

Mirna LINČIR LUMEZI*

**IZAZOVI PREVOĐENJA STRUČNE TERMINOLOGIJE U TURIZMU:
ACTA TURISTICA – NEKOLIKO PRIMJERA IZ PRAKSE**

**CHALLENGES OF TRANSLATING TOURISM-RELATED TERMINOLOGY:
ACTA TURISTICA – SOME ILLUSTRATIVE EXAMPLES**

SAŽETAK: Cilj ovoga rada je opisati strategije koje u rješavanju navedenih izazova rabe prevoditelji stručnih i znanstvenih tekstova o turizmu, i to onih na engleskome jeziku, i ilustrirati ih primjerima iz prakse odabranima iz prijevoda tekstova objavljenih u znanstvenom časopisu *Acta Turistica* u izdanju Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu koji već više od 30 godina objavljuje tekstove paralelno na hrvatskome i engleskome jeziku. Rad također nastoji predložiti moguće smjernice za ujednačavanje hrvatske stručne terminologije u turizmu.

KLJUČNE RIJEČI: turizam, stručna terminologija, znanost o prevođenju, engleski jezik struke, engleski za turizam

ABSTRACT: This paper aims to describe the strategies used by translators in solving these challenges when translating academic texts on tourism from English into Croatian, and to illustrate them with examples taken from papers published simultaneously in Croatian and English in *Acta Turistica* over the period of 30 years of publishing this scientific journal that is affiliated with the Faculty of Economics & Business of the University of Zagreb. Finally, the paper intends to suggest possible guidelines for the standardization of Croatian tourism-related terminology.

KEY WORDS: tourism, specialist terminology, translation studies, English for special purposes, English for tourism purposes (ESP / ETP)

* mr.sc. Mirna Linčir Lumezi, University of Zagreb, Faculty of Economics & Business, Croatia, e-mail: mlin-cirlu@net.efzg.hr

1. UVOD

Turizam predstavlja vrlo važan segment gospodarstva koji se neprestano mijenja. Stvaraju se novi oblici turizma, mijenjaju ga i tehnologije, a nova terminologija koja te promjene prati često nam dolazi iz engleskoga jezika. Djelatnici u turizmu se stoga neprestano suočavaju s problemom iznalaženja odgovarajućih hrvatskih termina te često pribjegavaju najjednostavnijem, ali upitnom rješenju, a to je uvođenje tuđica i anglizama. S druge strane, pokušaji prevođenja tih termina na hrvatski ponekad završavaju odabirom neprikladnih doslovnih prijevoda ili se pak oni nastoje prevesti opisno, kako bi željeno značenje doprlo do slušatelja ili čitatelja. Drugi je problem neujednačenost i nestandardiziranost postojeće hrvatske turističke terminologije čemu pridonose suvremene tehnologije i dostupnost tekstova najrazličitije kvalitete na internetu zahvaljujući kojima češće dolazi do širenja i usvajanja loših i neadekvatnih jezičnih rješenja.

Znanstveni i stručni radovi iz područja turizma ne bi smjeli pribjegavati površnim i nepreciznim jezičnim rješenjima te se i pred autore koji pišu na hrvatskome jeziku i pred prevoditelje engleskih tekstova o turizmu postavlja izazovan zadatak iznalaženja što točnijih i adekvatnijih jezičnih rješenja za nove termine u situacijama kad oni ne postoje ili su neodgovarajući. Osim što je njihova zadaća važna radi prenošenja recentnih informacija o istraživanjima turizma, oni na taj način pridonose i obogaćivanju, ujednačavanju i standardizaciji stručne terminologije o turizmu na hrvatskome jeziku.

Taj je zadatak još značajniji ako se uzme u obzir činjenica da danas hrvatska akademska zajednica često inzistira na objavljivanju radova isključivo na engleskome jeziku čime se istraživače dodatno demotivira u iznalaženju dobrih terminoloških rješenja za pojmove koji ne postoje u hrvatskome jeziku i u ujednačavanju postojeće terminologije. U

1. INTRODUCTION

Tourism represents a very important and a constantly changing segment of the economy. New forms of tourism are being created, and are being changed by technology, and the new terms that result from these changes often come from the English language. Therefore, professionals in tourism are constantly facing problems related to finding appropriate Croatian terms, and they often resort to the simplest, albeit questionable, solution – to introduce loan words and Anglicisms. On the other hand, attempts at translating these terms into Croatian often lead to inappropriate literal translations or descriptions of new terms, in an attempt to transfer the message to listeners or readers. A further problem is inconsistency and the lack of standardization of existing Croatian tourism terms. This is due to modern technologies and the availability of a large number of texts on the Internet, some of which are of dubious quality, which enable bad or inadequate linguistic solutions to spread fast and become accepted in some languages.

Academic and professional papers on tourism should not resort to cursory and imprecise linguistic solutions. Therefore, in a situation in which some term does not exist in the target language, or is inappropriate, scholars writing in Croatian and translators of texts on tourism in English face the challenge of having to search for the most accurate and appropriate linguistic solution. Not only is their task important, because they transfer to the readers information on recent developments in a given field, but they also contribute to the enrichment and standardization of Croatian professional tourism terminology.

This task is even more important if we consider the fact that the Croatian academic community today often insists on publishing papers exclusively in English and thus discourages researchers from finding good terminology solutions for terms which do not exist in Croatian, and from standardiz-

tom je smislu jedna od dragocjenih iznimki časopis *Acta Turistica* koji već 30 godina objavljuje Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Časopis objavljuje znanstvene radove o turizmu koji se paralelno tiskaju na engleskome i na hrvatskome jeziku i tako neprestano obogaćuje stručnu turističku terminologiju na hrvatskome jeziku.

