

„SZUMI W GŁOWIE”, CZYLI O PROBLEMIE PRZEKŁADU NAZW KOREAŃSKICH I POLSKICH ALKOHOLI

**ALEKSANDRA MATULEWSKA
KYONG-GEUN OH**

Instytut Językoznawstwa
Al. Niepodległości 4
61-874 Poznań
aleksmat@amu.edu.pl
okg615@gmail.com

Abstrakt: Celem pracy jest omówienie problemów przekładu terminologii dotyczącej polskiego i koreańskiego nazewnictwa napojów alkoholowych. Terminologia ta pojawia się zarówno w przekładzie literackim, jak i specjalistycznym. Potencjalnie każdy tłumacz może stanąć w obliczu konieczności przekładu tej terminologii. Szeroko rozumiane kulinaria należą do kłopotliwej kategorii tzw. terminologii zanurzonej kulturowo, specyficznej dla danego obszaru kulturowego, terminologia ta bowiem obok znaczenia referencyjnego niesie za sobą także ogromny багаż znaczeń pragmatycznych, które są wynikiem historii narodu, kultury, relacji społecznych i wielu innych uwarunkowań.

1. Wstęp

Celem pracy jest omówienie problemów przekładu terminologii dotyczącej polskiego i koreańskiego nazewnictwa napojów alkoholowych. Terminologia ta pojawia się zarówno w przekładzie literackim, jak i specjalistycznym. Potencjalnie każdy

tłumacz może stanąć w obliczu konieczności przekładu tej terminologii. Szeroko rozumiane kulinaria należą do kłopotliwej kategorii tzw. terminologii zanurzonej kulturowo. Właściwie za każdym razem, gdy chcemy takie jednostki tłumaczeniowe przybliżyć odbiorcy, musimy precyzyjnie określić sytuację translacyjną i potrzeby komunikacyjne odbiorcy przekładu. Z tego powodu, omawiając problemy przekładu nazw alkoholi w parze językowej polsko-koreańskiej, posłużymy się hipotetycznymi sytuacjami translacyjnymi, z jakimi może mieć do czynienia tłumacz.

2. Rola tłumacza w procesie komunikacji interlingwalnej

Przekład jest działaniem intencjonalnym, wykonywanym, by osiągnąć określony cel komunikacyjny. Zadaniem tłumacza jest nie tylko przekazanie znaczenia komunikatu, ale przede wszystkim zrobienie tego w taki sposób, by odbiorca komunikatu odcodował go w możliwie najpełniejszy sposób. Oznacza to konieczność dostosowania komunikatu do potrzeb odbiorcy w oparciu o jego wiedzę o otaczającym świecie oraz języku, w którym przekazywany jest komunikat. Osiągnięcie tego ambitnego celu jest szczególnie trudne w wypadku terminologii zanurzonej kulturowo, specyficznej dla danego obszaru kulturowego, terminologia ta bowiem obok znaczenia referencyjnego niesie za sobą także ogromny багаż znaczeń pragmatycznych, które są wynikiem historii narodu, kultury, relacji społecznych i wielu innych uwarunkowań.

3. Techniki zapewniania ekwiwalencji dla terminów zanurzonych kulturowo

Do najczęściej stosowanych technik przekładu stosowanych w wypadku tzw. terminów bezekwiwalentowych lub częściowo ekwiwalentnych (Vinay, Darbelnet, 1958; Kierzkowska, 1991; 2002; Alcaraz Varó, Hughes, 2002; Matulewska, Nowak, 2006; Matulewska,

2007; 2013; Kubacki, 2012), które można zastosować do tłumaczenia terminologii realioznawczej, należy zaliczyć:

1. egzotyki, czyli zapożyczenia bezpośrednio nieasymilowane, np. zapożyczenie z języka angielskiego *know-how*, które w języku polskim jest nieodmienne;
2. zapożyczenia bezpośrednio asymilowane z uwzględnieniem priorytetu języka mówionego nad pisanym (por. Nida, 1964; Nida, Taber, 1969), np.: *diler*, *menadżer*, *szampan*;
3. kalki, np.: *Najwyższa Izba Kontroli* → *Supreme Chamber of Audit*;
4. ekwiwalenty zorientowane na język docelowy, czyli zastąpienie terminu języka źródłowego najbardziej podobnym pojęciem używanym przez użytkowników języka docelowego, np.: *gmina* → *commune*;
5. neologizmy, niebędące zapożyczeniami, czyli nowe terminy nieznane w kulturze języka docelowego, ukute przez tłumacza, np.: *prokurent* → *commercial representative*;
6. różnego typu ekwiwalenty opisowe, np. w formie definicji;
7. ekwiwalenty będące modyfikacją terminu języka docelowego, np. *brytyjski Minister Spraw Wewnętrznych*;
8. ekwiwalent hiperonimiczne, np.: *chryzantema* → *flower*;
9. ekwiwalent hiponimiczne, np.: *flower* → *chryzantema*;
10. ekwiwalent ponadkulturowy, który odwołuje się do pojęcia w danym momencie (w chwili dokonywania przekładu), pojęcia powszechnie znanego w różnych kulturach ze względu na postępującą globalizację i przenikanie się kultur np. *sushi*.

