemljopisu, već i vrijednostima i vjerovanjima dotičnog naroda), područna (pronalažak dokumenata), profesionalna i instrumentalna (pronalažak termina, informacija), interpersonalna i strateška (mogućnost rada s drugim ljudima te organiziranje vremena i prostora kako bi prijevod nastao) (Pavlović 216).

Dvije su kompetencije koje treba istaknuti i detaljnije objasniti jezična i kulturna. Jezična kompetencija jedna je od najvažnijih sposobnosti koje književni prevoditelj treba imati, a uključuje poznavanje materinskog jezika te najmanje jednog stranog jezika (Pavlović 219). Pavlović nadodaje kako jezična kompetencija podrazumijeva izvrsno snalaženje „u različitim funkcionalnim stilovima ili registrima, što znači da [prevoditelji] moraju moći u izvornome

tekstu prepoznati, a u ciljanome tekstu na adekvatan način upotrijebiti onu vrstu jezika koja odgovara vrsti teksta i njegovoj funkciji u konkretnoj prijevodnoj situaciji“ (220). Znanje jezika, kao i snalaženje unutar tog jezika, sposobnost je koja čini prevoditelja prevoditeljem. Uz jezičnu kompetenciju usko je vezana i kulturna. Poznavanje kulture jednog jezika označava poznavanje svih vidova života nekog društva „što uključuje običaje, vjerovanja, stavove, vrijednosti pa čak i materijalne artefakte i proizvode“ (Pavlović 221). Prevoditelji, osim općeg znanja o kulturi kojoj pristupaju, moraju znati na koji se način kultura odražava u jeziku te biti svjesni povezanosti i međusobnog utjecaja kulture i jezika (Pavlović 221).

4. Kultura

Hrvatska enciklopedija kaže da je kultura „pojam koji obično označava složenu cjelinu institucija, vrijednosti, predodžaba i praksi koje čine određene ljudske skupine, a prenose se i primaju učenjem“ („Kultura“). Dolazi od latinske riječi *cultura*, što znači obrađivanje (zemlje), njega (tijela i duha), oplemenjivanje, poštovanje. Hrvatska enciklopedija nudi općenitu definiciju koja u potpunosti ne obuhvaća sav domet kulture. Drugim riječima, dana definicija zadire samo površinu onoga što kultura jest. Okrenemo li se prema Rusiji, ruska enciklopedija nudi sličnu definiciju. „Kultura (lat. *cultura* – obrada, uzgoj, oplemenjivanje, obrazovanje) povijesno je uspostavljen način života ljudi koji uključuje vrijednosti i norme, vjerovanja i rituale, znanja i vještine, običaje i institucije, tehnike i tehnologije, načine mišljenja, aktivnosti, interakcije i komunikacije itd.“ („Культура“). Ova definicija širi granice kulture te obuhvaća više koncepata od hrvatske, međutim, ni ova definicija ne daje potpunu sliku onoga što kultura jest.

Već dugi niz godina teoretičari pokušavaju ponuditi adekvatnu definiciju kulture koja bi objasnila što ona jest i što sadrži. Jedan je od takvih teoretičara i Terry Eagleton, britanski

teoretičar u čijem se centru istraživanja nalazi kultura i sve što ona krije. U knjizi *Kultura* Eagleton započinje riječima da je kultura višeznačan pojam kojem, da bi se mogao u potpunosti shvatiti, treba pristupiti iz više kutova (9). On tvrdi da kultura ima četiri značenja i može označavati „1) zbroj umjetničkih i intelektualnih djela, 2) proces duhovnog i intelektualnog razvoja, 3) vrijednosti, običaje, vjerovanja i simbolične postupke prema kojima ljudi žive ili 4) cjelokupan način života“ (Eagleton 11). Tako kultura u umjetničkom smislu riječi krije inovacije, a kao način života običaje ili pojave koje već dugi niz godina činimo kao što su i naši preci činili prije nas (Eagleton 12).

U namjeri da definira kulturu, Eagleton spominje Johanna Gottfrieda Herdera i T. S. Elliota. Termin *kultura* prvi se put pojavljuje u 19. stoljeću kao sinonim za civilizaciju, stoga Herder smatra da kultura obuhvaća i industriju, trgovinu i tehnologiju jednog naroda, dok, s druge strane, Elliot smatra da kultura obuhvaća aktivnosti i interese kojima se ljudi bave i koje ih karakteriziraju (Eagleton 13). Međutim, ovim definicijama Herder i Elliot zapravo prikazuju razliku između kulture i civilizacije. S vremenom, kultura se odvaja od civilizacije i dobiva druge karakteristike. Kao i civilizacija, „obuhvaća materijalne institucije, ali je možemo smatrati i ponajprije duhovnim fenomenom, te kao takav može suditi o društvenim, političkim i ekonomskim aktivnostima“ (Eagleton 26).

Još jedno gledište uključuje misao da je kultura društveno nesvjesno. Kultura kao društveno nesvjesno znači da mnogi elementi kulture koji oblikuju naš identitet, vrijednosti i ponašanja često djeluju na nas a da mi toga nismo ni svjesni. Kada smo izloženi nečemu jako dugo, nakon nekog vremena „oslijepimo“, odnosno više nismo svjesni utjecaja. Na primjer, kada tek stavimo parfem, osjetimo njegov miris. Međutim, nakon duže izloženosti, taj parfem nam više neće mirisati. Ista stvar događa se s kulturom. Kultura je, kako Eagleton opisuje, „nevidljiva boja svakodnevnog života“ koje nismo svjesni (54). Postajemo je svjesni tek kada nas netko natjera da razmišljamo o njoj. Međutim, upravo to što smo je nesvjesni, omogućuje

nam da je razvijamo. Jedan je od razloga nesvjesnog utjecaja taj što mnoga vjerovanja i norme koje se nalaze u našoj kulturi postoje dugi niz godina te se prenose iz generacije u generaciju. Toliko smo dugo izloženi istom utjecaju da nismo ni svjesni da utječe na nas, već ga prihvaćamo kao normu.

4.1. Kultura i jezik

Odnos između kulture i jezika zaokuplja znanstvenike već dugi niz godina. Veza između jezika i kulture neporeciva je. Ukratko rečeno, kultura se odražava kroz jezik, a jezik je temeljna komponenta kulture pa igra važnu ulogu u oblikovanju i izražavanju kulturnog identiteta i vrijednosti. Jezik se smatra važnom komponentom kulture iz nekoliko razloga. Prvo, jezik je glavna komponenta svakog naroda jer odražava tko narod jest. Bez jezika nema ni naroda. Drugo, s obzirom da odražava narod, jezik odražava i kulturu jer, kao što je već rečeno, kultura se odražava kroz jezik. Jezik krije glavne karakteristike naroda, odražava tko su i što su, a samim time odvaja ih od drugih. Nadalje, jezik utječe na svoje govornike, svjesno i nesvjesno, pa tako i utječe na njihovu kulturu. Postoji nekoliko gledište na ovaj utjecaj. Prvo je gledište da „struktura jezika utječe na način na koji govornici tog jezika gledaju na svijet“ (Wardhaugh 221), Sljedeće gledište tvrdi da struktura jezika ne utječe na pogled na svijet, ali utječe na usvajanje određenog pogleda na svijet, dok treće gledište tvrdi da kultura i jezik ne utječu jedan na drugoga (Wardhaugh 222).

Prvo gledište, odnosno vjerovanje da jezik utječe na način na koji ljudi gledaju na svijet, povezano je s imenima dvojice znanstvenika, Edwardom Sapirom i Benjaminom Lee Whorfom. Oni tvrde da je veza između kulture i jezika toliko jaka da se jedno ne može razumjeti bez drugoga. Sapir smatra da ljudi žive u svijetu kojeg ne razumiju pa stoga, kako bi ga razumjeli, posežu za strukturama koje znaju (Wardhaugh 222). Drugim riječima, ljudi koriste strukture koje su im dostupne, poznate i koje se već koriste kako bi razumjeli ono nepoznato oko sebe.

Na primjer, kada se čitatelj susretne s riječju stranog porijekla koja mu nije poznata, prva je reakcija pronaći riječ koja se nalazi u poznatom okružju i kulturi. Tako bi, u većini slučajeva, rusku votku zamijenili hrvatskom rakijom. Whorf, s druge strane, uspoređuje svijet s kaleidoskopom, bujicom boja, struktura i znakova, koje razaznajemo i razumijemo uz pomoć lingvističkog sistema koji se nalazi u našem umu (Wardhaugh 223). Wardhaugh, kada govori o Sapir-Whorfovoj hipotezi, ističe kako mi te znakove rascjepkamo, organiziramo u skupine i pripisujemo im značaj jer smo naučeni da tako radimo, po dogovoru koji vrijedi u cijeloj našoj govornoj zajednici i koji je raspoređen u obrascima našeg jezika (223).

Još jedno gledište predstavlja O. A. Kolihalova koja se u svom članku „Jezik i kultura“ (*Язык и культура*) bavi pitanjem odnosa između dvaju koncepta i navodi tri argumenta kojima objašnjava odnos jezika i kulture. Prvi je argument da jezik odražava kulturu kojoj pripada. „Cjelokupno iskustvo jednog naroda nalazi svoj točan izraz u svom jeziku“, tvrdi Kolihalova (287). Koliko je jedan jezik unikatan, pa tako i kultura kojoj pripada, pokazuje činjenica da je često nemoguće pronaći ekvivalente određenim konceptima u drugom jeziku. Čak se i najrazvijeniji jezici pokažu netočnima prilikom prenošenja nijansi kulture koja im je strana (Kolihalova 287). Drugi argument koji Kolihalova spominje je da jezik simbolizira kulturu kojoj pripada. Jezik simbolizira ono čega je dio. On simbolizira kulturu, njen razvoj, kontinuitet i tradiciju (Kolihalova 287). I zadnji, treći argument govori da jezik predstavlja kulturu kojoj pripada. Drugim riječima, kultura se ostvaruje kroz jezik. Kako bi se kultura u potpunosti razumjela, potrebno je prvo razumjeti jezik koji je odražava jer je upravo on taj koji čuva kulturu, njeno vrijeme i prostor. Iako očuvanje jezika nije nužno vezano s očuvanjem kulture, kultura se može očuvati jedino ako je i jezik očuvan. Ako nema jezika, nema ni kulture.