Cilj je ovoga rada opisati s kojim se izazovima pri prevođenju stručnoga vokabulara suočavaju prevoditelji znanstvenih tekstova iz područja turizma objavljenih u časopisu *Acta Turistica* i prevoditeljske strategije koje rabe pri njihovom rješavanju te ih ilustrirati primjerima. U tu svrhu nije analiziran strogo definirani korpus tekstova, već su prevoditelji odabrali primjere iz prijevoda objavljenih u *Acti Turistici* od 2009. - 2018. koje su smatrali ilustrativnima. I na kraju, ovaj rad nastoji ukazati na problem nedostatne ujednačenosti hrvatske turističke terminologije i njezine standardizacije te naznačiti smjernice za moguća buduća rješavanja tih problema.

2. SPECIFIČNOSTI PREVOĐENJA STRUČNIH I ZNANSTVENIH TEKSTOVA O TURIZMU

Sve vrste prevođenja imaju za cilj prenošenje poruke prethodno izražene jednim jezikom u „jednakovrijednu poruku izraženu nekim drugim jezikom“ (Ivir, 1985:11). U tom procesu različite vrste prevođenja, poput usmenog ili pisanog, književnog ili stručnog, pred prevoditelja stavljaju različite izazove vezane, primjerice, uz leksik, sintaksu, registar ili stil. Bez ulaženja u svu složenost tih problema kod raznih vrsta prevođenja, u ovome radu usredotočit ćemo se na specifičnosti prevođenja leksičkih jedinica znanstvenim tekstovima, i to onima iz područja turizma. Prevođenje leksičkih jedinica osobito je važno u stručnim i znanstvenim tekstovima jer oni, za razliku od primjerice žargona kojega koristi pojedina struka, zahtijevaju postizanje potpune ili barem velike razine ekvivalencije između izvornog teksta

ing terms already in use. One of the notable exceptions is the *Acta Turistica* journal that has been published for 30 years by the Department of Tourism, Faculty of Economics and Business, University of Zagreb, Croatia. The journal publishes academic papers on tourism, in English and Croatian simultaneously, thus continuously enriching Croatian professional tourism terminology.

The aim of this paper is to describe the challenges translators of academic papers on tourism published in *Acta Turistica* face when translating professional vocabulary, to discuss the strategies they use to solve them, and to provide some illustrative examples. The paper does not focus on a text corpus created for this purpose. Instead, translators working for *Acta Turistica* have chosen some illustrative examples from the texts published in the journal between 2009 and 2018. Finally, this paper aims to draw attention to the problem of inconsistencies in Croatian tourism terminology, its poor standardization, and to outline possible guidelines for the solution of these problems.

2. SPECIFIC FEATURES OF TRANSLATING PROFESSIONAL AND ACADEMIC PAPERS ON TOURISM

All types of translation aim to transfer a message expressed in one language into ‘an equivalent message expressed in another language’ (Ivir, 1985:11). In this process different types of translation, such as translating written texts and interpreting, translating literature and professional papers, present different types of challenges to translators: challenges related to lexis, syntax, register or style. Without wishing to describe the complexity of these problems in various types of translations, this paper focuses on the specific features of translating lexical units in academic papers and, more specifically, in academic papers on travel and tourism. Translating lexical units is particularly important in such papers

i prijevoda te izbjegavanje tuđica gdje god je to moguće. Razlog je tomu činjenica da takvi tekstovi trebaju vjerno prenijeti informacije o najnovijim saznanjima u pojedinome području, a ponekad i po prvi puta upoznati čitatelja s novim pojavama i uz njih vezanim terminima.

Da bi prevoditelj u bilo kojoj vrsti prevođenja uspješno ispunio svoj zadatak, pretpostavka je da posjeduje određene kompetencije. Traduktologija ili znanost o prevođenju u svojoj ih je razmjerno kratkoj povijesti na različite načine definirala, a u nastojanju da ih uz određene modifikacije objedini, Pavlović (2015:218-228) navodi sljedeći popis kompetencija:

- jezična kompetencija, koja pretpostavlja izvrsno poznavanje materinjeg i barem još jednog stranog jezika, što uz poznavanje gramatike, pravopisa i leksika standardnoga jezika obuhvaća i izvrsno snalaženje u različitim funkcionalnim stilovima ili registrima, poznavanje strukture i žanrovskih konvencija različitih vrsta tekstova;
- poznavanje kultura povezanih s jezicima s kojih i na koje prevode i to u najširem smislu, što podrazumijeva široko opće obrazovanje te neprestano usavršavanje i praćenje promjena u kulturi i jeziku;
- prijevodna kompetencija, što podrazumijeva sposobnost izrade prijevoda koji odgovara konkretnoj prijevodnoj situaciji i vještinu redigiranja prijevoda;
- snalaženje u stručnim područjima odnosno dobro poznavanje područja o kojemu su tekstovi koje se prevodi;
- informatička kompetencija, koja obuhvaća prevoditeljske alate i resurse;
- profesionalna kompetencija, što podrazumijeva poznavanje „jezične industrije“ i povezanih djelatnosti kao i profesionalne etike.

Navedenim kompetencijama svakako treba dodati i široku iskustvenu podlogu (Ivir, 1985:18).

because unlike, for instance, the jargon used by some professions, they require a complete or at least a very high level of equivalence between the source text and the target text, as well as the avoidance of loan words wherever possible. The reason for this is that these types of texts need to faithfully transmit information on the latest discoveries in a given field, and sometimes to be the first to inform the reader about recent developments in the field and the terms related to them.