Dobór techniki jest uzależniony od rodzaju tekstu, który ma być przetłumaczony, funkcji tekstu docelowego (która nie musi być identyczna z funkcją przekładu), potrzeb komunikacyjnych odbiorców tekstu docelowego (ze względu na spełnienie postulatu efektywności komunikacji interlingwalnej).

4. Nazwy alkoholi koreańskich i ich przekład na język polski

Picie alkoholu należy do kultury kulinarnej. Człowiek, inaczej niż zwierzęta, pije i je nie tylko dla przetrwania, lecz także dla

przyjemności, a czasem nadaje tym czynnościom znaczenie religijne, filozoficzne, obyczajowe itd. (Kim Hye-yeong, Jo Yeong, 2007: 2). W związku z tym potrawy i alkohole są produktem historyczno-kulturowym danego narodu czy wspólnoty. Na przykład buddyzm i islam zabraniają picia alkoholu, buddyści nie jedzą mięsa, hinduiści nie jedzą wołowiny, muzułmanie nie jedzą wieprzowiny, dlatego mówi się: „Jesteś tym, co jesz i pijesz”.

Alkohol daje ludziom radość i łagodzi ból lub strach, oraz ułatwia budować związki z innymi ludźmi, a Koreańczycy od dawna są znani z ich zamiłowania do śpiewu, tańca i picia alkoholu. Już w starej chińskiej kronice napisano, że Koreańczycy (mężczyźni i kobiety) w październiku po obrzędzie dla Nieba przez kilka dni i nocy pili, śpiewali i tańczyli razem (Bae Song-ja, 2010: 27). W Korei w różnych obrzędach obyczajowo-religijnych, szczególnie w ceremoniach przejściowych powszechnie stosowano alkohol jako symbol życia, oczyszczenia, długiego życia i zdrowia, jednym słowem uważano, że alkohol ma magiczną siłę (zob. Kim Hye-yeong, Jo Yeong, 2007: 51-54).

W Korei od dawna produkowano przeróżne alkohole zależnie od regionu, pór roku, różnych świąt i okoliczności. W roku 1916 jednak została wprowadzona ustawa o akcyzie od alkoholi. Od tego momentu surowo zakazano domowej produkcji alkoholi. Według ustawy alkohol można produkować jedynie w browarach i destylarniach mających licencję rządową i można produkować tylko trzy rodzaje alkoholi, czyli *cheong-ju*, *makgeoli* i *so-ju* (Bae Song-ja, 2010: 44-45). Zakłady produkcyjne z nowoczesną technologią masowo produkowały na sprzedaż tylko te trzy rodzaje alkoholu, a przeróżne tradycyjne alkohole zaczęły zanikać. Jednocześnie powoli zaczęły się pojawiać na rynku importowane alkohole zagraniczne, głównie piwo, wino i whisky. Nie wiemy dokładnie od kiedy Koreańczycy wytwarzali alkohol, jedynie możemy przypuszczać na podstawie fragmentów na jego temat zawartych w różnych mitach lub legendach, że wyrabiano go od dawien dawna. Koreańskie alkohole były wytwarzane z fermentowanych zbóż, więc wiadomo, że ich produkcja była ściśle związana z rolnictwem.

Generalnie składniki do produkcji alkoholu są prawie takie same jak główne składniki żywności ludzi danego regionu; w alkoholach uzewnętrznia się niejako oryginalna kultura kulinarna danego narodu. Tradycyjne alkohole koreańskie robione były ze zbóż: przeważnie z ryżu, jęczmienia lub pszenicy. Były ich trzy główne rodzaje: *cheong-ju* (청주, 淸酒), *tak-ju* (탁주, 濁酒), czyli *makgeoli*

(막걸리) i *so-ju* (소주, 燒酒). Główne składniki, z jakich były wykonane, to ryż, słód z ryżu lub pszenicy i woda. Różniły się jedynie sposobem filtracji i destylacji (Bae Song-ja, 2010: 49–50). Na początku wytwarzano tylko *cheong-ju* i *makgeoli*, czyli alkohole niedestylowane z fermentowanych zbóż, a potem w czasie najazdu mongolskiego na dynastię Goryeo (9361392) Koreańczycy nauczyli się od Mongołów produkcji alkoholu destylowanego. Nazywali go *so-ju* (소주, 燒酒) czyli dosłownie „palony alkohol”. W ten sposób od końca dynastii Goryeo *cheong-ju*, *makgeoli* i *soju* stały się głównymi alkoholami Koreańczyków.

Sposób produkcji:

1. *Cheong-ju* (청주, 淸酒)

Do gotowanego ryżu dodać słód, składniki dokładnie wymieszać. Wlać wodę i znowu dobrze wymieszać. Zostawić aż do pełnej fermentacji. Na końcu odfiltrować, aby otrzymać czysty i przezroczysty alkohol. Stąd też nazwa *Cheong-ju* (dosł. ‘czysty/przezroczysty alkohol’). Jego moc wynosi około 15–16%. Był to ulubiony alkohol ludzi z wyższych klas.