4.2. Interkulturni aspekt prevođenja

Jiri Levy u *Prijevodu kao procesu prevođenja (Translation as a Decision Process)* tvrdi da se prijevodni proces može promatrati na dva načina (147). Prvo je gledište da je prijevod proces komunikacije i prijenosa znanja izvornog teksta stranim čitateljima. Drugo je da je prijevod proces donošenja odluka, odnosno „poteza koje prevoditelju nameću nužnost odabira između određenog broja mogućnosti“ (Levy 148). Levyjeva gledišta idu jedno uz drugo. Naime, svaki prijevod počinje s izvornim tekstom i ciljanom publikom. Prevoditelj potom uzima dani tekst, prenosi ga na drugi, ciljani jezik, i naposljetku predstavlja ciljanoj publici pritom koristeći strategije i metode kako bi prijenos bio uspješan. S obzirom na to da je prijevod komunikacija, a prevoditelj medij prijenosa, poznavanje obiju kultura od iznimne je važnosti. I tako se sa svakim prevođenjem, pa i književnim, otvara pitanje interkulturalnosti. Tomislav Kuzmanović u *Prijevodu kao interkulturnoj činjenici* smatra da se prijevod „nesumnjivo događa između dviju kultura, predstavlja komunikaciju (ili pokušaj komunikacije), dijalog između dviju kultura“ (187). Prijevod tako u sebi krije elemente dviju kultura i dvaju jezika, a prevoditelj postaje posrednik koji pokušava *pomiriti* i prenijeti različitosti i karakteristike dviju strana pritom otvarajući komunikaciju između njih (Kuzmanović 187).

Christiane Nord dijeli slično mišljenje te tvrdi da „prevoditelji premošćuju jaz između situacija u kojima su razlike u verbalnom i neverbalnom ponašanju, očekivanjima, znanju i perspektivama takve da nema dovoljno dodirnih točaka za pošiljatelja i primatelja da međusobno učinkovito komuniciraju“ (17). Nord nastavlja te govori da u književnom prevođenju prevoditelji moraju dobro poznavati izvorni jezik, kao i ciljani jezik (18). Također moraju znati prenijeti načine na koje su riječi izgovorene, a ne samo kako su napisane jer književni prijevod, u velikoj mjeri, prevodi ideje, a ne riječi. Značenjska vrijednost rečenice ponekad nije toliko važna. Prevoditelji, dakle, moraju prepoznati kako rečenica funkcionira u

danom kontekstu uz druge faktore poput pravopisa riječi, registra, tona i njihova naglaska (Nord 18).

Najveća je odlika prevođenja prijenos nečeg nepoznatog i stranog. Kuzmanović tvrdi da prevođenje može „pružiti uvid u drugo, drugačije i strano, pretočiti to drugo u tuđe a ujedno svoje, te tako, postavši *drugim izvornikom*, utjecati na književnu produkciju, započeti nove trendove u kulturi, književnosti, jeziku primateljima, ali i u izvornoj kulturi, književnosti i jeziku“ (188). Isto tako, prijevod teži prema stvaranju prostora gdje se dvije kulture mogu sastati, povezati i komunicirati. Na tom prostoru različitosti se ne doživljavaju kao nešto negativno, već kao način da pogledamo na svijet očima drugoga.

Tijekom procesa prevođenja, prevoditelj postaje pripadnik i izvorne i ciljane kulture. Svjesno pripada objema kulturama tako što uzima iz jedne kulture, daje drugoj te proizvodi kako bi to ponovno vratio prvoj (Kuzmanović 197). Međutim, prevoditelj mora biti svjestan različitosti među kulturama te znati što će uzeti a što dati. Iako glavnim ciljem treba biti transparentnost i točan prijenos elemenata iz jednog jezika (pa tako i kulture) u drugi, ponekad to nije u potpunosti moguće. Koliko god se prevoditelj trudio da *udomaći* tekst, uvijek će postojati neki elementi koji će signalizirati da se radi o prijevodu a ne izvorniku (Kuzmanović 197). To mogu biti imena stranih likova, stranih mjesta, jela, odjeće, obuće, odnosno to mogu biti kulturemi. Međutim, isto je tako moguće da kroz prijevod prevoditelj stvori netipičan izraz koji će naposljetku biti razumljiv ciljanoj publici, odnosno kulturem u pitanju postat će izraz strane kulture koji će signalizirati ciljanoj publici da se radi o stranom tekstu te prikazati kako izvorna publika živi (Kuzmanović 198).

4.3. Lingvokulturologija

Disciplina koja se bavi proučavanjem kulture i jezika naziva se lingvokulturologija. Kao što sam naziv može otkriti, lingvokulturologija kombinira elemente dviju znanosti, lingvistike i kulturologije (odnosno antropologije). S obzirom da je riječ o grani lingvistike, lingvokulturologija istražuje jezik i jezične strukture, dok drugi dio (kulturologija) otkriva da u isto vrijeme istražuje i kulturu. U Hrvatskoj, lingvokulturologija, kao mlada disciplina, dobiva vrijednost nakon izdanja knjige *Lingvokulturologija i zoonimska frazeologija* Branke Barčot. Barčot u svojoj analizi zoonima koristi lingvokulturološki pristup te istražuje poveznicu između jezika i kulture, kao i motiviranost njihova značenja i korištenja. Barčot objašnjava da je lingvokulturologija mlada lingvistička disciplina koja istražuje kulturološke značajke i proučava jezik kao kulturološki fenomen (45). Kada je riječ o temeljima lingvokulturologije, Barčot navodi kako se ova disciplina „rađa 90-ih godina 20. st. u Rusiji, a sam termin *lingvokulturologija* vezuje se uz frazeološku školu na čelu koje je bila V. N. Telija te uz radove V. A. Maslove, V. V. Vorob'eva, J. S. Stepanova, N. D. Arutjunove i dr.“ (Barčot 45). Tako navodi da Maslova smatra da je lingvokulturologija znanstvena disciplina koja „proučava manifestacije kulture naroda koje su se odrazile i učvrstile u jeziku“, dok Vorob'ev smatra da lingvokulturologija proučava „uzajamnu vezu i uzajamno djelovanje kulture i jezika“ (Barčot 47).

Jezik je nositelj kulture, a čovjek stvara kulturu upotrebljavajući jezik. Trokut između jezika, kulture i čovjeka lingvokulturologija pokušava objasniti te odgovoriti na mnogobrojna pitanja, neka od kojih uključuju kako kultura utječe na jezik, kakva značenja pridodaje jezičnim strukturama te jesu li govornici svjesni tog utjecaja. Sergej Popov, jedan od ruskih teoretičara, navodi da lingvokulturologija pokušava odgovoriti na pitanje „zašto?“ pritom ne imajući na umu uzroke pojave određenih jezičnih struktura ili kulturnih osobina (1002). Pitanje „zašto?“ usmjereno je na otkrivanje razloga čovjekove potrebe za metaforama, simbolima i frazemima,

a ne na razjašnjenje razloga kulturnih obilježja koja određuju postojanje svih metafora, simbola i frazema (Popov 1002-1003).

U središtu lingvokulturologije nalazi se lingvokulturem, termin koji služi za analizu veze između jezika i kulture. U upotrebi su i drugi, slični nazivi poput kulturema, elementa kulture, realije, kulturne reference, itd. E. P. Junkova u *Prijenosu lingvokulturema u književnom prijevodu priče 'Petar Pan'* (*Передача лингвокультурем в художественном переводе повести «Путер Пэн»*) daje kratak osvrt na definiciju kulturema i smatra da su kulturemi kulturna znanja skrivena u jezičnom obliku (215). Drugim riječima, kulturemi su pojave u kulturi koje su izražene uz pomoć jezika (u obliku metafore, fraze, poslovice ili sl.). Nadalje, kulturemi odražavaju skup specifičnih karakteristika koje se mogu vezati uz određeni jezik i naciju te mogu obilježavati kako materijalnu, tako i duhovnu kulturu (Junkova 215).

Struktura lingvokulturema skriva dva značenja; prvo značenje odnosi se na površinsko, odnosno na jezično značenje, a drugo na dubinsko značenje, odnosno na kulturološku pozadinu same riječi. Barčot smatra da je struktura lingvokulturema „složenija od strukture jezične jedinice utoliko što osim znaka i značenja obuhvaća i kulturnu komponentu kao izvanjezični sadržaj lingvokulturema“ (50). Drugim riječima, kako bi se lingvokulturem točno shvatio, bitno je poznavati značenje same riječi kao i razumjeti situaciju, realiju iz koje ta riječ proizlazi. Znajući izvor lingvokulturema, govornik neće imati problema u njegovu razumijevanju. Izvori mogu biti razni te uključivati narodna poetska djela, spomenike i kulturnu baštinu, izjave istaknutih znanstvenika, političara, umjetnika, ali i misli drugih naroda o danoj kulturi (Barčot 51). Nadalje, struktura lingvokulturema varira pa tako lingvokulturem može biti jedna riječ, jedna sintagma, jedan odjeljak teksta ili pak cijeli tekst (Barčot 51).

4.4. Prijevod (lingvo)kulturema

Kulturemi, s točke gledišta prevođenja, smatraju se neekvivalentnim leksemima (Junkova 217). Odnosno, kulturemi su elementi izvornog jezika za koje ne postoji ekvivalent u ciljanom jeziku i kulturi. Prilikom prevođenja, jedan od glavnih izazova jest kako prenijeti kulturno značenje, a pritom osigurati da je tekst dostupan i smislen ciljanoj publici. S obzirom na to da kulturemi sadržavaju informacije o određenoj kulturi, njihov prijenos u drugu kulturu može biti uspješan tek kada se ta dva kulturema usporede. Nataša Pavlović navodi kako je jedan od razloga nemogućnosti prijevoda kulturema kulturna nepodudarnost (72). Kulturna nepodudarnost događa se kada u ciljanoj kulturi ne postoji riječ za koncept iz izvorne kulture ili riječ postoji ali označava drugu realiju. Kako bi se ovo nadišlo, Pavlović navodi nekoliko strategija: posuđivanje ili preuzimanje, kalk, kulturni ekvivalent, objašnjenje, dodavanje, izostavljanje, neologizam, kombinacija dvaju ili više postupaka (73).

