

0 błędach w tłumaczeniu ciąg dalszy

O błędach w [tłumaczeniach](#) na język angielski wiele już powiedziano i napisano. Natrafiając jednak wciąż na nowe przykłady, dochodzę do wniosku, że jest to temat rzeka. Poniżej kilka nowych przykładów z serii „co tłumacz miał na myśli”. □

Szwedzka firma Electrolux produkująca odkurzacze użyła do promowania swoich produktów w USA hasła: „Nothing sucks like an Electrolux”. Ciekawe, czy slogan zachęcił kogoś do kupna. Dla niewtajemniczonych: słowo *sucks* w języku potocznym znaczy, że coś jest *do bani*.

Na Tajwanie slogan Pepsi „Come alive with the Pepsi Generation” został przetłumaczony na „Pepsi will bring your ancestors back from the dead”.

Niezłą gafę zaliczyła firma Parker, promująca swoje długopisy w Meksyku. [Tłumacz](#) użył niestety niewłaściwego słowa i w miejsce „It won't leak in your pocket and embarrass you” pojawiło się zupełnie nowe hasło, odbiegające znaczeniem od zamierzonego: „It won't leak in your pocket and make you pregnant”.

Z kolei firma General Motors, wprowadzając na rynki południowoamerykańskie swój model samochodu *the Chevy Nova*, nie zdawała sobie sprawy, że „no va” znaczy w języku hiszpańskim tyle co „it won't go”. Jak tylko zorientowano się, dlaczego sprzedaż ma tak słabe wyniki, zmieniono nazwę na *the Caribe*.

Jakie wnioski można wyciągnąć z powyższych przykładów? Jeśli chcesz mieć pewność, że coś zostanie dobrze zrobione, to powierz to specjalistom, np. zespołowi [Atomium](#). □