2. *Tak-ju* (탁주, 濁酒) / *makgeoli* (막걸리)

Sposób przygotowania jest taki sam jak *cheong-ju*, ale bez filtrowania; filtruje się go tylko przez sito. Jest to mętny alkohol, dlatego nazywano go *tak-ju* albo *makgeoli* (dosł. ‘alkohol grubo cedzony’). Teraz nazwa *tak-ju* jest prawie zapomniana, powszechnie używa się nazwy *makgeoli*. Jego moc wynosi 6–13%. Był to przeważnie alkohol ludzi z niższych klas. Ostatnio znów zdobył wielką popularność wśród Koreańczyków, a nawet obcokrajowców, bo uznaje się go za bardzo zdrowy alkohol.

3. *So-ju* (소주, 燒酒)

Cheong-ju i *makgeoli* to alkohole fermentowane i niskoalkoholowe. Dawno temu takie alkohole trudno było przechowywać długo, dlatego destylowano je, aby otrzymać alkohol trwalszy i mocniejszy. Nazwa *So-ju* znaczy dosłownie „palony alkohol”. Jego moc była podobna do wódki lub whisky, czyli wynosiła ponad 40%. Był to alkohol raczej dla ludzi z wyższych sfer.

Natomiast współczesny *so-ju*, czyli obecnie masowo i tanio sprzedawany alkohol, mocno różni się od tradycyjnego. Ponieważ ryż jest stosunkowo drogi, alkohol produkuje się ze skrobi patatów lub tapioki oraz z melasy, które są importowane z państw południowo-wschodniej Azji. Najpierw otrzymuje się z nich mocny alkohol etylowy,

ponad 95-procentowy, potem dodaje się do niego wodę, aby obniżyć moc poniżej 35%, ponieważ według ustawy o akcyzie od alkoholi maksymalna moc alkoholu *so-ju* powinna wynosić 35%. Na końcu dodaje się słodkie przyprawy np. sacharin (wcześniej) lub aspartam (teraz)¹. Koreańczycy wolą słaby alkohol, więc moc *so-ju* jest stopniowo obniżana i obecnie wynosi nawet jedynie około 20%, a ostatnio nawet poniżej 20%, szczególnie gdy jest produkowany dla kobiet. Jednym słowem, współczesny *so-ju* jest kompletnie inny od tradycyjnego, zachowano jedynie samą nazwę.

Tłumacząc nazwy alkoholi, należy uwzględnić potrzeby komunikacyjne odbiorcy tekstu docelowego. Tak więc dla odbiorcy bliskiego dobrze znającego kuchnię koreańską można pozostawić nazwę *so-ju* w transliteracji na alfabet łaciński. Otwarta pozostaje kwestia, czy stosować tu należy transliterację zalecaną przez rząd Republiki Korei, czy też transliterację dostosowaną do potrzeb polskich odbiorców, opracowaną przez prof. R. Huszczę. Nieco trudniejszym problemem jest przekład nazw alkoholi dla odbiorców dalekich. Wyobraźmy sobie kilka potencjalnych sytuacji komunikacyjnych, w których może być potrzebne tłumaczenie takich terminów. Jedną z dość typowych sytuacji komunikacyjnych jest przybliżenie kulinariów osobom odwiedzającym restauracje koreańskie w Polsce; mamy tutaj do czynienia z przekładem menu. Jedną z grup odwiedzających takie restauracje są Koreańczycy przebywający z różnych powodów w Polsce i dla tych odbiorców, oczywiście, należy pozostawić zapis alfabetem koreańskim 소주. Kolejną grupę będą stanowili odbiorcy bliscy, jakimi zgodnie z koncepcją Kierzkowskiej (2002) są przykładowo studenci i absolwenci koreanistyki. W ich wypadku pozostawimy formę *so-ju* (소주). Należy jednak wziąć pod uwagę, że na początkowym etapie studiów są to odbiorcy bliscy tylko z powodu chęci poznania kultury, a nie posiadanej już wiedzy. W takim wypadku należy ich jednak traktować jako odbiorców dalekich, do których zaliczymy także odwiedzające koreańskie restauracje osoby niemające zbyt obszernej wiedzy na temat koreańskich kulinariów. W takich wypadkach sama transliteracja na alfabet łaciński nie dostarcza odbiorcy potrzebnych – z punktu widzenia procesu komunikacji –

¹ http://kin.naver.com/qna/detail.nhn?d1id=8&dirId=8020502&docId=220536095&qb=7Z2s7ISd7IudIOyGjOyivA==&enc=utf8§ion=kin.qna&rank=1&search_sort=0&spq=0 (Dostęp 02. 10. 2015)

informacji. Można tu zaproponować następujący ekwiwalent: „so-ju (소주) – koreańska wódka wyrabiana zwykle z patatów”.

W wypadku bardziej wymagających klientów wskazane jednak byłoby podanie przyzwyczajonym do mocnej wódki polskim odbiorcom mocy alkoholu, zwłaszcza biorąc pod uwagę ogromne zróżnicowanie mocy alkoholu, wahające się od 16% do 40%.