Leonid Stepanovič Barhudarov u ruskoj traduktologiji još sedamdesetih godina prošlog stoljeća piše o ovom problemu. U prevodilačkoj praksi Barhudarov prepoznaje pet osnovnih tipova prevođenja kulturema (on ih naziva leksikom bez ekvivalenta u drugoj kulturi): prevoditeljska transliteracija i transkripcija; kalkiranje; opisni prijevod; prijevod pomoću analogije i transformacijski prijevod (99-102).

„Posuđivanje znači preuzimanje elemenata iz izvornog jezika bez njegovog prevođenja, katkad uz odgovarajuće prilagodbe pravopisu ciljanoga jezika“ (Pavlović 73). Ako se radi o kulturemu koji je već poznat ciljanoj publici i koji se već ustalio u ciljanom jeziku, prevoditelj može koristiti ovu strategiju. Na primjer, riječi poput *sushi*, *kimono*, *šerif* već su poznate hrvatskoj publici pa njihovo prevođenje nije potrebno. Međutim, ako se kulturem po prvi put spominje u ciljanoj kulturi, tada se on treba prevesti. S obzirom da ciljana publika po prvi put dolazi u kontakt s takvom riječju, bitno je da se ta riječ prevede kako bi dana publika lakše razumjela tekst i kako bi se izbjegla nerazumljivost pa samim time i otuđenje čitatelja od teksta.

Kalk „obuhvaća postupke kojima se naziv izvornog kulturno specifičnog pojma doslovno prevede na ciljni jezik, uz manje ili veće prilagodbe jezičnim normama ciljanoga jezika“ (Pavlović 75). S jedne strane, kalk ističe da se radi o riječi stranoga podrijetla i da čitatelj čita tekst koji odražava drugu kulturu. Ali pak s druge strane, ostavljanje kalka može onemogućiti potpuno razumijevanje teksta te ograničiti iskustvo čitatelja.

Kulturni ekvivalent „označava postupak kojim se izvorna kulturna referencija zamjenjuje referencijom na usporediv element ciljne kulture“ (Pavlović 76). Ti elementi, naravno, nisu i ne mogu biti isti, ali mogu biti slični po nekoj funkciji ili svojstvu pa se samim time mogu i zamijeniti, odnosno prevesti. Pavlović navodi primjer engleskog ispita *A-levels* koji se može prevesti kao *matura* kako bi hrvatskom čitatelju referenca bila poznatija. U ovakvim slučajevima, prevoditelj može prevesti kulturnu referencu jer imaju zajedničku funkciju, odnosno ispitivanje znanja srednjoškolaca nakon srednje škole. Međutim, prevoditelj mora biti oprezan s drugim primjerima. Na primjer, prilikom prevođenja stranih igara, TV-emisija ili jela, važno je da prevoditelj ne odstupa previše od izvorne reference kako ne bi „udomaćio“ tekst (Pavlović 77). Tako emisije poput *The Late Late Show* ne mogu biti prevedene kao *In Magazin* jer bi tada publika mogla dobiti dojam da izvorna publika ima pristup istim emisijama kao i hrvatska, odnosno da se *In Magazin* gleda i u SAD-u (Pavlović 78).

Objašnjenje podrazumijeva obrazloženje kulturne reference. Na ovaj način prevoditelj može približiti referencu ciljanoj publici bez većeg odstupanja od izvornika. Ponekad se može koristiti neutralniji pojam (*Airwaves* kao žvakaća guma) ili parafraza (opisivanje iste reference uz pomoć drugačijih riječi). Dodatna strategija može biti dodavanje. Dodavanje je postupak sličan objašnjenju gdje se uz pomoć dodatne riječi pokušava približiti ili objasniti kulturna referenca. Tako se često imena *Louis Vuitton*, *Vogue* ili *Buick* objasne uz pomoć dodatnih riječi (marka, časopis, auto). Izostavljanje, s druge strane, označava postupak izostavljanja kulturne

reference u slučajevima kada ta referenca nema značenje u tekstu. Drugim riječima, izostavljanje te reference ne utječe na cjelokupni tekst i ne mijenja ga na bilo koji način.

Neologizam je jedan od rijetkih postupaka kojima se prevoditelji služe jer označava stvaranje novih riječi i novih pojmova u ciljanoj kulturi. Ovaj se postupak češće koristi pri prijevodima fantastičnih djela s obzirom da se cijeli koncept takvih djela vrti oko mašte i „nepostojanja“ u stvarnosti. Tako se mnogo novih riječi, odnosno neologizama, može naći u prijevodima *Harryja Pottera*.

Važno je spomenuti da prijevod kulturema često nije samo intralingvistički postupak, to jest, ne događa se samo na razini jezika te ne uključuje samo prijevod riječi. Prijevod kulturema odvija se i na ekstralingvističkoj razini gdje prevoditelji moraju poznavati kulturu ciljanog jezika. Ovo uključuje poznavanje ponašanja naroda, vjerskih tendencija, političkih situacija i mnogih drugih vanjskih utjecaja koji naposljetku utječu na upotrebu jezika. Tek tada, s poznavanjem i vanjske i unutarnje situacije, moguće je prevesti kulturem koji će funkcionirati u ciljanoj kulturi i odgovarati ciljanoj publici.

5. Tisja Kljaković Braić: *U malu je uša dava*

Svojim stilom pisanja, načinom prenošenja uspomena i duhovitim stavom, ova mlada spisateljica ističe se i upada u oči na hrvatskoj književnoj sceni. Riječ je o samozatajnoj Splitski, rođenoj 70-ih godina prošlog stoljeća, koja na tajanstven i skroman način pokušava prenijeti kako je to zapravo živjeti i preživljavati u ovome svijetu. Osim što piše, jednako je talentirana i umjetnica te svojim karikaturama upotpunjuje nastale priče. Prilikom recenzije knjige *Oni*, koja govori o braku i ljubavi, *Fraktura* jednom rečenicom objedinjuje i karakterizira Kljaković Braićino stvaralaštvo: „jednostavnim crtežom i kratkom rečenicom Tisja Kljaković Braić doseže savršenstvo, ogoljuje sebe, a onda i svakoga od nas pogađajući bit međuljudskih

odnosa te donosi smiješak na lica svojih čitatelja/gledatelja, nepretenciozno pričajući jedinstvenu, a opet univerzalnu priču o odnosu dvaju ljudskih bića“ („*Oni*“).

Kao glavni motiv svojih priča Kljaković Braić koristi zgode iz svakodnevnog života i djetinjstva koje na papir prenosi koristeći dijalekt. Prošarane humorom i neočekivanim sjećanjima na djetinjstvo, njezine priče ne ostaju nezapamćene. Jedna je od takvih priča, odnosno knjiga, i *U malu je uša đava*. Glavni su likovi djed Žarko i baka Nevenka koji zajedno žive s unukom Tisjom. Tisja služi kao narator priče pa s njom čitatelj putuje Splitom i doživljava razne zgode i nezgode. Tako, zajedno s Tisjom, odlazi u vrtić, kupa se pod Marjanom, ide u školu, upoznaje susjede, sluša negodovanje starih baka na balkonu i sočne tračeve. Ono što ovu knjigu čini tako posebnom rečenice su i govor koje likovi koriste zbog kojih se čini kao da smo svi, a poglavito Dalmatinci, proživjeli i doživjeli isto. Knjiga postaje svojevrsan portal kroz koji čitatelji mogu zaviriti i ponovno proživjeti zaboravljeno djetinjstvo.

5.1. Karakterističnost knjige *U malu je uša đava*

Kako bi tekst bio pravilno prenesen u ciljanu publiku, u ovom slučaju rusku, bitno je poznavati tekst i karakteristike koje se u njemu kriju. Stoga je prvi korak analiza. Čim otvorimo knjigu, lako je primijetiti da je glavna odlika ove knjige način pripovijedanja. S obzirom na to da je odrasla u Splitu, Tisja ne skriva svoj naglasak ni dijalekt pa je kroz tekst lako primijetiti splitski govor i dalmatinske riječi. Ovakvim pristupom Kljaković Braić postiže autentičnost i pritišće čitatelja da istinski osjeti grad i okolinu u kojoj je odrasla. Jezik kojim piše jednostavan je, pristupačan i nenametljiv. Drugim riječima, knjiga nije napisana s ciljem da bude inovativna i „teška“ za pročitati, već da je „lagana“, namijenjena da se pročita na balkonu, uz kavu, na lijep sunčan dan i da izmami osmijeh na lice. Vokabular, također, odražava istu misao.

S druge strane, ono što je važno jest ono što taj jezik i vokabular kriju u sebi. Cilj nije točno prenijeti što su ljudi rekli niti koristiti standardni hrvatski jezik kako bi se ljudi doimali

„sophisticiranijima“ ili „pametnijima“, već upravo uz pomoć dijalekta prikazati nefiltriranu stvarnost života u to doba. Tako se kroz dijaloge može dobiti uvid u to kako su ljudi živjeli, što su gledali, što su slušali i kakve su stavove imali o postojećim institucijama. Nadalje, dijalozi igraju važnu ulogu u tekstu jer, osim što prenose što ljudi govore, oni nose radnju. Knjiga je napisana u obliku razgovora pa tekst konstantno teče i nema zaustavljanja na dužim opisima ili objašnjenjima. Štoviše, Kljaković Braić piše s idejom i očekivanjem da čitatelj već zna što su, na primjer, *Pipi*, *Galeb* ili *Labud* te time izbjegava nepotrebna pojašnjenja. S takvim stavom, dobiva na prohodnosti i tečnosti teksta. Sve se odvija svojim tokom, jednostavno, brzo, a zaustavljanja ima tek na kraju poglavlja kad se prelazi na drugu priču ili misao. Ovakvim stavom i načinom pisanja, Kljaković Braić plasira knjigu za hrvatsko čitateljstvo. S obzirom na to da se očekuje da su čitatelji već upoznati sa spomenutim imenima ili događajima, za prevoditelje predstavlja problem kako takvu vrstu knjige prenijeti čitateljstvu van granica Hrvatske.