For a translator to succeed in any type of translation work, it is necessary for him/her to possess certain competencies. In its relatively short history, traductology or translation studies have defined these competencies in various ways. In order to provide a list of competencies that encompasses them all, Pavlović (2015:218-228) states the following:

- linguistic competence, which refers to a high level of proficiency in a mother tongue and at least one foreign language, which involves both excellence in the grammar, orthography and lexis of a standard language, and the mastery of various functional styles and registers, as well as a sound knowledge of the structural and genre conventions of different types of texts;
- full understanding of the cultures of the source and target languages, which involves a broad general education, continuous learning and keeping abreast of changes in said cultures and their languages;
- translation competence, which refers to the ability to provide a translation that is appropriate for a specific translation situation, and the skill to edit the translation;
- understanding of various professional fields, i.e. sound knowledge of a field the text is about;
- IT competence, which refers to translation tools and resources;
- professional competence, which involves understanding of the language industry and related activities as well as professional ethics.

S obzirom na temu ovoga rada, osobita pažnja posvećuje se kompetenciji koja se odnosi na snalaženje u stručnim područjima. Kako navodi Pavlović (2015:224-225), prevoditelji koji su istovremeno i stručnjaci za određeno područje, što podrazumijeva i formalno obrazovanje i sustavna znanja iz toga područja, rijetki su, osobito u manjim kulturama poput naše gdje velika većina prevoditelja ima primarno filološko, a ne i obrazovanje iz nekog drugog područja. Stoga su, uz rijetke iznimke, prevoditelji u situaciji da u svom profesionalnom životu prevode tekste iz raznih područja te tako i stječu znanja o njima. Kako bi uspješno obavili tako raznovrsne zadatke, nužno je da imaju „izuzetno razvijenu sposobnost pronalaženja potrebnih informacija“ i da znaju „kako u kratkom vremenu ući u određeno uže područje i naučiti o njemu upravo onoliko koliko je potrebno za prijevod na kojem upravo rade“ (Pavlović, 2015:225). Kako bi to postigli, nužno je vladati sposobnostima korištenja internet-skih tražilica i ostalih referentnih materijala. Pretpostavka rada na stručnome tekstu je posjedovanje znanja vezanih uz područje kojim se tekst bavi. A upravo „poznavanje terminologije određenoga područja podrazumijeva usvajanje znanja o njemu“ (Cabré, 2010:358). Tijekom vremena, specijaliziranje u prevođenju tekstova iz određenog područja sa sobom će donijeti i bolje poznavanje stručne terminologije vezane uz to područje te općenito usvajanje stručnih znanja i bolje razumijevanje stručne građe.

Međutim, prevođenje tekstova o turizmu je specifično po tome što turizam kao sustav u sebi objedinjuje, između ostaloga, područja poput kulture, povijesti, sociologije, zemljopisa, ali i ekonomije, marketinga, menadžmenta i financija, što znači da teme kojima se stručni i znanstveni tekstovi o turizmu bave dolaze iz najrazličitijih područja čovjekova djelovanja i pretpostavljaju veoma raznovrsna znanja. Tako su primjerice i mnogi članovi Međunarodne Akademije za proučavanje turizma, od kojih su neki i čla-

Moreover, a broad experiential background should be added to the above-mentioned list (Ivir, 1985:18).

The topic of this paper focuses on the competence that refers to the understanding of various professional fields. Pavlović (2015:224-225) states that there are very few professional translators who are also experts in some other field of knowledge, which would involve both having a formal education in and a systematic knowledge of a given field. This is particularly true in small cultures like Croatian, where most professional translators have an educational background in philology and not in some other field of knowledge. Therefore, with rare exceptions, in their professional career, translators have to translate texts about different areas of knowledge and they will acquire knowledge of those areas by working. In order to perform tasks of such diversity, it is necessary for them to possess “a strongly developed ability to find necessary information” and to know “how to approach quickly some narrow area of knowledge and learn about it exactly as much as they need for a translation they are currently working on” (Pavlović, 2015:225). In order to do that, it is necessary to be able to use search engines and other reference materials proficiently. Therefore, a prerequisite for work on any professional text is to possess an understanding of the area of knowledge a text is about. At the same time, “knowing the terminology of a field implies acquiring knowledge of it” (Cabré, 2010:358). Gradually, specializing in translating texts in a specific field will lead to a better understanding of the professional terminology related to the field, the acquisition of professional knowledge and a better understanding of professional materials in general.

However, translating texts on tourism is very specific due to the fact that it is an industry encompassing, among other things, culture, history, sociology, and geography, as well as economics, marketing, and management and finance. In other words, the topics of academic papers on tourism come from vari-

novi uredničkog odbora časopisa *Acta Turistica*, najrazličitijeg formalnog obrazovanja i primarnog područja interesa: Wiliam C. Gartner i Larry Dwyer su ekonomisti, Alison Gill i Chris Cooper geografi, Jafar Jafari je antropolog, a Pauline J. Sheldon matematičarka.

Ako samo letimično pregledamo brojeve časopisa *Acta Turistica* u posljednjih nekoliko godina, uočiti ćemo da su teme kojima se bave u njima objavljeni radovi veoma raznovrsne, a ponekad i usko specifične te često ne pripadaju lepezi tema koje obično vežemo uz turizam. Neke od njih su, primjerice, mušičarenje (posebna vrsta ribolova), potom vrednovanje kulturne baštine i kategorizacija sportskog turizma te problemi prilagodbe turističkih sadržaja osobama s invaliditetom, tema koja obuhvaća znanja iz područja medicine i socijalnog rada. Specifičnom problematikom bavi se i tekst o hibridnom inteligentnom modelu prognoziranja turističke potražnje i odnosu sistemskog mišljenja i društvenog kapitala. Naposljetku, neizostavni dio mnogih tekstova je i statistička analiza rezultata istraživanja.