Z kolei na potrzeby alergików konieczne byłoby precyzyjne podanie składników i słodzików, jakie zawiera dany typ so-ju podawanego w restauracji, np.: „so-ju (소주) – koreańska wódka (zaw. alk. ok. 20%), wyrabiana ze skrobi patatów i słodzona aspartamem”.

Z zupełnie inną sytuacją tłumaczeniową mielibyśmy do czynienia w wypadku przekładu powieści koreańskiej na język polski. W zależności od tego, jak istotną informacją z punktu widzenia odbiorcy byłby ten rodzaj alkoholu, moglibyśmy zastosować różne techniki przekładu. Gdyby informacja ta była mało istotna, termin so-ju można zastąpić terminem wódka. Jeżeli informacja byłaby istotna, w przypisie należałoby umieścić informację np. na temat różnicy pomiędzy so-ju i makgeoli, podając dość precyzyjne opisy sposobu wyrabiania tych alkoholi oraz okazji, przy jakich są one spożywane.

Dość specyficznym przypadkiem jest przekład nazw zanurzonych kulturowo, do jakich należą między innymi nazwy alkoholi, na potrzeby czytelników przewodników dla turystów. W takich sytuacjach odbiorca przekładu ma bardzo szczególne potrzeby komunikacyjne. Po pierwsze potrzebuje szczegółowych informacji na temat danego referenta funkcjonującego w obcej mu rzeczywistości kulturowej. Nie każdy turysta pała żądzą spróbowania wódki, w której moczył się wąż czy skorpion, i oczekuje od przewodnika, że uprzedzi go o lokalnej specyfice danej potrawy czy napoju. Jeżeli planuje wizytę w restauracji, chce wiedzieć, w jaki sposób wymówić daną nazwę potrawy czy napoju, a jeżeli nie uda mu się wymówić jej poprawnie, będzie chciał pokazać tę nazwę w przewodniku, a wtedy powinna ona być zapisana w alfabecie znanym kelnerowi. Taki ekwiwalent powinien przyjąć następującą formę: „so-ju (소주) (wymowa: so-dżu) to obok cheong-ju i makgeoli (które są niskoalkoholowymi alkoholami fermentowanymi) jeden z trzech tradycyjnych alkoholi koreańskich wyrabianych z ryżu. Alkohole niskoalkoholowe trudno było przechowywać przez dłuższy czas, dlatego zaczęto je destylować, by otrzymać trwalszy i mocniejszy alkohol. Nazwa so-ju dosłownie znaczy ‘palony alkohol’: właśnie w ten sposób przygotowywane jest tradycyjne so-ju o mocy około 40%,

podobne do wódki czy whisky. Współcześnie *so-ju* jest produkowane masowo. To stosunkowo tani alkohol. Ze względu na wysokie koszty otrzymania alkoholu z ryżu obecnie *so-ju* produkuje się przede wszystkim ze skrobi patatów lub tapioki oraz z melasy. Najpierw uzyskuje się alkohol etylowy, ponad 95-procentowy, dodaje się wodę, aby obniżyć moc do poziomu poniżej 35%. Alkohol jest słodzony. Obecnie stosuje się różne słodziki, np. sacharoza została zastąpiona aspartamem. Koreańczycy preferują obecnie słabsze alkohole i dlatego moc *so-ju* jest stopniowo obniżana, a na rynek wprowadza się różne jego odmiany: od bardzo słabych (np. 20%), które są przeznaczone dla kobiet, po mocne, preferowane przez mężczyzn”.

Z kolei dla językoznawcy koreanisty istotne byłoby także pozostawienie znaków chińskich: *so-ju* (소주, 燒酒). Jest to związane z ewolucją pisma w Korei. W pozostałych wypadkach znaki chińskie są zbędne dla współczesnych odbiorców.

Analogicznie należy postąpić z *cheong-ju*. Tutaj warto pamiętać, że *cheong-ju* jest alkoholem prawie takim samym jak znany na całym świecie japoński alkohol *sake*. Różnica polega na tym, że do produkcji *cheong-ju* używa się słoju z pszenicy, a do *sake* – z ryżu (Bae Song-ja, 2010: 52). W związku z tym można nazwę *cheong-ju* tłumaczyć na język polski jako: „*cheong-ju* (청주) – koreańskie czyste wino ryżowe” lub „*cheong-ju* (청주) – koreańskie *sake*”. W wersji dla czytelników przewodników byłby to następujący ekwiwalent opisowy: *cheong-ju* (청주) (wymowa: *czong-dżu*) koreańskie filtrowane wino z fermentowanego ryżu o mocy 15-16%, podobne do *sake*”. Opis ten można oczywiście wzbogacić o informacje na temat sposobu produkcji alkoholu.

W wypadku trzeciego koreańskiego alkoholu, czyli *magkeoli* (막걸리), transliterację można zastąpić zapożyczeniem asymilowanym dostosowanym do zasad wymowy polskiej. Otrzymamy wtedy łatwy do wymówienia wyraz *makoli*, który należałoby dla większości odbiorców zaopatrzyć np. w opis o następującej treści: „koreańskie mętne wino ryżowe” lub po prostu „koreańskie wino ryżowe”. W przewodnikach turystycznych natomiast celowe wydaje się użycie następującego opisu: „*magkeoli* (막걸리) (wymowa: *makoli*) – tradycyjne koreańskie mętne wino ryżowe o mocy od 6 do 13% alk.”