Dijalozi, isto tako, kriju i prenose kultureme. Kao što je već prije rečeno, kulturemi su riječi koje odražavaju i skrivaju kulturu određenog naroda. Tako, na primjer, prije spomenuti *Pipi*, *Galeb* ili *Labud* spadaju u kultureme jer upućuju na marke koje su postojale ili još uvijek postoje u Hrvatskoj, odnosno Jugoslaviji. Isto tako, važne su konotacije koje kulturemi sa sobom donose. Ponekad će te konotacije biti pozitivne i natjerati čitatelja na smijeh, a ponekad će biti negativne i stvoriti određenu vrstu nelagode. Stoga je u prijevodnom procesu bitno znati kada kultureme zamijeniti s onima pronađenim u ciljanoj kulturi, a kada ih ostaviti i potaknuti čitatelja da sam istraži zašto neke riječi pobuđuju određene emocije kod izvorne publike.

6. Prijevod kulturema pronađenih u knjizi *U malu je uša đava*

S obzirom na to da odražava bivšu državu, u knjizi se nalaze mnogobrojni kulturemi koji, između ostalog, spominju marke, trgovine, osobe, tvornice koje su u to vrijeme postojale i koje su na neki način obilježile tadašnji život. Kao prevoditelji, izdvojili smo kultureme za koje smo smatrali da su odraz Jugoslavije i života u njoj, kao i one koje su opstale do dana današnjeg. S obzirom na odabrane kultureme, naš je cilj demonstrirati proces prevođenja kulturema i istaknuti da neki kulturemi, zbog svoje popularnosti ili važnosti za određeni tekst, ne zahtijevaju prijevod. Nadalje, bitno je naglasiti kako prevođenje ovakve vrste teksta zahtjeva određenu količinu opreza i pažnje jer prevoditelji moraju pronaći ravnotežu u kolikoj mjeri prevoditi. Ako se odluče prevesti sve kultureme, prevoditelji dovode tekst u opasnost jer time mijenjaju cjelokupno djelo te stvaraju novo. Hipotetski, zamijenimo li sve trgovine i robne marke koje se spominju u tekstu s ekvivalentnim ruskim, knjiga tada više ne bi odražavala Jugoslaviju već Rusiju, a s time bi se promijenila i cijela slika koju tekst nastoji oslikati. Međutim, s druge strane, ako prevoditelji u nekim situacijama ne interveniraju, tada vrše loš posao jer prenose riječi, ne uzimajući u obzir konotaciju ili važnost same riječi. Samim time zanemaruju što tekst nastoji prikazati i gube sve karakteristike koje se u njemu kriju.

6.1. Hrana i piće

Jedna od prvih kategorija koje smo izdvojili kategorija je hrane i pića. Hrana i piće jedna su od rijetkih kategorija koje se gotovo u potpunosti mogu prevesti (u ovom tekstu). Drugim riječima, izabrana hrana i piće rijetki su primjeri pronađeni u tekstu kojima se mogu pronaći potpuni ili slični ekvivalenti u ruskoj kulturi. Bitno je, međutim, napomenuti kako za prijevod *U malu je uša đava* ne možemo koristiti takve ekvivalente jer se radi o tekstu koji je obilježen kulturnim značajkama specifičnima za Jugoslaviju pa se kao takve ne smiju mijenjati niti zamjenjivati svojim ekvivalentima. S druge strane, ekvivalenti nam mogu pomoći kako bismo

pripomogli čitatelju prilikom razumijevanja teksta. Iako se za ovakav tekst ekvivalenti ne smiju koristiti, isti ti ekvivalenti mogu biti od pomoći u fusnotama (ili drugim mjestima na kojima se dodatno pojašnjavaju kulturemi u tekstu). Štoviše, cilj je ove kategorije pokazati da, iako ponekad ekvivalenti u ciljanoj kulturi postoje, zbog konteksta u kojem se spominju ili teksta u kojem se nalaze, ne trebaju uvijek biti zamijenjeni svojim istoznačnicama.

1. *Pipi i Dvojni Ce*

Iako se prvi put pojavljuje još 1971., *Pipi* se u zadnjem desetljeću vraća na hrvatsko tržište s promijenjenim izgledom, ali istom idejom („*Pipi*“). Iako se ne radi o istoj verziji *Pipi* pića, odnosno današnje generacije imaju drugačiju sliku zaštitnog lica, i dalje je riječ o gaziranom piću okusa naranče. Može se usporediti s *Fantom*, međutim, u Dalmaciji *Pipi* je prepoznatljiva specifična marka koja se ne može zamijeniti za neko drugo piće. S obzirom da se u tekstu spominje samo u kontekstu naručivanja pića, *Pipi* se može zamijeniti sa sličnim pićem koji se pije u Rusiji. Pažnja, međutim, treba biti usmjerena na godine kada se radnja događa. Iako Kljaković Braić ne daje točne godine svog djetinjstva, može se zaključiti da se radi o predratnom razdoblju i razdoblju Jugoslavije. Ako te godine prenesemo u Rusiju, kao ekvivalent javlja se piće *Буратино*, gazirano piće okusa naranče ili limuna. Kao i *Pipi*, zaštitno je lice fiktivni lik, često se serviralo u staklenim bocama, a svoju popularnost doživjelo je u bivšoj državi.

Dvojni Ce dijeli sličnu sudbinu kao i *Pipi*. Radi se o negaziranom narančinom soku koji je bio popularan tada, a koji popularnost drži i danas. Često je bilo servirano u staklenkama, a među djecom najpopularnije je bilo ono iz tetrapaka. Dolazi od kompanije *Fructal* koja distribuira svoje proizvode i diljem Rusije. Usmjerimo li potragu prema Rusiji, ekvivalenti *Fructalu* bile bi marke sokova poput *Rich*, *Santal*, *Фруктовый сад*, *Я, Моя семья*. Međutim, uzmemo li opet godine u obzir, jedini koji bi odgovarao i okusom i izgledom bio bi brend *Я*.

Pronalazak ekvivalenata u ruskoj kulturi može nam pomoći prilikom objašnjavanja danih kulturema ruskim čitateljima. Iako se ne smiju zamijeniti svojim ekvivalentima zbog prirode samog teksta, kako bi čitateljstvo razumjelo o kakvim je pićima riječ, u fusnotama ili kao dodatak tekstu možemo pojasniti da je *Pipi* najbližiji piću *Буратино*, a *Dvojni Ce* piću *Я*.

2. *Runolist, Snjeguljica, Radenska Tri srca*

Poput *Pipi* i *Dvojnog Ce*, neke od poznatih marki bivše države uključuju i čokoladu *Runolist*, sladoled *Snjeguljicu* i gaziranu vodu *Radensku Tri srca*. *Runolist* i *Snjeguljica* jedne su od marki koje su obilježile djetinjstvo mnogobrojnih generacija. Riječ je o čokoladi i sladoledu koji su bili vrlo povoljni i jeftini pa su si ih mnoge obitelji mogle i priuštiti. Pokušamo li ovo prevesti ruskoj publici i čitateljima, slične konotacije možemo postići spomenom na sljedeće marke: *Runolist* svoj ekvivalent može pronaći u čokoladama namijenjenima djeci, poput *Алёнка*, a *Snjeguljica* može biti zamijenjena popularnim sladoledom *Эскимо*. S druge strane, *Radenska Tri srca* nema iste konotacije kao i prošle dvije marke. Publiku joj uglavnom čine odrasli i ne diči je spomen na djetinjstvo niti dječje radosti. Radi se o gaziranoj vodi koja se često pila i tada je bila popularna, a ekvivalent pronalazimo u *Боржоми*, popularnoj mineralnoj vodi Sovjetskog Saveza.

3. *Čvarci, kupus na mrsu, šalša*

Sastavni je dio svake kulture i hrana. Preko hrane možemo dobiti uvid u živote ljudi, način konzumiranja određenih namirnica i kreativnost njihove upotrebe. U većini slučajeva, kada se hrana spominje u tekstu, prevoditelji je ostavljaju nepromijenjenom jer smatraju da hrana obilježava jednu kulturu te kao takva ne smije biti zamijenjena s onom pronađenom u drugim kulturama. Pa tako *sushi* nikad neće biti *riba*, *paella* nije *riža*, a *curry* je jednostavno *curry*. Hrana je svojevrsan kulturem, a svaka preinaka ili zamjena može spomenutu kulturu

promijeniti ili zanemariti. Naposljetku, takve odluke utječu ne samo na prijevod, nego i na cijeli tekst jer se ovakvim odlukama mijenja pozadina i podrijetlo na kojima je tekst napravljen.

Čvarke, kupus na mrsu i *šalšu* Kljaković Braić spominje jer su joj to bila najdraža jela iz djetinjstva, a najviše je voljela kada bi joj baka to skuhala (jer je baka najbolje i kuhala). U ovom slučaju hrana se spominje kako bi dodatno opisala lik Tisje, odnosno, upoznajemo što je Tisja voljela jesti. Kada bismo prevodili danu hranu na ruski jezik, *čvarci* bi pronašli svoj ekvivalent u Rusiji pa bismo ih preveli kao *шкварки*. Za *kupus na mrsu* ne moramo tražiti ekvivalent s obzirom na to da se već u nazivu jela kriju glavni sastojci. Za razliku od *čvaraka*, za koje je ponekad potrebno dodatno objašnjenje kako bi čitatelj razumio o kakvoj je vrsti hrane riječ, *kupus na mrsu* otkriva da je riječ o jelu koje se sastoji od kupusa i mrsa (sušenog mesa). Shodno tome, ovo jelo preveli bismo kao *капуста с мясом*. Kod prijevoda *šalše*, pronalazimo sličnu, ali donekle drugačiju, situaciju. Naime, pretražimo li internet tražeći *шалша*, pronaći ćemo grad u Poljskoj. Kako se ista situacija ne bi dogodila čitateljima, odnosno da *guglanjem* danog jela ne stignu u Poljsku, ne možemo je prevesti kao takvu. Stoga se okrećemo sadržaju *šalše* pa doznajemo da se radi o umaku od rajčica i raznovrsnog povrća. Kako ne bismo posezali za fusnotama ili dodatnim objašnjenjima, *šalšu* možemo prevesti kao *томатный соус*.