Prilikom prevođenja stručnih tekstova prevoditelji će prvo posegnuti za raspoloživim tekstualnim resursima. To su jednojezični dokumenti iz područja na koje se tekst odnosi (specijalizirani tekstovi, tezaursi, enciklopedije, korpusi stručnih tekstova na internetu itd.) i terminološki resursi (dvojezični i jednojezični rječnici, glosari, stručni leksikoni i terminološke baze). U obilju na internetu dostupnih tekstova, prevoditelji često rabe i paralelne verzije tekstova na više jezika, ali pri tome trebaju pažljivo procijeniti njihovu pouzdanost. Oni koji se odnose na nacionalne i međunarodne standarde ili tekstovi koje su kreirale institucije koje se bave standardiziranjem terminologije svakako predstavljaju najbolji izbor (Cabré, 2010:362). Prevodilaštvo i terminologija međusobno su usko povezani. Terminologija se bavi terminima u deskriptivnom i teorijskom smislu, ali je primjenjiva na način da priku-

ous areas of human activities, thus requiring knowledge of diverse areas. To illustrate this, many members of the International Academy for the Study of Tourism, some of whom are also members of the *Acta Turistica* Editorial Board, come from various academic backgrounds and have different primary fields of interest: Wiliam C. Gartner and Larry Dwyer are economists, Alison Gill and Chris Cooper geographers, Jafar Jafari is an anthropologist, while Pauline J. Sheldon is a mathematician.

If we take a quick glance at the *Acta Turistica* issues over the past few years, we will notice that the topics of the papers show a great variety. They also sometimes have a very narrow focus on some specific areas that do not fit into the usual array of topics we associate with tourism. Some of them are, for instance, about fly-fishing (a special type of fishing), cultural heritage valuation, the categorization of sport tourism, and the challenges of fitting out tourist facilities for disabled people, the last a topic that requires a knowledge of medicine and social work. In addition, there is a text on a hybrid intelligence model for tourism demand forecasting and the relation between systems thinking and social capital. Finally, an inevitable part of many academic papers is statistical analysis of research data.

When translating academic papers, translators will first resort to available textual resources. These are monolingual documents on the subject (specialised texts, thesauri, encyclopaedias, specialized textual corpora on the internet etc.) and terminological resources (bilingual and monolingual dictionaries, glossaries, specialized lexicons and terminological databases). From the large number of texts available on the internet, translators also often use aligned parallel versions of texts in several languages. However, these should be used cautiously, and translators should first evaluate their reliability. It is best to choose ones that refer to national and international standards, and documents created by institutions which are responsible for the standardization of terminology (Cabré,

plja termine i razvija glosare i druge alate koji mogu biti korisni stručnjacima u pojedinome području, kao i prevoditeljima stručnih tekstova (Cabré, 2010). Upravo su resursi koje ona kreira često glavni izvori na kojima će prevoditelj nastojati riješiti svoje dileme, naći ekvivalent ili odabrati najbolje rješenje između nekoliko mogućih. Istovremeno, ti resursi prevoditeljima omogućuju stjecanje znanja o području o kojemu se prevodi. S druge strane, i sama terminologija često koristi upravo prijevode dokumenata kao izvor novih termina, ako oni ne postoje u izvornim tekstovima o toj temi u ciljnome jeziku. Međutim, Cabré (2010) upozorava da se tomu pribjegava isključivo kad o toj temi ne postoji diskurs u nekome jeziku.

Nadalje, prevoditeljima stručnih tekstova od ključne je važnosti i suradnja sa stručnjacima iz područja u kojemu prevode, pogotovo u situaciji kad pouzdani tekstualni resursi ne nude jednoznačno rješenje problema. Međusobno surađujući, prevoditelji i stručnjaci zajednički iznalaze jezična rješenja, kreiraju nove termine ili provjeravaju valjanost postojećih prijevodnih rješenja. Na taj način prevoditelji, zajedno sa stručnjacima, izvršavaju jednu od svojih važnih uloga, a to je stvaranje novog stručnog nazivlja te ujednačavanje i standardiziranje postojećeg nazivlja (Sager, 1998 u Pavlović, 2015:225).

Što od navedenoga koriste prevoditelji znanstvenih tekstova o turizmu s engleskoga na hrvatski jezik? Iako postoji niz dvojezičnih rječnika, zbog zastarjelosti nekih od njih te brzih promjena u turizmu i njegove multidisciplinarnosti, oni tek djelomično rješavaju prevoditeljske dileme. Usto, s obzirom da turizam u sebi objedinjuje znanja iz najrazličitijih područja čovjekova djelovanja, teško je očekivati da će ijedan rječnik u potpunosti zadovoljiti prevoditeljeve potrebe. Situacija s terminološkim bazama je još lošija te usprkos hvalevrijednim naporima koje neke institucije ulažu u njihov razvoj (Institut za turizam, Struna), još nemamo sveobuhvat-

2010:362). Given the above, translating and terminology are closely interrelated. Terminology deals with terms descriptively and theoretically, but it also has a practical purpose as it collects terms and develops glossaries and other tools that can be useful to specialists in various areas and to translators of professional and academic texts (Cabré, 2010). The resources it creates are often the main resources translators use to resolve their dilemmas, to find the right equivalent in the target language and to choose the best solution among several possible solutions. At the same time, these resources provide an opportunity for translators to gain knowledge in the area they are working in. On the other hand, terminology itself often uses translations of documents as a source of new terms if they do not exist in the original texts in the subject in the target language. However, Cabré (2010) warns that terminologists will resort to this strategy only when there is no discourse on a specific subject in a target language.

Next, cooperation with experts in a given field is of utmost importance to translators of professional and academic texts, particularly when reliable textual resources do not provide an unambiguous solution to the problem. Through their cooperation, translators and expert professionals find terminological solutions together, coin new terms or check the validity of existing translation solutions. Thus translators, along with experts in a given field, perform one of their important roles – together, they create new professional terms and work on the standardization of the existing professional vocabulary (Sager, 1998 in Pavlović, 2015:225).

