

In the right place



Christy de Back

at the right time

Het Engels is een van de meest gesproken en meest invloedrijke talen ter wereld. 'Dat is best bijzonder. Want eigenlijk is het helemaal niet zo'n makkelijke taal om te leren.' Aan het woord is Christy de Back. Ze werkt als beëdigd tolkvertaler Engels. Daarnaast geeft zij les aan de Erasmus Universiteit en verzorgt ze taaltrainingen. Een aantal dagen per week heeft zij een werkplek bij Rijken & Jaarsma.

De reden dat het Engels een wereldtaal is geworden, is volgens Christy eenvoudig te verklaren. 'Door de eeuwen heen waren de Britten altijd op het juiste moment op de juiste plek aanwezig. En dat is eigenlijk nog steeds zo, kijk bijvoorbeeld maar naar de hedendaagse popmuziek, daarin domineert de Engelse taal ook nog steeds. Maar het had zomaar anders kunnen lopen. Stel dat de Nederlanders in 1667 de stad New York niet in ruil voor Suriname aan de Engelsen hadden overgedragen....'

Grotere doelgroep

'Ook vandaag de dag is Engels nog steeds een van de belangrijkste talen ter wereld,' vervolgt Christy haar verhaal. 'Dat geldt zeker voor het internationale bedrijfsleven waarbinnen veelal in het Engels wordt gecommuniceerd. De vertaling van een Nederlandse tekst naar het Engels is in feite ook een *switch*. Opeens is een tekst die eerst alleen voor zo'n 16 miljoen Nederlanders en een paar miljoen Belgen toegankelijk is, begrijpelijk voor zo'n 3 miljard wereldburgers. Bedrijven bereiken met Engelse teksten dus een veel grotere doelgroep.'

Tussenfase 'zonder taal'

Toch gaat het bij vertalen niet alleen om het een-op-een vertalen van woorden. Christy: 'Ik vertaal niet zoals een computer dat doet, woord voor woord en letterlijk. Als vertaler lees je de tekst, je interpreteert de strekking van de tekst en daarna is deze een tijdje als het ware "zonder taal" in je hoofd. Pas na deze tussenfase transformeer je de tekst naar een andere taal. Uiteraard is het als vertaler belangrijk te weten wat de auteur met de tekst wil bereiken, wat de boodschap is en voor welke doelgroep. Moet het bijvoorbeeld eenvoudig Engels zijn of juist elegant en deftig? Allemaal zaken die belangrijk zijn om te weten en die de opdrachtgever in zijn briefing moet opnemen.'

Combinatie

Christy werkt met een uitgebreid netwerk van freelance vertalers voor onder meer Engels en Duits. 'Het is belangrijk om per opdracht de juiste vertaler in te schakelen. De vertaler moet iemand zijn die feeling heeft met of kennis heeft over de opdrachtgever of de branche waarin deze actief is. Het kiezen van de juiste combinatie vertaler/opdrachtgever zie ik als mijn grootste kracht. Dat maakt het eindresultaat optimaal. Daarnaast werken we altijd met een "tweede lezer", dat geeft nog een stuk extra zekerheid.'

Risico's

Soms kleven er risico's aan het vertalen van teksten. 'Zo kunnen bijvoorbeeld juridische teksten betrekking hebben op een specifieke situatie in een land, dat kun je niet zomaar overnemen, dat moet echt met verstand gebeuren. Ook hebben wij instanties in Nederland, die in het buitenland niet voorkomen, dus moet je daar de juiste tegenhangers voor vinden. En we hebben te maken met cultuurverschillen. Wat in het Nederlands heel normaal is, kan in het Engels *not done* zijn en andersom. In al die situaties kan een toelichting of een aanvulling nodig zijn. Daar wijzen we de auteurs wel op. Als vertalers denken we mee met onze opdrachtgevers. Dat is onze meerwaarde.'

TransCreation: woorden herschrijven

Elke taal kent zijn eigen kenmerken die vaak sterk cultureel bepaald zijn. Als teksten vanuit bijvoorbeeld het Duits of het Engels naar het Nederlands worden vertaald, moet er dus nog een specifiek Nederlands sausje overheen worden gegoten. Christy: 'Dat gaat veel verder dan vertaalwerk. Wij noemen dat "TransCreation" oftewel het vertalen en vervolgens herschrijven van teksten. Een goed voorbeeld is de wereldwijde keten van Vapiano Restaurants. In Duitsland staat op hun placemats: "Die längsten Geschichten schreibt die Frische". En in Engeland staat er: "Freshness writes the longest stories". Wij maakten er iets heel anders van, namelijk: "Het geheim van Vapiano". Een ander voorbeeld is een keten van vakantieverblijven waar de nadruk op sfeer, boerenlandleven en eenvoud ligt. In hun brochure voor de Engelse markt staat de slogan: "Now we are ten....". Dat is een verwijzing naar een in Engeland bekend kinderboek van de schrijver A.A. Milne, maar dat kunnen we in Nederland natuurlijk niet gebruiken. Daar maakten we van: "Waar geluk nog heel gewoon is...."'