4. *Gavrilovička*

Kada se spomene *Gavrilovička*, jasno je da se odnosi na salamu ili kobasice koje je napravila tvornica Gavrilović, jedna od prvih hrvatskih tvornica salame i kobasica. Tražimo li ekvivalent *Gavriloviću* u Rusiji, imajući na umu veličinu i količinu proizvodnje, pronaći ćemo nazive *Окраина*, *Снежана* i *Дымов*. Međutim, ove tvornice svojom starošću nisu ni blizu *Gavriloviću* jer su nastale u zadnjih tridesetak godina, dok *Gavrilović* ima tradiciju dugu više od 300 godina. Okrenemo li se prema Sovjetskom Savezu i tvornicama koje su tada postojale, jedina mana im je što većina više ne postoji. Ali postoje vrste kobasica koje su tada postojale i

bile popularne, a još uvijek se konzumiraju. Stoga, umjesto pronalaska odgovarajuće tvornice, pažnja se može usmjeriti na vrste kobasica i pronalasku one najpopularnije. Ono što svaka prije spomenuta tvornica ima zajedničko jest proizvodnja dviju vrsta kobasica: *варёная* i *копчёная колбаса*. *Варёная* je najbližnja hrvatskoj pilećoj salami (parizeru), a *копчёная* čajnoj. U tekstu Kljaković Braić spominje kako joj je baka prije škole pravila sendvič od sira i *гаврилови́ке* (145). U vrijeme Tisjinog odrastanja, *гаврилови́ка* se smatrala jednom od skupljih salama koju većina stanovništva nije mogla jesti svaki dan. Iako se kroz tekst ne spominje Tisjina financijska situacija, iz ovakvih dijelova daje se zaključiti da je njezina obitelj bila jedna od onih koje su pripadale manjini te su mogli jesti *гаврилови́ку* svaki dan. Sličnu situaciju možemo pronaći u Rusiji. Naime, *копчёная колбаса* vrsta je kobasice koja se jela samo u vrijeme velikih slavlja ili blagdana. Označavala je određenu vrstu bogatstva pa je većina stanovništva nije mogla jesti svakodnevno. S druge strane stoji *варёная*, najpoznatija i najdostupnija kobasica mnogih kućanstava. Odlučimo li se, kao prevoditelji, za postupak „rusifikacije“, odnosno traženja ekvivalenata u ruskoj kulturi, ekvivalent *гаврилови́ки* bila bi *копчёная колбаса*.

Međutim, s obzirom na to da se radi o tekstu čija je okosnica prošlost, a središte Jugoslavija, zamijenimo li *гаврилови́ку* ruskim ekvivalentom, izgubit ćemo kulturni kolorit na kojem je djelo izgrađeno. Drugim riječima, zadiremo u kulturu Jugoslavije i samim time mijenjamo tekst. Čitatelji bi tijekom čitanja mogao steći krivu sliku o Jugoslaviji i samim time pretpostaviti da se i u Jugoslaviji jela ruska salama. Dakle, iako ekvivalent, koji bi se u drugim situacijama mogao iskoristiti, postoji, za ovaj je tekst najbolje rješenje ostaviti *гаврилови́ку* nepromijenjenom i tek je dodatno opisati kako bi čitatelj znao o čemu je riječ. Tako bi Tisja jela *бутерброд с сыром и копчёной колбасой Гаврилович*. Radi boljeg shvaćanja i dodatnog razumijevanja, ovdje bismo mogli i posegnuti za fusnotama kako bi objasnili da je riječ o marki i tvornici Gavrilović koja dugi niz godina posluje na području Hrvatske, a koja je poslovala i na području bivše Jugoslavije.

6.2. Jugoslavija

Osim spomena djetinjstva i prisutnosti bake i djeda, ključnu ulogu u tekstu ima Jugoslavija i život u njoj. Tijekom čitavog teksta susrećemo mnoge aluzije na bivšu državu, bilo kroz poznate brendove i tvornice ili kroz javne ličnosti. Kroz ovakve reference, Kljaković Braić izaziva osjećaj nostalgije i pojačava prisutnost prošlih vremena. Budući da je Jugoslavija temeljni dio teksta i određuje njegov karakter, eventualne izmjene u kulturemima mogle bi narušiti cjelinu djela. Drugim riječima, dok se kulturemi vezani uz hranu i piće mogu, u nekim situacijama, zamijeniti kroz neke oblike adaptacije, kulturni aspekti vezani uz Jugoslaviju ne bi smjeli biti mijenjani. Svaka promjena u tim kulturnim elementima može ugroziti tekst i izgubiti ono što čini ovo djelo jedinstvenim. Tako se postavlja novo pitanje: kako pravilno prenijeti koncept Jugoslavije u Rusiju? Kako bismo identificirali potencijalne pristupe i metode koje prevoditelj može primijeniti kako bi uspješno prenio Jugoslaviju, analizirali smo kultureme i podijelili ih u nekoliko kategorija, od kojih su neke sljedeće.

6.2.1. Marke

Prema *Hrvatskoj enciklopediji*, termin marka označava ime, izraz, slogan, znak, simbol i dizajn proizvoda ili usluge jednog ili skupine proizvođača („Marka“). Ona može označavati komad odjeće i obuće, novitet poput nove linije automobila ili mobitela, ili lanac prehrane, namještaja ili supermarketa. Nadalje, svaki novi napredak i novi proizvod u svijetu dobivaju svoje ime, odnosno postaju marka, a svako ime sa sobom donosi određene karakteristike i kvalitete. Ta imena često postaju ključni element njihova ugleda, oblikujući ih i predstavljajući široj javnosti.

Što se tiče prevođenja i prijevodnog procesa, za prevoditelje je bitan upravo taj ugled marke, odnosno količina znanja šire javnosti o danom imenu. Na primjer, ime *McDonald's* danas nije potrebno prevoditi ili objašnjavati jer se radi o najvećem lancu brze prehrane te su ljudi upoznati s tim imenom. S druge strane, one manje poznate marke potrebno je objasniti i približiti ciljanim čitateljima, neovisno o tome što je taj brend u svojoj državi jako popularan. Ovisno o količini ugleda, ovisit će i način na koji će prevoditelji pristupiti tekstu i prevesti danu marku. Slična situacija nalazi se u knjizi *U malu je uša đava*.

Kako se radi o Jugoslaviji, u tekstu se spominju mnoge marke, odnosno imena koja označavaju tvornice, odjeću, obuću, pića, automobile. U danom slučaju i za dani tekst, najkorisnija je strategija ostaviti imena netaknutima. Drugim riječima, ne pokušavati dane marke izbaciti, zamijeniti ili prevesti na ruski jezik. Međutim, rekavši to, ovisno o kontekstu i popularnosti marke, strategije mogu varirati. Za veliku većinu marki, potrebno je samo nadodati riječ ili dvije kako bi dana marka postala poznatija ruskoj publici. Ovakav pristup Nataša Pavlović naziva „dodavanjem“ jer se dodaje riječ više kako bi se smanjio jaz između dviju nepoznatih kultura (vidi 4.4.). Dodavanjem možemo prevesti marke poput *Labuda*, *Galeba* ili *Ceptera*. S druge strane, postoje marke kojima nije potrebna dodatna riječ zbog njihove popularnosti ili konteksta teksta. Kakve se strategije mogu koristiti i kada, objašnjeno je u nastavku.

1. *Yugo 45 AX, fićo, stojadin*

Sva ova imena označavaju jednu marku – *Zastavu*. *Zastava* je jedna od najpoznatijih tvornica automobila bivše Jugoslavije, a kasnije i Srbije. Odlikuje se mnogobrojnim automobilima, neka od kojih uključuju one najpoznatije *Zastavu 750*, *Zastavu 101* i *Zastavu Yugo*. Svako od ovih imena ima i svoj nadimak, pa je tako *Zastava 750 fićo*, *Zastava 101 stojadin*, a *Zastava Yugo* jednostavno *yugo* ili *jugo/jugić*. Za ovakav tip marki dodatno

objašnjenje nije potrebno, odnosno ne treba naglasiti da je riječ o automobilima jer su ovi automobili bili poznati i u Rusiji, odnosno SSSR-u. Dovoljno je samo dane nadimke transliterirati kao *Юго*, *Фичо* i *Стоядин*.

2. *Galeb, Labud, Cepter (Zepter)*

U danom slučaju imamo imena tvornica, koje i dandanas postoje i posluju. *Galeb* je tvornica rublja, *Labud* tvornica deterdženata, a *Zepter* tvornica posuđa. Za ove tri marke, kao i one slične njima, za prijevod je dovoljno nadodati *tvornica* jer se kroz daljnji tekst može zaključiti o kakvoj se tvornici radi. Postoje i situacije u kojima dodatak nije potreban, na primjer:

Izvornik:

Svaka domaćica osamdesetih godina koja je držala do sebe tribala je imat bundu i cepter teće.

Moja mater je imala bundu, al teće je tribalo čekat po godinu dana od uplate. Naručili smo sve – Baron garnituru, limene šalice za kavu koje čuvaju toplinu, nože i doživotne teće.

Prijevod:

Каждая хозяйка 80-х годов, которая заботилась о себе, должна была иметь шубу и кастрюли Центер.

У моей мамы была шуба, но кастрюли приходилось ждать до года после оплаты. Мы заказали все – набор Барон, жестяные кофейные кружки, сохраняющие тепло, ножи и вечные кастрюли.