What, from among the above, do Croatian translators of academic papers on tourism in English use? There are many bilingual dictionaries available, but some of them are outdated and, as tourism is marked by fast changes, and as it is a multidisciplinary system, and as such dictionaries are not updated regularly, they can only partly solve the dilemmas translators face. Moreover, tour-

nu terminološku bazu turizma. Kad je riječ o postojećim prijevodima i tekstovima dostupnima na internetu, potrebno ih je rabiti s velikim oprezom jer, čak i kad je riječ o tekstovima na stranicama institucija koje se bave turizmom, terminologija je često neujednačena i nestandardizirana. Stoga oni mogu poslužiti samo kao orijentir ili početna točka u razumijevanju određenoga područja, novih pojava i pojmova ili u potrazi za najadekvatnijom hrvatskom inačicom.

Kad se sve navedeno uzme u obzir, uz postojeće rječnike, službene dokumente i znanstvene radove na hrvatskome jeziku, najpouzdaniju pomoć pri prevođenju prevoditelju će pružiti stručnjaci iz područja na koji se tekst odnosi. Prevoditelji tekstova za časopis *Acta Turistica* imaju veliku prednost što, zahvaljujući činjenici da i rade kao profesori poslovnog engleskoga jezika i engleskog u turizmu na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, imaju priliku svojim višegodišnjim radom stjecati znanja koja im djelomično olakšavaju prevođenje. Međutim, u konačnici terminološke probleme najčešće rješavaju s profesorima s Katedre za turizam, ali i drugih katedri Ekonomskog fakulteta s kojima postoji kontinuirana suradnja. Valja napomenuti da je ona višestruko korisna jer dubinski rad na stručnim tekstovima za profesore jezika predstavlja i izvor novih znanja i kontakta s najnovijim dostignućima u struci.

ism encompasses the most various areas of human activities. Therefore, it is unlikely any dictionary will completely fulfil a translator's needs. The situation with terminological databases is even more unsatisfactory and, despite the valuable efforts some institutions devote to their development (Institute for Tourism, Struna), there is still no comprehensive tourism terminological database in Croatian. When it comes to English and Croatian versions of texts in parallel alignment, which are available on the internet, they need to be used with the greatest caution because the terminology they use is often inconsistent and nonstandardised, even on the websites of institutions working in tourism. Hence, they can only be used as a benchmark or a starting point for a translator's attempts to understand a specific subject, the latest developments in a given field and new concepts, or for their search for the most appropriate Croatian equivalent.

Taking the above into consideration, along with existing dictionaries, official documents and academic papers in Croatian, professional experts in the field the subject is related to will provide the most reliable help to a translator. *Acta Turistica* translators are also teachers of business English and English for tourism at the Faculty of Economics and Business, University of Zagreb, Croatia. Therefore, over the years of their professional work, they have had the opportunity to continuously acquire knowledge in tourism and economics which, unfortunately, only partly helps them in their translation work. Therefore, in the final stage of their work, they will often solve terminological problems with researchers at the Department of Tourism, as well as other departments of the Faculty of Economics and Business, with whom they have been collaborating for years. It is important to note that this collaboration brings multiple benefits to translators as in-depth work on academic texts also provides them with an opportunity to improve their knowledge in a given subject and to gain insights into the latest developments in the field.

3. VRSTE IZAZOVA PRI PREVOĐENJU STRUČNE TERMINOLOGIJE

U većini slučajeva prevoditelj će, rabeći navedene prevodilačke resurse, biti u stanju brzo i lako naći odgovarajuće prijevodno rješenje. Međutim, ponekad prijevod pred prevoditelje postavlja daleko veće izazove. U nastavku su predstavljene vrste problema u prevođenju stručnog vokabulara i prevoditeljske strategije pomoću kojih ih prevoditelji nastoje riješiti.

Cabré (2010:359) razlikuje nekoliko situacija: prva je ona u kojoj prevoditelj ne poznaje pojedini pojam i njegovo značenje. Drugo, ako i razumije pojam, prevoditelj ne zna postoji li u ciljnome jeziku leksikalizirana jedinica koja je semantički i pragmatički ekvivalent riječi u izvornom jeziku. Česta je upravo situacija da stručnjaci u pojedinome području naprosto i ne koriste neki jezik da bi komunicirali o stručnim temama ili koriste samo posuđenice. Možda su najbolji primjer za to informatički stručnjaci koji u međusobnoj komunikaciji u pravilu koriste anglizme. Drugim riječima, počesto za određeni termin na stranome jeziku ne postoji standardna jezična jedinica na ciljnom jeziku koju su stručnjaci ili institucije za standardizaciju i normiranje u tom području odredili kao točnu. Treće, prevoditelj može biti nesiguran koje je od mogućih prijevodnih rješenja koje mu se nudi u ciljnome jeziku najprikladnije. I nakraju, može imati problema s frazeologijom koju struka koristi vezano uz pojedini termin.

Iz perspektive teorije prevođenja, Pavlović situaciju u kojoj ne postoji leksikalizirana jedinica za neki pojam naziva „nepodudarnošću između jezika“ (Pavlović, 2015:38). Iako se Pavlović tim problemom bavi u kontekstu kulturnih specifičnosti koje svoj ekvivalent nemaju u ciljnome jeziku, ta grupa problema svakako može obuhvatiti i situacije u kojima su inovacije u turizmu, razvoj tehnologije i činjenica da turizam obuhvaća najrazličitije

3. TYPES OF ISSUES IN TRANSLATING PROFESSIONAL TERMINOLOGY

Most often, translators will be able to find an adequate translation solution quickly and easily, using the above-mentioned translation resources. However, it has already been noted that translators sometimes face bigger challenges. The following paragraphs will discuss the types of problems translators encounter and the strategies they use to solve them.