5. Wybrane polskie nazwy alkoholi i ich przekład na język koreański

O ile sama nazwa „wódka” nie sprawia wielu problemów tłumaczeniowych, gdyż jej ekwiwalentem w języku koreańskim jest termin 보드카 (*vodka*), o tyle staropolska nazwa *okowita* czy też *okowitka* jest już bardziej problematyczna. Dopiero po uwzględnieniu etymologii (z łac. *aqua vitae*) można ją przetłumaczyć jako 생명술 (*saengmyeong-sul*, dosł. alkohol życiodajny) lub 생명주 (*saengmyeong-ju*, dosł. wódka życiodajna). Trudno tu także o uwzględnienie całego bagażu pragmatycznego, jakim jest obciążony ten termin w języku polskim.

O tym, jak istotną rolę odgrywał alkohol podczas najrozmaitszych okazji, świadczy umieszczanie przepisów na ich domowe odmiany w różnych książkach kucharskich (por. Dąbkiewicz, 1838; Bogacka, 1896; Ćwierczakiewicz, 1898 Ochorowicz-Monatowa, 1926) czy książkach dotyczących wyłącznie alkoholi (Ćwierczakiewicz, 1885; Rogala, 2003; 2011; Caprari, 2010; Russak, 2013b; Barecki, Łebkowski, 2004; Kromer, 1577 (reprint 1984); Cieśla, 1992). Jednakże w kulturze koreańskiej wódki także odgrywały podobną rolę – alkohol pełnił podobną funkcję i w obu krajach topiono w nim smutki, szukano ukojenia i chwilowej radości (por. Bystron, 1933; Chwalba, 2004).

Problemem dla tłumacza jest wielość wódek owocowych występujących w Polsce np. porzeczkówka lub porzeczkowa – 블랙 혹은 레드 베리 보드카 (*blaek hogeun red beri vodka*, dosł. wódka z porzeczek), wiśniówka nazywana też wiśniową – 체리 보드카 (*cherry vodka*, dosł. wódka z wiśni), pigwówka lub pigwowa – 마르멜로 보드카 (*marmelo vodka*, dosł. wódka z owoców pigwy) itd. Najbardziej lubiane w Korei polskie wódki to żubrówka: 유럽들소가 즐겨 먹는 풀을 첨가하여 향을 낸 보드카 (*yureop deulsoga jeulgyeo meokneun puleul cheomgahayeo hyang-eul naen vodka*, dosł. wódka z trawy lubianej przez żubry) i dębowa 참나무 보드카 (*chamnamu vodka*, dosł. wódka ze strużynami dębu). Należy tu zwrócić uwagę na stosowanie tej samej końcówki morfologicznej –ówka jako formantu słowotwórczego do tworzenia nazw zarówno wódek, jak i nalewek. Stąd nazwa „wiśniówka” może odnosić się zarówno do wódki, jak i nalewki wiśniowej. Bez precyzyjnego ustalenia w oparciu o kontekst, z jakim alkoholem mamy do czynienia, trudno będzie ustalić ekwiwalent

w języku koreańskim. Jednakże na potrzeby odbiorcy dalekiego można założyć, że hiperonimiczny termin koreański 체리술 (*cherry-sul*, dosł. alkohol wiśniowy) będzie wystraczająco ekwiwalentny w wielu sytuacjach komunikacyjnych.

Nalewki to napoje alkoholowe, które powstają w wyniku tzw. maceracji, czyli zalania składników alkoholem. W polskiej tradycji nalewki nazywano kordiałami 심장에 좋은 술 (*simjang-e-joen-sul*, dosł. alkohol dobry na serce). Tradycja ich wyrabiania przywędrowała do Polski prawdopodobnie z Henrykiem Walezym. Receptury utrzymywano w tajemnicy, przekazując je z pokolenia na pokolenie. Przypisywano im właściwości lecznicze, poczynawszy od wspomagania trawienia, a skończywszy na leczeniu przeziębień. Jako lekarstwem raczono się nimi ostrożnie, wolno pijąc z małych kieliszków (por. Ćwierczakiewicz, 1885; Rogala, 2003: 5–13; 2011: 5-9; Caprari, 2010: 5-8; Russak, 2013b; Barecki, Łebkowski, 2004; Kromer, 1577 (reprint 1984); Ciesielski, 1925; Wróblewski, 2001; Libera b.d.).

Ze względu na łatwość przygotowania można obecnie spotkać wiele receptur na nalewki. Przygotowuje się nalewki owocowe, korzenne, ziołowe, miodowe i mieszane (por. Rogala, 2003; 2011; Caprari, 2010).