Iz ovog isječka, a i iz poglavlja iz kojeg je odabran, daje se zaključiti što je *Zepter* i što proizvodi. Dok je za *Labud* i *Galeb* dovoljna *tvornica*, kod *Zeptera* ni to nije potrebno, već je dovoljna samo *teća (zdjela)*. Isto tako, imena se ne bi trebala prevoditi. Prevedemo li, na

primjer, *Galeb* kao *Чайка* može se dogoditi da hrvatska tvornica postane ruska jer *фабрика Чайка* već postoji.

3. *Slobodna Dalmacija, Koteks*

U prijašnjim primjerima dodatna objašnjenja nisu bila potrebna. *Jugo* je daleko poznat, a *Galeb* i *Labud* postaju marke daljnjim čitanjem teksta. To se ne može reći za dvije sljedeće marke: *Slobodnu Dalmaciju* i *Koteks*. Naime, kod njih je potrebno dodati riječ ili dvije kako bi čitatelj znao o čemu se radi. *Slobodna Dalmacija* u tekstu je navedena kao *Slobodna*. Dok hrvatski čitatelj odmah vuče poveznicu na novine *Slobodne Dalmacije*, ne možemo isto pretpostaviti za ruskog čitatelja. Kljaković Braić piše: „svaki se čas očekivalo da će tresnit i polomit se, ali did je savjesno upozorava prekrivenih ruku na leđima, očalama na nosu i *Slobodnom* ispred sebe“ (91). Kako nije naglašeno što je *Slobodna*, čitatelj može nagađati i pretpostavljati radi li se o piću, knjizi ili nečem trećem. Kako bismo izbjegli takva nagađanja, rečenicu možemo približiti dodavanjem *novina*. Kažemo li da je djed ispred sebe imao *novine Slobodna*, dodatno objašnjavamo kulturnu referencu. Isto tako, možemo upotrijebiti cijeli naziv *novina* i reći da je ispred sebe imao *Slobodnu Dalmaciju*. Ovim postupkom približavamo kulturnu referencu, ali je do kraja ne objašnjavamo već nagovaramo čitatelja da sam otkrije što je spomenuta referenca.

Sličnu ideju možemo iskoristiti za prijevod *shopping malla*, odnosno prodajnog centra, *Koteksa*. Kao i sa *Slobodnom*, u tekstu se izravno ne govori što je *Koteks*. Tisja opisuje kako je cijela obitelj voljela ići u *Koteks*. Njoj su najdraži bili ormarići s limenkama, a tati samoposluga (Kljaković Braić 137). Što je zapravo *Koteks*, što se sve nalazilo u njemu, kao i veličina samog prostora, nije rečeno niti objašnjeno. Kako bi upoznali čitatelja s *Koteksom*, u prijevodu dodajemo da je riječ o prodajnom centru. Ovakvim postupkom izbjegavamo daljnje nejasnoće i pomažemo čitatelju pri razumijevanju teksta.

6.2.2. Fusnote

Kraljica Elizabeta, Angela Merkel, Leo Messi, Luka Modrić, Jurij Gagarin samo su neka od imena koja zbog svoje popularnosti ne trebaju objašnjenja ili dodatnih riječi. To su ljudi koji su svojim sposobnostima i talentima (ili jednostavno rođenjem) na ovaj ili onaj način obilježili svijet i postali poznati ljudima u njemu. Isto tako, svaku njihovu aluziju u tekstovima, filmovima ili čak pjesmama nije potrebno dodatno pojasniti, kao niti objasniti razlog njihove popularnosti. Međutim, s druge strane, postoje ljudi koji su popularni samo unutar granica svoje države i čije je dodatno objašnjenje potrebno kako bi ljudi izvana razumjeli o čemu se radi. U takvim situacijama, prevoditelji posežu za fusnotama.

U svijetu prevodilaštva, fusnote dugi niz godina stvaraju debate o tome koliko su zapravo potrebne, a stavovi prevoditelja variraju. Neki prevoditelji smatraju da su fusnote korisne jer omogućuju dodatno objašnjenje ili kontekst za bolje razumijevanje određenih pojmova koji nužno nemaju svoj ekvivalent u ciljanoj kulturi. S druge strane, postoje prevoditelji koji smatraju da fusnote samo odvlače čitatelja od teksta te remete tok čitanja. Zbog zaustavljanja kako bi se fusnote pročitale, čitatelj gubi pažnju što na kraju utječe na tečnost i čitljivost teksta. Naravno, kada će se fusnote koristiti, a kada neće, ovisi o vrsti teksta i publici kojoj je namijenjen. Za ovaj tekst, kao prevoditelji, odlučili smo varirati i negdje staviti fusnote kako bi pomogli čitatelju, a negdje ih izbjegavati jer se oslanjamo na čitatelje i njihovo znanje, u ovom slučaju, o Jugoslaviji.

6.2.2.1. Poznata mjesta i osobe iz javnoga života

1. Kruševac i bratstvo i jedinstvo

Tisja na početku knjige opisuje svoje rođenje i spominje poklone koje dobiva kada ljudi dođu u „babine“. Pa joj tako jedna baka kupuje krevetić, dok joj barba zvan Veki donosi majicu koju su davali na radnim akcijama u Kruševcu s natpisom *živilo bratstvo i jedinstvo* (Kljaković Braić 11). Ova rečenica može izazvati različite reakcije kod različitih generacija. Za starije generacije ili jednostavno one upoznate s Jugoslavijom ova rečenica možda izazove različite emocije jer se odnosi na prepoznatljivi slogan. Međutim, za mlađe generacije i one koji nisu upoznati s tim kontekstom, rečenica zvuči obično i bez posebnog značenja, pa se vjerojatno ne bi zadržali na njoj niti je smatrali nečim posebnim. Ubacivanjem fusnote, dana rečenica dobila bi veći značaj.

Kruševac je grad u Srbiji koji je bio središte jednih od mnogih omladinskih radnih akcija. Radne akcije organizirane su s ciljem poboljšanja i obnove poljoprivrede, infrastrukture, obrazovnih, sportskih, kulturnih i zabavnih objekata u Jugoslaviji („Kruševac od A do Š“). Gradile su se ceste, pruge, tvornice, čak i gradovi. Glavna funkcija radnih akcija bila je izgradnja dobrosusjedskih odnosa i „bratstva i jedinstva“ („Kruševac od A do Š“). *Bratstvo i jedinstvo* poznati je slogan i dogma Saveza komunista Jugoslavije, a kasnije i jedan od gesla SFR Jugoslavije. Izraz je skovan kako bi naglasio i opisao bratski odnos između svih naroda i narodnosti koji su živjeli na području bivše države. Tada je bilo prihvatljivo dobiti majicu ili nositi istu. S druge strane, kako bi strano čitateljstvo razumjelo o čemu se radi, potrebno je staviti fusnotu koja bi u sebi sadržavala informacije spomenute ranije.

2. *Hajduk*

Kako Tisja odrasta u Splitu, domu Hajduka, u tekstu je moguće pronaći brojne aluzije na Hajduk. Jedna od takvih kafić je *Hajduk* u koji Tisja i njezin djed često zalaze. Međutim, u tekstu se ne spominje da je *Hajduk* kafić, već da je mjesto okupljanja penzionera i kockarnica (Kljaković Braić 13). Za hrvatske čitatelje jasno je da se radi o kafiću jer je poznato da se u mnogobrojnim dalmatinskim gradovima mogu pronaći takve institucije upravo zbog Hajdukovе popularnosti, ali i tradicije. Međutim, kako se sportski klub *Hajduk* ne bi poistovjetio s gostionicom i kockarnicom za strane čitatelje, u fusnotama je bitno naglasiti što je Hajduk i zašto se kafić tako zove. Stoga, za ovaj tekst, u fusnoti bi se pronašle informacije poput: „u Dalmaciji su jako česte pojave kafića koji nose naziv *Hajduka*, omiljenog i vrlo popularnog sportskog kluba kojeg krasi višestoljetna tradicija navijanja, prenošena kod Dalmatinaca s generacije na generaciju. U takvim kafićima često su se sastajali umirovljenici radi druženja ili kartanja, a ponekad bi se čak i kladilo na ishod nadolazeće sportske utakmice“. Isto tako, dane informacije mogu poslužiti čitatelju dalje kroz tekst jer se u nastavku mogu pronaći brojne aluzije na klub, utakmice i stil igre.

3. *Jugoplastika*

Ovdje ćemo se osloniti na čitatelja. Naime, *Jugoplastika* je naziv poznate jugoslavenske tvornice plastičnih masa i tekstilnih proizvoda osnovane u Splitu („Jugoplastika“). Osim u Splitu, ogranke svoje proizvodnje imala je diljem Dalmacije, direktno utječući na gospodarski razvoj tih regija. *Jugoplastika* je zapošljavala velik broj radnika, od kojih je većina dolazila iz Splita. Tisjin otac zaposlio se u *Jugoplastici*, a kako bi naglasili sreću koja je vladala u obitelji s tatinim novim poslom, opisuje se kako je baka ocu davala najbolji dio mesa i pekla kolače (Kljaković Braić 23).

Jugoplastika je poslovala diljem svijeta. Izvozila je na Zapad, u zemlje kao što su Njemačka i Francuska, ali i na Istok, odnosno u SSSR. S obzirom na to da je Jugoslavija poslovala sa SSSR-om, možemo pretpostaviti da je starija generacija upoznata s imenom. Isto tako ime bi trebalo biti poznato zbog istoimenog košarkaškog kluba koji je tada bio popularan, a koji danas igra pod drugim imenom. Nadalje, kako je moguće pronaći podatke o klubu i na brojnim ruskim stranicama, možemo pretpostaviti da je rusko čitateljstvo upoznato s imenom. Oslonimo li se na čitatelje i njihovo poznanstvo s *Jugoplastikom*, tada fusnote nisu potrebne, kao ni objašnjenje zašto je Tisjina obitelj bila sretna oko očevog posla (što se objašnjava u daljnjem tekstu).