Cabré (2010:359) outlines the following possible situations: firstly, translators might not understand some concept and its meaning. Secondly, they do understand the meaning of a concept, but they do not know whether there is a lexicalized unit for it in the target language that is semantically and pragmatically equivalent to the term in the source language. Very often professionals in a given field, when communicating about topics related to their profession, simply do not use terms that originate from a language they use for communication, but use loan words instead. Probably the best example are IT professionals, who often use Anglicisms when communicating in their professional environment. In other words, in the target language there is no standardized lexical unit for a given term originating from a foreign language, identified as a correct one by experts or institutions that are responsible for setting standards and norms in that field. Thirdly, translators can have doubts when having to choose the most appropriate lexical unit among several possible lexical units in the target language. Finally, they can have problems with specialist phraseology in a specific field.

From the point of view of the theory of translation, Pavlović uses the concept of “disparity between languages” for a situation in which a term does not have a corresponding lexicalized item in another language (2015:38). Although Pavlović discusses the problem in the context of cultural specificities, due to which some words do not have an equivalent

djelatnosti i znanja koja se neprestano mijenjaju dovele do stvaranja novih pojmova koje ciljani jezik tek treba prihvatiti i za njih naći odgovarajuća jezična rješenja.

Prva od tih nepodudarnosti opisuje „situaciju u kojoj je pojam koji se izražava određenim leksenom izvornog jezika posve nepoznat u ciljnoj kulturi“ (Pavlović, 2015:39), problem koji se globalizacijom nešto ublažava, ali je i dalje prisutan. Druga je situacija u kojoj izvorni jezik ima pojam kojeg govornici tog jezika i pripadnici te kulture razumiju, ali u ciljnome jeziku za to pojam ne postoji. Ili, kako navodi Ivir (1987, u Pavlović, 2015:71), takve „praznine“ mogu biti one koje nastaju zbog razlika u izvanjezičnoj stvarnosti ili zbog nepostojanja leksičkih jedinica za istu izvanjezičnu stvarnost. U nastavku se opisuju strategije kojima se jezik turizma i prevoditelji tekstova o turizmu služe u navedenim situacijama.

4. STRATEGIJE RJEŠAVANJA PRIJEVODNIH PROBLEMA VEZANIH UZ LEKSIK

Niz je strategija kojima se prevoditelji služe u situacijama opisanim u prethodnom poglavlju, a njihova klasifikacija razlikuje se od jednog do drugog autora (Veselica Majhut, 2012:46-66). Za potrebe ovoga rada odabrana je sljedeća taksonomija strategija kojima se prevoditelji služe prilikom prevođenja elemenata kulture (Ivir 1987:37ff u Pavlović, 2015:73): posuđivanje ili preuzimanje, doslovan prijevod ili kalk, kulturni ekvivalent ili zamjena, objašnjenje, dodavanje, izostavljanje, neologizam i kombinacija dvaju ili više postupaka. Usto se opisuju i još neki načini na koje prevoditelji rješavaju leksičke izazove, a to su prevođenje jedne engleske riječi dvama hrvatskim riječima ili više njih ili, obrnuto, prevođenje dviju ili više engleskih riječi jednom hrvatskom riječi. U nastavku se opisuju postupci i ilustriraju se primjerima iz prijevoda tekstova o turizmu s engleskog

in a target language, this can also involve situations in which the innovations in tourism, technological development and the fact that tourism encompasses the most various areas of human activities and knowledge that are constantly changing, result in creating new terms that a target language has yet to acquire and find appropriate linguistic solutions for.

The first example of this disparity refers to “a situation in which a concept for which there is a lexeme in a source language is completely unknown to a target culture” (Pavlović, 2015:39). This problem is becoming less prominent due to globalization, but it is still present. The other example is a situation in which the source language has a lexical unit for a concept that speakers of the target language understand, but a lexical unit for it does not exist in the target language. Or, as Ivir argues (1987, in Pavlović, 2015:71), these ‘gaps’ can be due to the differences in extra-linguistic reality or to the fact that lexical items for the extra-linguistic reality do not exist. The following chapter will discuss the strategies the language of tourism and translators of texts on tourism use in the above situations.

4. STRATEGIES FOR SOLVING TRANSLATION PROBLEMS RELATED TO LEXIS

There is a number of strategies translators use in situations described in the previous chapter, and taxonomies differ from one author to another (Veselica Majhut, 2012:46-66). For the purpose of this paper, the following taxonomy of strategies used by translators for translating culture-specific items is proposed (Ivir 1987:37ff, cited in Pavlović 2015:73): borrowing or transference, literal translation or calque, cultural equivalent or substitution, explanation, addition, omission, neologism, and a combination of two or more strategies. Moreover, some other procedures translators use to solve lexical problems will be described, such as translating an English word as two or more Croatian words, or, vice

na hrvatski jezik objavljenih u razdoblju od 2009. do 2018. u časopisu *Acta Turistica*.

4.1. Posuđivanje ili preuzimanje

Jedan od načina na koji se prevoditelj nosi sa situacijom kad u ciljnom jeziku nedostaje leksem za neki pojam u izvornom jeziku je „preuzimanje elementa iz izvornog jezika, bez njegova prevođenja“ (Pavlović, 2015:73). S vremenom takve posuđenice mogu postati općeprihvaćene u ciljnome jeziku, ali takve situacije treba razlikovati od onih u kojima prevoditelj odlučuje uvesti posuđenicu po prvi puta.