Po koreańsku nazwy nalewek trzeba tłumaczyć, uwzględniając ich zawartość. Ogólnie nalewki owocowe można tłumaczyć jako 과일주 (*gwa-il-ju*, dosł. alkohol owocowy), a nalewki korzenne lub ziołowe jako 약술 (*yak-sul*, dosł. alkohol leczniczy). W szczególności trzeba dodać przed nimi konkretną nazwę owocu, korzeni, ziół itd. np. wiśniówka – 체리술 (*cherry-sul*, dosł. alkohol wiśniowy), malinówka – 산딸기술 (*santtalgi-sul*, dosł. alkohol malinowy) itd. Nalewka na miodzie pszczelim, przyprawach korzennych i ziołach nazywana jest krupnikiem – 꿀과 약초 뿌리로 만든 폴란드 술 (*kkulgwa yakcho ppuriro mandeun poland sul*, dosł. polski alkohol miodowo-korzenny). Jej szczególną odmianą jest tzw. wrzosówka, czyli nalewka z miodu wrzosowego 헤더 (상록 관목의 일종) 꿀로 만든 폴란드 술 (*heather(sangnok gwanmok-ul iljong) kkulo mandeun poland sul*, dosł. polski alkohol miodowo-korzenny z miodu wrzosowego). Oprócz tej malowniczej nazwy nosi także bardziej męską nazwę „miód z prądem” 독해서 마시면 금방 취하게 되는 폴란드 꿀 술로서 통속적으로 ‘감전되는 술’이라고도 불림 (*dokhaeseo masimyeon geumbang chwhihage doeneun poland kkul sul roseo tongseok-jeogro ‘gamjeon-doeneun sul’ iragoeh bulim*, dosł. polski alkohol miodowy, który poraża prądem).

Winiak, dawniej nazywany wypalanką, to polska nazwa dla alkoholu typu brandy, czyli destylatów wina. W Polsce najczęściej przygotowuje się winiaki z leżakowanych win owocowych. Wódki te noszą wtedy specyficzne nazwy odwołujące się do produktu, z jakiego zostały wykonane. Do najbardziej znanych wypalanek należy śliwowica przygotowywana ze śliwek węgerek. Przecier owocowy poddaje się procesowi fermentacji, a następnie go się destyluje. Moc alkoholu zależy od tego, czy jest on destylowany jeden raz – wtedy osiąga moc 50-60%, czy też dwa razy – wtedy osiągnąć może moc nawet powyżej 70%. Do alkoholu powinno używać się dojrzałych, słodkich owoców, gdyż tradycyjnie nie dodaje się do niego cukru. Z tego powodu są to wódki dość wytrawne.

Wiele winiaków jest obecnie produkowanych w warunkach domowych, niekoniecznie zgodnie z literą prawa. Produkcja na użytek domowy rzadko jest ścigana na podstawie tzw. umowy społecznej. Ponadto historia i tradycja destylowania wypalanek jest głęboko zakorzeniona, co poświadcza decyzja konserwatora zabytków, który uznał receptury na ten alkohol za materialne dobro kultury polskiej.

Większa od przeciętnej moc winiaków na pewno będzie istotna dla osób chcących ich spróbować, a w konsekwencji informacja na ten temat powinna zostać uwzględniona w przekładzie, zwłaszcza że w wypadku winiaków pędzonych w domowych warunkach informacji tej nie znajdziemy na etykiecie.

Oczywiście w przekładzie można posłużyć się internacjonalizmem „brandy” lub porównaniem do powszechnie rozpoznawanego alkoholu produkowanego we Francji „koniaku”.

Na język koreański termin „winiak” można przetłumaczyć jako 폴란드 브랜디 (*Poland brandy*, dosł. polska brandy). Analogicznie istnieje możliwość wykorzystania tej nazwy w przekładzie konkretnych typów winiaków: śliwowica zatem to 자두 브랜디 (*jadu brandy*, dosł. brandy ze śliwek) lub 자두로 만든 알코올 함량 70% 정도의 독한 술 (*jaduro mandeun alkohol hamnang 70% jeongdo-ul dokhan sul*, dosł. alkohol o mocy około 70% wyrabiany ze śliwek).

Miód pitny to alkohol staropolski, od dawna uważany za tradycyjny i luksusowy trunek. Ze względu na klimat w Polsce nie uprawiano winorośli na szerszą skalę, dlatego wino nie było produkowane powszechnie. Warzono natomiast piwo i sycono miody. Miód pitny był podawany podczas większych uroczystości. Produkcja tego trunku to tak zwane miodosytnictwo. Wytwarza się go z roztworu miodu z wodą nazywanego brzeczką. Gdy brzeczką jest gotowana

mówi się o miodach syconych, a gdy nie jest gotowana, powstają miody niesycone. (por. Ciesielski, 1925; Wróblewski, 2001; Libera, b.d.). W zależności od proporcji wody do miodu wyróżniamy:

1. czwórniak – gdy jedna część miodu przypada na trzy części wody – k. 11% alkoholu,
2. trójniak – gdy jedna część miodu przypada na dwie części wody – k. 13% alkoholu,
3. dwójniak – gdy jedna część miodu przypada na jedną część wody – k. 15% alkoholu,
4. półtorak – gdy jedna część miodu przypada na pół części wody – k. 16–17% alkoholu.