4. Tito

Kao i svaka povijesna ličnost, koja je ujedno bila i na vrhu jedne države, detaljnija objašnjenja nisu potrebna (iako postoje iznimke). Jednako vrijedi i za Josipa Broza Tita, dugogodišnjeg predsjednika Jugoslavije. Upravo zbog svoje dugogodišnje vladavine, kao i mnogobrojnih postupaka koji su ga obilježili, ime Josipa Broza Tita trebalo bi biti poznato velikom broju građana, kako domaćih tako i stranih. Kako se u tekstu *U malu je uša đava* radnja odvija u doba Jugoslavije, Titovo ime spominje se u nekoliko navrata. S obzirom na to da je Tito dio povijesti, hrvatski čitatelji o njemu imaju određena znanja. Slično je i s ruskim čitateljima, iako znanja mogu biti različita s obzirom na to da se Tito suprotstavio SSSR-u i Staljinu. Stoga, fusnote nisu potrebne. A oni koji možda nisu upoznati s Titom ili njegovom ličnosti, upoznali bi ga kroz tekst i njegove brojne opise. Na primjer:

Izvornik:

Uvik san se divila kako je bija uredan u svakom momentu i u prilikama di bi se obični čovik išporka. Kad bi obrađiva ogradu, a na njemu uštirkani bili mantilić, onda, dok je bra mandarine u plavon radničkom kombinezonu ispeglanom na crtju. A i drugarica Jovanka bila je besprijeekorna: džungla, safari! Tito je upravo jednim preciznim metkom u livu klijetku

usmrtija bilog nosoroga, a ona u bež kompletiću ala Žuži Jelinek na štiklicama pipka nos nosorogu, razvaljenog osmijeha i stamene punde.

(...)

Mene drugarica Jovanka nije ništa interesirala jer san se ja namjeravala udat za Tita kad narasten, a ni ta sitnica šta je bija mrtav nije me opterećivala. Najlipši mi je bija na onu sliku kad je izaša iz špilje na Visu s kaputon pribaćenin priko jednog ramena. (Kljaković Braić 26-27)

Prijevod:

Меня всегда восхищало, насколько он был аккуратным в каждом моменте и случае, когда обычный человек мог бы испачкаться. Когда он красил забор в белом накрахмаленном пиджаке или пока собирал мандарины в синем рабочем комбинезоне с заутюженными стрелками, выглаженном на веревке. А и товарищ Йованка была безупречна: джунгли, сафари! Тито только что убил белого носорога одним точным выстрелом в левый желудочек, а она – в бежевом наряде, а ля Жужси Елинек, на высоких каблуках трогает носорога за нос с широкой улыбкой и тугим пучком.

(...)

Мне не интересовала товарищ Йованка, потому что выйти замуж за Тито собиралась я, когда вырасту, и даже тот факт, что он умер, меня не смущал. Самым красивым для меня он был на фотографии, когда он вышел из пещеры на острове Висе с перекинутым через плечо пальто.

6.2.2.2. Aluzije na poznate osobe

Ovu kategoriju smo izdvojili jer se navedena imena spominju samo jednom u tekstu i to kako bi ili naglasili usporedbu likova s izdvojenim imenima ili predstavili tko su tada bili poznati glumci i pjevači. Fusnote su potrebne jer kroz daljnji tekst nije moguće shvatiti identitet spomenutih osoba, a autor se oslanja na čitatelje i pretpostavku da su već upoznati s tim imenima. Budući da se radi o prijevodu i prenošenju teksta stranom čitateljstvu, radi lakšeg razumijevanja, potrebno je objasniti tko su navedene osobe.

1. Žuži Jelinek i Helga Vlahović

U prije navedenom odlomku, možemo vidjeti kako se drugarica Jovanka uspoređuje s Žuži Jelinek. Međutim, tko je Žuži i koje su sličnosti između nje i Jovanke nije objašnjeno. Žuži Jelinek bila je modna dizajnerica, stilistica i osobna krojačica Jovanke Broz. Svojim stilom obilježila je Jugoslaviju, promijenila gledišta o modi i otvorila put tadašnje okoline prema svjetskim modnim zbivanjima („Žuži Jelinek“). Njezin doprinos modi u Jugoslaviji (a kasnije i Hrvatskoj), kao i njezin utjecaj na stil odijevanja mnogih građana, odražava se i u nadimku koji su joj mnogi časopisi dodijelili – *hrvatska Coco Chanel*. Na svojim revijama često je iznosila komplete i kostime pa dana usporedba da Jovanka izgleda kao Žuži Jelinek sasvim pristaje.

S druge strane imamo Helgu Vlahović. Dok se Žuži Jelinek spominje kako bi se napravila usporedba između dvije poznate i hvaljene žene Jugoslavije, Helga Vlahović spominje se u kontekstu svoje najpoznatije izjave *vladalo je veliko uzbuđenje*. Naime, kako bi opisala kakvo je uzbuđenje vladalo u kući kada se baka vratila iz bolnice, Tisja koristi poznatu rečenicu. Iako se iz rečenice može zaključiti da su svi bili uzbuđeni, s ciljem da upoznamo rusko čitateljstvo s figurama iz javnog života Jugoslavije, dodajemo fusnotu o životu Helge Vlahović. Tako možemo dodati da je Helga Vlahović bila jedna od najpoznatijih televizijskih voditeljica Jugoslavije, a kasnije i Hrvatske. Jedna je od rijetkih voditeljica koja je bila pozvana prenositi i voditi inozemne festivale, a najzapamćenija će ostati po svom talentu, vještini govora nekoliko stranih jezika, kao i širini svojih znanja i vještina.

Iako za tekst fusnote o ovim damama nisu potrebne, izdvojili smo ih kako bismo upoznali čitatelje s osobama koji su na svoj način obilježili bivšu državu. Iako ovo nisu velika imena i možda nemaju značajniju ulogu u svijetu, ljudima u Jugoslaviji Žuži Jelinek i Helga Vlahović bila su imena od značaja. To su bile žene koje su bile vrlo popularne i cijenjene i koje su imale svoju ulogu u državi koju su naposljetku i obilježile svojim talentom. Kljaković Braić,

osim što želi ispričati priču o svom djetinjstvu, želi i istaknuti i spomenuti one ljude čija se imena ne smiju zaboraviti. Stoga fusnotama želimo prenijeti tu važnost stranim čitateljima.

2. Smojino *Malo misto*

Jedna od kulturnih serija koja je obilježila hrvatsku kinematografiju televizijska je serija *Naše malo misto* scenarista Miljenka Smoje. Radnja se odvija u malom dalmatinskom mjestu i prati svakodnevni život lokalnog stanovništva. Kroz humor i komediju opisuju se njihovi stavovi i ponašanja dok se suočavaju s izazovima nametnutima promjenama u državi, kao i njihovi pokušaji prilagodbe u istoj. Serija je pobrala mnoge kritike, u velikoj većini one pozitivne, a o seriji priča se i danas. Dario Dunatov za *Ziher.hr* piše da je Smoje „kroz priču o neodređenom mistu ispričao priču o sudbini malih mista Dalmacije, a preko nezaboravnih likova podignutih na arhetipsku razinu uspio je obuhvatiti šareni raspon ljudskih sudbina poznatih od pamtivijeka, ali uronjenih u mediteranski kolorit“ („Legendarna serija vječnog sjaja“).

U tekstu se Smojino *Malo misto* spominje u dva navrata. Prvi se put spominje kada se mamina nona, od koje je naslijedila stajalište o Bogu, uspoređuje s bricom, jednim od likova iz serije. Tisja kaže da je nona Marija znala pokazati na kartu svijeta kao brico u *Malom mistu* i govoriti da i u Americi vjeruju u Boga, a u Jugoslaviji ne vjeruju (Kljaković Braić 25). Nona se ovdje uspoređuje s bricom kako bi se naglasilo njezino ponašanje. Drugi put, kako bi opisala tetu Zoru, Tisja kaže da je „bila kao lik iz Smojina *Malog mista*, a tako je i govorila, čisti dalmatinski“ (Kljaković Braić 87). Osim mnogih karakteristika koje krasi ovu seriju, jedna od najistaknutijih Smojin je talent prikaza likova. Nema tipične podjele na likove koji su dobri i zli, pametni i zaostali, sposobni i nesposobni. Svaki lik ima svoju osobnost koja ga ističe od ostalih, ali u toj mjeri da ne odudara od njih. Stoga teta Zora može se opisati kao žena koja po

ničemu nije bila posebna, obična malograđanka koja je govorila brzo i kratko, a standardni jezik nije koristila, već je govorila dijalektom.

3. Zvonko Špišić, Cune Gojković, Lepa Brena

Kod ovih imena, bitno je naglasiti vrstu glazbe koju su pjevali. Zvonko Špišić bio je hrvatski skladatelj, tekstopisac i šansonjer rođen na području današnje Hrvatske. Predrag Gojković Cune bio je pjevač sevdalinki, starogradskih, zabavnih i narodnih pjesama rođen na području današnje Srbije. A Lepa Brena, pravim imenom Fahreta Jahić Živojinović, srbijanska je pjevačica turbofolka iz Bosne i Hercegovine. Bitno je naglasiti vrstu glazbe kako bi čitatelj lakše razumio danu priču. Tisja pripovijeda kako je običaj u njihovoj obitelji bio za Novu godinu gledati novogodišnji program koji se emitirao na televiziji. Na početku se emitirao koncert Zvonka Špišića (kojeg nitko nije volio slušati), a nakon njega išao je program kojem su se svi veselili, a to su bile pjesme Cune Gojkovića. Na kraju je pjevala zvijezda večeri, Lepa Brena.

U ovom slučaju bitno je fusnotama čitatelju dati do znanja o kojoj je vrsti glazbe riječ kako bismo naglasili zašto su članovi obitelji bili oduševljeni Lepom Brenom, a razočarani Zvonkom Špišićem. Naime, Zvonko Špišić pjevao je pjesme koje su svojim tonom bile usporene i polagane, dok su, s druge strane, pjesme koje je pjevala Lepa Brena (a koje pjeva i danas) veselijeg tona i tempom brže od onih hrvatskog šansonjera. Isto možemo reći za pjesme Cune Gojkovića. Nadalje, oduševljenje koje je obitelj gajila prema Lepoj Breni možemo dodatno pojašniti objašnjenjima o reputaciji i popularnosti koje je imala u Jugoslaviji.