Ako se posuđenica uvodi po prvi puta, mogući problem je nerazumljivost pa se često ova strategija kombinira s drugim postupcima poput dodavanja, objašnjavanja ili doslovnog prevođenja, a za posuđivanje će se prevoditelj lakše odlučiti „ako se referencija u nekom tekstu pojavljuje vrlo često, ako se naziv svojim oblikom može lako prilagoditi normama ciljnoga jezika, ako se posuđuje iz jezika iz kojeg ciljni jezik često posuđuje, ako je ciljna kultura sklonija jezičnoj permisivnosti nego čistunstvu“ (Pavlović, 2015:75).

Jezik mnogih struka obiluje posuđenicama koje su se već udomaćile ne samo u stručnom žargonu, već i u stručnoj i znanstvenoj literaturi. Od mnogobrojnih primjera koji se rabe u turizmu, treba razlikovati tuđice prilagođene hrvatskome jeziku, poput primjerice riječi, *transfer*, *transport*, *marketing*, *turoperator*, *buking*, *menadžment*, *resort*, i onih koje su zadržane u izvornom engleskom obliku, poput riječi *city-break*, *check-in*, *wellness* i *fitness*.

Neke posuđenice rabe se ravnopravno sa svojim hrvatskim ekvivalentom i odabir između takve dvije riječi ovisit će o samome prevoditelju ili uredniku. Primjeri su riječi *transport* i *prijevoz*. Međutim, ponekad takve prividno istoznačne riječi skrivaju i razlike. Primjerice, tuđicu *destinacija* počele su rabiti aviokompanije, a s vremenom

versa, translating two or more English words as one Croatian word. In the following paragraphs, these procedures will be described and illustrated with examples chosen from Croatian translations of texts on tourism written in English, published between 2009 and 2018 in the *Acta Turistica* journal.

4.1. Borrowing or transference

One of the ways translators deal with a situation in which the target language does not have a lexical unit for some concept in the source language is the “transfer of the elements from the source language, without translating them” (Pavlović, 2015:73). Over time, these loan words can become widely accepted in the target language, but this situation differs from the one in which the translator decides to introduce a loan word for the first time.

If a loan word is used for the first time, it might not be understood by a reader. Therefore, this strategy is often combined with other strategies such as addition, explanation or literal translation. The translator will be more prone to use the borrowing strategy “if there are multiple occurrences of some reference in a text, if the word’s form allows the word to adapt easily to the norms of the target language, if a word is borrowed from a language the target language often borrows from, if the target culture inclines more to permissiveness than to purism” (Pavlović, 2015:75).

The language of many professions abounds in loan words that have already been adopted not only by professional jargons, but also by professional and academic literature. When discussing numerous examples of loan words the language of tourism uses, it is necessary to make a distinction between loan words adapted to Croatian, such as *transfer*, *transport*, *marketing*, *turoperator*, *buking*, *menadžment*, *resort*, and the ones retained in their original English form, such as *city-break*, *check-in*, *wellness* and *fitness*.

Some loan words are used on equal terms with their Croatian equivalents and

se proširila i na druga područja turizma, ali danas teorijski radovi napominju da granice destinacije određuje sam turist (američki turist će tako reći da putuje u Europu), dok *odredište* podrazumijeva geografsko područje sa strogo određenim granicama, što *destinaciju* čini širim pojmom od *odredišta*. Pokušaji iznalaženja hrvatskog ekvivalenta za tuđicu ponekad ne rezultiraju riječju koju struka prihvaća. Takav je pokušaj da se tuđica *buking*, koja već ima svoj sinonim u ranije prihvaćenoj tuđici *rezervacija*, zamijeni riječju *uknjižba* koja, međutim, nije ušla u široku upotrebu.

U svakom slučaju, inzistiranje na uvođenju sasvim novog hrvatskog termina po prvi puta može biti kontraproduktivno jer će onemogućiti prenošenje informacije na čitatelja. Stoga će se prevoditelj ponekad radije odlučiti za zadržavanje izvornog stranog termina, ali će ga popratiti objašnjenjem u fusnoti ili samome tekstu, a ponekad će radije pribjeći njegovom parafraziranju, o čemu će biti više riječi u narednim ulomcima.

4.2. Objašnjenje

Objašnjenje, koje se naziva i opisni prijevod (Pavlović, 2015:78) ili definicija (Ivir, 1985:63), je postupak kod kojega prevoditelj, suočen s pojmom koji u kulturi ciljnjoga jezika ne postoji, umjesto kreiranja novog termina u ciljnome jeziku, koji primatelju poruke ne bi prenio potrebnu informaciju, nudi najprikladniju definiciju ili obrazloženje toga pojma (Pavlović, 2015). Primjerice, engleska riječ *backpacker* nema svoj hrvatski ekvivalent, a pretpostavlja se i da većini čitatelja taj termin još uvijek nije poznat. Stoga se prevoditelj odlučio za parafraziranje, a pri tome nije preuzeo tuđicu:

„Further, some types of visitors (e.g. backpackers) are more mobile than others (eg business travellers) and spread both their environmental and economic impacts more widely in the destination.“

the choice between the two will depend on the translator or the editor. Such an example is *transport* and *prijevoz*. However, sometimes these seemingly equivalent words also hide some differences in meaning. For example, airlines started using the loan word *destinacija* and, with time, it spread to other areas of tourism. However, academic papers on tourism note that the borders of a destination are determined by tourists themselves (e.g. an American tourist will say that he/she is traveling to Europe) while *odredište* refers to a geographical region with strictly defined borders. Therefore, *destinacija* is a wider concept than *odredište*. The attempts to find a Croatian equivalent for a loan word sometimes result in proposing a word that is not accepted by professionals. An example is the loan word *buking* which already has its Croatian equivalent in another loan word, *rezervacija*. There have been attempts to replace it with the Croatian equivalent *uknjižba*, but the word has not been widely accepted.