Im mniej miodu w stosunku do wody, tym słabszy i bardziej wytrawny alkohol. Czas dojrzewania zależy od stosunku miodu do wody. Czwórniak musi leżakować od 3 do 8 miesięcy, trójniak od 1,5 roku do około 4 lat, dwójniak od 5 do 7 lat, a półtoraki zwykle dojrzewają około 8–10 lat. Do miodów także dodawano zioła, przyprawy i owoce by uzyskać bardziej wyrazisty smak. Receptury były pilnie strzeżonymi tajemnicami rodzinnymi.

Obecnie miód pitny i jego produkcja w Polsce są uregulowane rozporządzeniami ministerialnymi, a od 2008 r. jest on trunkiem uznanym za produkt tradycyjny w Unii Europejskiej.

Nazwa tego rzadko spożywanego trunku przysparza wielu problemów translacyjnych tłumaczom zarówno literatury pięknej, jak i tekstów specjalistycznych. Zwykle pojawia się on pod skróconą nazwą „miód” bez przydawki „pitny”, co wprawia w osłupienie obcokrajowców czytających *Pana Tadeusza* i wyobrażających sobie ucztę, podczas której potrawy popijano miodem pszczelim.

Napój ten trudno porównać do innych wytwarzanych alkoholi. Sebastian Klonowicz wychwalając walory miodu pitnego pisał:

Włoski mieszkańcze! Cóż twoje nektary?
Co twoje wina przed nektarem Rusi?
Wino jest z ziemi błotnistej i szarej,
Miód prosto z niebios spuszczone być musi.

W języku angielskim używa się zapożyczenia asymilowanego *mead*. W języku koreańskim spotyka się ekwiwalent sinokoreański 봉밀주 (蜂蜜酒 *bongmilju*), ale lepiej byłoby używać nazwy w koreańskim 꿀술 (*kkulsul*).

Można także zaproponować ekwiwalent opisowy 꿀술 (폴란드에서 전통적으로 꿀로 만든 술로서 알코올 함량은 청주와 비슷함) (*kkulsul, poland-eseo jeontong-jeogro kkulno mandeun suloseo alcohol hamnyang-eun cheongju wa biseut-ham*, dosł. alkohol miodowy tradycyjnie wyrabiany w Polsce o mocy porównywalnej z *cheong-ju*). Dla poszczególnych typów miodu pitnego można zaproponować jedynie ekwiwalenty opisowe:

1. czwórniak, czyli miód pitny wyrabiany z $\frac{1}{4}$ miodu i $\frac{3}{4}$ wody: 꿀 $\frac{1}{4}$ 과 물 $\frac{3}{4}$ 로 만든 꿀술 (*kkul 1/4 gwa mul 3/4 ro mandeun kkulsul*),
2. trójniak, czyli miód pitny wyrabiany z $\frac{1}{3}$ miodu i $\frac{2}{3}$ wody: 꿀 $\frac{1}{3}$ 과 물 $\frac{2}{3}$ 로 만든 꿀술 (*kkul 1/3 gwa mul 2/3 ro mandeun kkulsul*),
3. dwójniak, czyli miód pitny wyrabiany z $\frac{1}{2}$ miodu i $\frac{1}{2}$ wody: 꿀 $\frac{1}{2}$ 과 물 $\frac{1}{2}$ 로 만든 꿀술 (*kkul 1/2 gwa mul 1/2 ro mandeun kkulsul*),
4. półtorak, czyli miód pitny wyrabiany z $\frac{2}{3}$ miodu i $\frac{1}{3}$ wody: 꿀 $\frac{2}{3}$ 과 물 $\frac{1}{3}$ 로 만든 꿀술 (*kkul 2/3 gwa mul 1/3 ro mandeun kkulsul*).

6. Podsumowanie

Przekład nazw kulinariów jest skomplikowany i wymaga od tłumacza uwzględnienia potrzeb komunikacyjnych odbiorców. Inaczej nazwy te należy tłumaczyć na potrzeby czytelników literatury pięknej, a inaczej dla klientów restauracji oferujących określone kulinaria w krajach, gdzie są one mało znane, czy dla turystów, którzy będą czytali przewodniki. Dobór techniki wynika z ograniczeń narzuconych tłumaczowi przez rodzaj tekstu (literacki, nieliteracki), a także jego gatunek. Istotna jest także funkcja tekstu docelowego. Pamiętać należy, że nie zawsze funkcja przekładu jest taka sama jak tekstu źródłowego. W procesie przekładu tłumacz musi także uwzględnić potrzeby komunikacyjne odbiorców tekstu docelowego w oparciu o informacje na temat jego wiedzy o rzeczywistości, jakiej dotyczy tekst źródłowy. Jeżeli te potrzeby nie zostaną uwzględnione, nie dojdzie do spełnienia postulatu efektywności komunikacji interlingwalnej, a zatem odbiorca tekstu docelowego nie otrzyma informacji potrzebnych do