7. Zaključak

Iako se prijevod kao disciplina ustanovio tek u 20. stoljeću, potreba za prijevodom javlja se mnogo prije. Prijevod postoji otkad postoji i komunikacija među narodima. S obzirom na raznolikost jezika među različitim narodima, kako komunikacija ne bi bila otežana, javljala se potreba za prevoditeljem. U početku su prijevodi obuhvaćali administrativne i religijske dokumente, no s vremenom se prevođenje širi na područje književnosti, stvarajući potrebu za književnim prevođenjem. Književno prevođenje zahtijeva od prevoditelja ne samo vješto prenošenje riječi, već i razumijevanje teksta kako bi prenio i ono što je indirektno izrečeno. Kako bi prevoditelj u tome bio uspješan mora posjedovati nekoliko karakteristika, među kojima su poznavanje jezika i kulture. Kultura odražava identitet jednog naroda i uključuje sve aspekte njihova života (vjerovanja, običaje, odjeću, hranu), a odražava se u jeziku. Unutar svake kulture nalaze se kulturemi, to jest, kulturne značajke izrečene u jezičnom obliku, koje zbog svoje specifičnosti često ne mogu biti adekvatno prevedene, odnosno, ne postoji uvijek ekvivalent.

Prijenos karakteristika koje obilježavaju jednu kulturu narodu koji nije upoznat s takvom kulturom ili koji za takve značajke nema ekvivalent zahtijeva od prevoditelja značajan napor i posao. Prevoditelj mora odrediti balans između dvije kulture kako bi nepoznate značajke uspio prevesti do ciljane publike bez da promijeni tekst i ono što se u njemu govori. Jedan od glavnih ciljeva ovog diplomskog rada upravo je prikazati kako se, kroz primjenu određenih intervencija i strategija, kulturne značajke mogu prenijeti. Pri tomu se uzima u obzir vrsta i važnost tih značajki, kao i specifičnost teksta u kojem se pojavljuju. Radi bolje ilustracije, koristi se knjiga *U malu je uša đava* autorice Tisje Kljaković Braić. Kljaković Braić na jedinstven način portretira djetinjstvo i odrastanje u Splitu, istovremeno opisujući Jugoslaviju, od tvornica koje su u njoj poslovale do ljudi koji su tu živjeli i koji su obilježili to razdoblje.

Cilj je sačuvati izvornost teksta, a opet izmijeniti ga dovoljno da ga rusko čitateljstvo razumije. Balans pronalazimo prevodeći jedan, a prenoseći drugi dio. Na umu, međutim, treba

biti specifičnost djela kao i njegova povezanost s Jugoslavijom. Upravo zbog toga, prilikom prevođenja ovakvog teksta, prevoditelj treba koračati s oprezom. Kako bi se zadržala izvornost teksta, kao i kolorit na kojem je nastao, sve spomenute marke, poznate osobe i aluzije na njih ostavljaju se netaknutima, a prenose se upotrebom fusnota, dodatnim objašnjenjima ili oslanjanjem na čitatelje i njihovo poznanstvo sa spomenutim referencama.

Analizom izabranog teksta, kao i kulturema koji se u njemu nalaze, zaključuje se da prijevod kulturnih značajki predstavlja izazovan zadatak. On zahtijeva vještinu prevoditelja, kao i znanje o kulturi koja je predmet prijevoda. Neophodno je pronaći ravnotežu između prevođenja i prenošenja izrečenog jer svaka veća odstupanja mogu uvelike promijeniti tekst i prenijeti krivu sliku. Ipak, bez većih odstupanja, uz manje intervencije ondje gdje je to moguće, prevoditelj može stvoriti prijevod koji će ruskom čitateljstvu pružiti uvid u Hrvatsku i Jugoslaviju, a pritom biti prijevod koji je adekvatan, točan i koji funkcionira kao samostalno književno djelo.

8. Literatura

1. Barčot, Branka. *Lingvokulturologija i zoonimska frazeologija*. Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 2017.
2. Eagleton, Terry. *Kultura*. Naklada Ljevak, Zagreb, 2017.
3. Holmes, James S. *The Name and Nature of Translation Studies* u Venuti *The Translation Studies Reader*. Routledge, London i New York, 2000.
4. Kelly, Nataly & Zetzsche, Jost. *Found in Translation: How Language Shapes Our Lives and Transforms the World*. A Perigee Book, New York, 2012.
5. Kljaković Braić, Tisja. *U malu je uša đava*. Fraktura, 2020.
6. Kuzmanović, Tomislav. „Prijevod kao interkulturalna činjenica“. *Filološke studije*, vol. 9, br. 1., 2011, str. 187-200.
7. Levy, Jiri. *Translation as a Decision Process* u Venuti, Lawrence. *The Translation Studies Reader*. Routledge, London i New York, 2000.
8. Munday, Jeremy. *Introducing Translation Studies: Theories and Applications*. Routledge, London i New York, 2001.
9. Nord, Christiane. *Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained*. St Jerome Publishing, 1997.
10. Pavlović, Nataša. *Uvod u teorije prevođenja*. Leykam International, Zagreb, 2015.
11. Wallis Budge, E. A. *The Rosetta Stone*. Price Sixpence, London, 1922.
12. Wardhaugh, Ronald. *An Introduction to Sociolinguistics*. Blackwell Publishing, 2006.
13. Алексеева, И. С. *Введение в переводоведение*. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, М.: Издательский центр «Академия», 2004.
14. Бархударов, Л. С. *Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода)*. Междунар. отношения, Москва, 1975.
15. Колыхалова, О. А. *Язык и культура*. Фундаментальная наука вузам, 2012.

16. Попов, Сергей. «Лингвокультурология: от констатации к объяснительности». *Path of Science*, vol. 4, br. 4, 2018.
17. Юнкова, Е. П. «Передача лингвокультурем в художественном переводе повести *Питер Пэн*». *Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика*. 10, 1, 2019.

WEB-IZVORI

1. „Jugoplastika“. *Hrvatska tehnička enciklopedija*.
<https://tehnika.lzmk.hr/jugoplastika/>
2. „Kruševac od A do Š: ORA Morava“. *Radio televizija Kruševac*.
<https://www.rtk.rs/108459/krusevac-od-a-do-s-ora-morava/>
3. „Kultura“. *Hrvatska enciklopedija*.
<https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=34552>
4. „Legendarna serija vječnog sjaja ('Naše malo misto', D. Marušić)“. *Ziher.hr*.
<https://www.ziher.hr/legendarna-serija-vjecnog-sjaja-nase-malo-misto/>
5. „Marka“. *Hrvatska enciklopedija*. <https://www.enciklopedija.hr/clanak/38981>
6. „Oni“. *Fraktura*. <https://fraktura.hr/oni.html>
7. „Pipi“. *Pipi*. <https://pipi.com.hr>
8. „Žuži Jelinek“. *Židovski biografski leksikon*. <https://zbl.lzmk.hr/?p=520>
9. „Культура“. *Большая российская энциклопедия*. <https://bigenc.ru/c/kul-tura-26efdd>

9. Sažetak

Ovaj diplomski rad istražuje disciplinu prevođenja pružajući sažet pregled njezina razvoja, od početaka do priznavanja kao discipline i razmatra brojne definicije koje je prate. Prevođenje nije samo prijenos riječi, već uključuje i prenošenje kulture. Kultura obuhvaća različite aspekte svakodnevnog života te stoga ima utjecaj na narod i jezik koji koriste. Rad istražuje povezanost između kulture i jezika i načine prenošenja kulture putem jezika. Također se bavi pitanjem prijenosa kulturnih značajki kroz jezik, odnosno kroz proces prevođenja. Za ilustraciju takvog procesa korištena je knjiga *U malu je uša đava* autorice Tisje Kljaković Braić. Nadalje, na temelju knjige, rad nudi neke od strategija i tehnika koje se mogu primijeniti za stvaranje adekvatnog prijevoda i prenošenja kulturnih značajki.

Ključne riječi: prijevod, prevođenje, kulturne značajke, kulturemi, *U malu je uša đava*, Tisja Kljaković Braić

10. Резюме

U malu je uša đava: перевод культурных особенностей на русский язык

Настоящая дипломная работа исследует теорию перевода, предоставляя краткий обзор ее развития, от зарождения до признания в качестве научной дисциплины, а также рассматривает множество существующих определений. Перевод – это не только передача слов, но и передача культуры. Культура охватывает различные аспекты повседневной жизни и, следовательно, оказывает влияние на людей и язык, который они используют. В работе исследуются связь культуры и языка и способы передачи культуры через язык. Также рассматривается вопрос передачи культурных особенностей посредством языка, то есть посредством процесса перевода. Для иллюстрации такого процесса была использована книга *U malu je uša đava* Тиси Клякович Браич. Кроме того, на материале книги в работе предлагаются некоторые стратегии и методы, которые можно применять для создания адекватного перевода и передачи культурных особенностей.

Ключевые слова: перевод, переводный процесс, культурные особенности, культуремы,

U malu je uša đava, Тися Клякович Браич

11. Abstract

U malu je uša đava: translating culturemes into the Russian language

This thesis explores the discipline of translation by providing a concise overview of its development, from its beginnings to its recognition as a discipline, and considers its many accompanying definitions. Translation is not only the transmission of words, but also involves the transmission of culture. Culture encompasses various aspects of everyday life and therefore has an impact on people and the language they use. The thesis explores the connection between culture and language and ways of transmitting culture through language. It also deals with the issue of the transfer of cultural features through language, that is, through the process of translation. The book *U malu je uša đava* by the author Tisja Kljaković Braić was used to illustrate such a process. Furthermore, based on the book the paper offers some of the strategies and techniques that can be applied to create adequate translation and transfer of cultural features.

Keywords: translation, translational process, cultural features, culturemes, *U malu je uša đava*, Tisja Kljaković Braić