prawidłowego odkodowania komunikatu i nie zrozumie go w wystarczającym stopniu, co w zależności od typu przekładu może mieć poważne konsekwencje. Terminologia realioznawcza to jedno z większych wyzwań, jakim musi sprostać tłumacz. Problem ten ilustruje nieskuteczne tłumaczenie menu restauracji koreańsko-japońskiej w Warszawie, gdzie termin *kimchi* został przetłumaczony jako „koreańska sałatka z kapusty pekińskiej”. Doprowadziło to do sytuacji, w której klientka, niemająca zbyt obszernej wiedzy na temat kulinariów, zamówiła samą sałatkę, wychodząc z założenia, że będzie to zdrowy i lekkostrawny posiłek. Szok, jakiego doznała po pierwszym kęsie, niemal całkowicie zraził ją do kuchni koreańskiej. Zabrakło bowiem istotnej informacji, że jest to bardzo pikantny dodatek do potraw, sam nigdy niespożywany oddzielnie. Zawsze zamawia się do niego ryż oraz zwykle danie mięsne czy rybne. W tej sytuacji do konsekwencji komunikacyjnych niewątpliwie należy zaliczyć utratę klientów, gdyż źle przetłumaczone menu nie zachęca do ponownego skorzystania z oferty kulinarnej restauracji.

Bibliografia

- Alcaraz, Varó Enrique i Brian Hughes. 2002. *Legal Translation Explained*. Manchester.
- Bae, Song-ja. 2010. 『전통 웰빙주 막걸리』 (*Tradycyjny well-being alcohol makgoeli*). Seul.
- Barecki, Józef i Marek Łebkowski. 1994. *Domowe nalewki i likiery. Encyklopedia Sztuki kulinarnej, tom 46*. Warszawa.
- Bogacka, Małgorzata. 1896. *Powszechna kuchnia swojska*. Nowy Sącz.
- Bystroń, Jan. 1933. *Dzieje obyczajów w dawnej Polsce: wiek XVI–XVIII*. Warszawa.
- Chwalba, Andrzej (red.). 2004. *Obyczaje w Polsce*. Warszawa.
- Ciesielski, Teofil. 1925. *Miodosytnictwo*. Lwów.
- Cieśla, Jan. 1992. *Od abbocato do żubrówki. Wszystko o napojach*. Warszawa.
- Ćwierczakiewicz, Lucyna. 1885, reprint 1985. *Jedyne praktyczne przepisy konfitur, różnych marynat, wędlin, wódek, likierów, win owocowych, miodów oraz ciast: według wydania z 1885 roku*. Warszawa.
- Ćwierczakiewicz, Lucyna. 1898. *365 obiadów*. Warszawa.

- Dąbkiewicz, Jan. 1838. *Spizarnia wiejska obywatelska*. Wilno.
- Kierzkowska, Danuta. 1991. *Kodeks tłumacza sądowego*. Warszawa.
- Kierzkowska, Danuta. 2002. *Tłumaczenie prawnicze*. Warszawa.
- Kim, Hye-yeong i Jo Yeong. 2007. 『식생활과 문화』 (*Życie żywieniowe i kultura*). Seul.
- Kim, Mi-yeong. 2010. 『유교의례의 전통과 상징』 (*Tradycja i symbolika obrzędu konfucjańskiego*). Seul.
- Kim, Sang-bo. 2006. 『조선시대의 음식문화』 (*Kultura kulinarna w czasie dynastii Joseon*). Seul.
- Kromer, Marcin. 1577, reprint 1984. *Polska – czyli o położeniu ludności, obyczajach, urzędach i sprawach publicznych Królestwa Polskiego księgi dwie*. Kolonia / Olsztyn.
- Kubacki, Artur Dariusz. 2012. *Tłumaczenie poświadczone. Status, kształcenie, warsztat i odpowiedzialność tłumacza przysięgłego*. Warszawa 2012.
- Libera, Paweł. *Najstarsze polskie przepisy na miody pitne*. <http://www.pasieka24.pl/index.php/pasieka-czasopismo-dla-pszczelarzy/> (data dostępu 10. 09. 2015 r.).
- Matulewska, Aleksandra i Paulina Nowak. 2006. *Polskie sprawozdanie finansowe w tłumaczeniu na francuski*, (w:) *Lingua Legis*, nr 14, s. 65-71.
- Matulewska, Aleksandra. 2007. *Lingua Legis in Translation*. Frankfurt am Main.
- Matulewska, Aleksandra. 2013. *Legilinguistic Translatology. A Parametric Approach to Legal Translation. Linguistic Insights vol. 171*. Bern.
- Ochorowicz-Montatowa, Marya. 1926. *Uniwersalna książka kucharska*. Lwów/Warszawa.
- Rurarz, Joanna P. 2005. *Historia Korei*. Warszawa.
- Russak, Grzegorz. 2013. *Tajemnice nalewek*. Warszawa.
- Seo, Dae-seok. 2002. 『한국 신화의 연구』 (*Badanie mitów koreańskich*). Seul.
- Sin, Seung-mi et al. 2005. 『우리 고유의 상차림』 (*Koreańskie oryginalne nakrycia stołu*). Seul.
- Vinay, Jean-Paul i Jwan Darbelnet. 1958. *Stylistique comparée du français et de l'anglais*. Paris.
- Wróblewski, Romuald. 2001. *Miodosytnictwo. Rozprawa o miodach pitnych i dawnej gościnności*. Łódź.