To summarize, insisting on using an entirely new Croatian term for the first time can be counterproductive as it will render impossible the transfer of information to a reader. Therefore, translators often decide to keep a foreign word, but will add an explanation in a footnote or in the text itself. Sometimes, they will also paraphrase it, which is a strategy that will be described in the following paragraphs.

4.2. Explanation

Explanation, also referred to as descriptive translation (Pavlović, 2015:78) or definition (Ivir, 1985:63), is the strategy that refers to offering the most adequate definition or explanation of a concept that does not exist in the target language. The translator employs this method instead of creating a new term that would not transfer effectively the required information to the receiver (Pavlović, 2015). For example, the English word *backpacker* has no equivalent in Croatian, and it is assumed that most readers are still

„Nadalje, neki tipovi posjetitelja (npr. oni koju putuju s naprtnjačama) mobilniji su od ostalih (npr. poslovnih putnika) pa imaju veći utjecaj na okoliš i ekonomiju destinacije.“ (Dwyer, 2016:161)

U drugome tekstu u engleskome izvoru javlja se pojam *Old Boys Network* koji predstavlja „način na koji muškarci koji su pohađali istu skupu školu ili sveučilište pomažu jedni drugima pri pronalaženju dobrih poslova“ (*Cambridge Dictionary*, natuknica *old-boy network*), a koji hrvatskome čitatelju vjerojatno ne znači ništa. Stoga ga je u hrvatskome prijevodu prevoditelj izostavio i zamijenio objašnjenjem, kako bi čitatelju vjerodostojno prenio poruku:

„Fly-fishing is representative of the “Old Boys Network” that establishes barriers for some and opportunities for others (Crowder, 2002), and where masculine traits are practiced among like-minded individuals (Bull, 2009).“

„Mušičarenje je pravi primjer načina na koji se imućni muškarci, koji su nekad išli zajedno u školu, družu, postavljajući pri tome barijere za jedne i otvarajući mogućnosti drugima (Crowder, 2002) i aktivnosti u kojima se među sebi sličnima prakticira muževno ponašanje (Bull, 2009).“ (Fennell i De Grosbois, 2017:118)

Jedna od podvrsta objašnjenja je i prijevod nadređenim, općim ili kulturno neutralnijim pojmom (Pavlović, 2015:78). Tako se u tekstovima za časopis *Acta Turistica* izbjegavalo nazive nacionalnih turističkih organizacija prevoditi terminom *turistička zajednica*, koji je dio naziva hrvatske krovne turističke organizacije (Hrvatska turistička zajednica). Umjesto da rabe takav kulturni ekvivalent, prevoditelji su radije koristili općenitije i neutralnije termine:

the Hawaii Tourism Authority - turističke vlasti na Havajima

Tourism Malaysia - Nacionalna turistička organizacija Malezije

not familiar with the term. That is why the translator has opted for paraphrasing rather than taking over the loan word:

“Further, some types of visitors (e.g. backpackers) are more mobile than others (eg business travellers) and spread both their environmental and economic impacts more widely in the destination.”

“Nadalje, neki tipovi posjetitelja (npr. oni koju putuju s naprtnjačama) mobilniji su od ostalih (npr. poslovnih putnika) pa imaju veći utjecaj na okoliš i ekonomiju destinacije.” (Dwyer, 2016:161)

Another example was found in a text that mentions the concept of *old boys' network* in the English original. According to the *Cambridge Dictionary* (2019), “the way in which men who have been to the same expensive school or university help each other to find good jobs” (*old boy network* entry). As this explanation is unlikely to convey much meaning to average Croatian readers, the translator chose to leave out the term and replace it by an explanation, in order to transfer the message as accurately as possible:

“Fly-fishing is representative of the “Old Boys' Network” that establishes barriers for some and opportunities for others (Crowder, 2002), and where masculine traits are practised among like-minded individuals (Bull, 2009).“

“Mušičarenje je pravi primjer načina na koji se imućni muškarci, koji su nekad išli zajedno u školu, družu, postavljajući pri tome barijere za jedne i otvarajući mogućnosti drugima (Crowder, 2002) i aktivnosti u kojima se među sebi sličnima prakticira muževno ponašanje (Bull, 2009).“ (Fennell i De Grosbois, 2017:118)

A subcategory of the explanation strategy is translating by a superordinate, a more general or a culturally more neutral term (Pavlović, 2015:78). Thus, the texts in *Acta Turistica* have avoided direct translations of various national tourism organisations as *turistička zajednica*, as it is a part of the

The Mexico Tourism Board - Nacionalna turistička organizacija Meksika.

Procjena prevoditelja bila je da je te nazive potrebno prevesti kako bi čitatelju bilo jasno da je riječ o glavnim nacionalnim organizacijama tih zemalja, a pri tome je želio izbjeći kulturne ekvivalente poput *Meksičke turističke zajednice*.

Druga podvrsta objašnjenja je parafraza (Pavlović, 2015:79), zadržavanje pojma iz izvornoga jezika pri čemu se on leksikalizira na drugačiji način koji će čitatelju biti razumljiviji. Neki od primjera su:

man-made attractions (hotels, restaurants, shopping centers, etc.) = novosagrađeni turistički sadržaji (hoteli, restorani, trgovački centri itd.)

university-level tourism careers = visokoobrazovani djelatnici u turizmu

physical travel agency - tradicionalna putnička agencija (nasuprot internetskim putničkim agencijama)

Drugi je primjer pojam *community based tourism* koji je umjesto kalka *turizam zasnovan na zajednici* preveden kao *turizam zasnovan na potrebama zajednice* jer je prevoditelj smatrao da će na taj način bolje prenijeti značenje izvornoga pojma.

„In tourism, rather than being the object of interest, social capital is mostly used as a framework to explore other specific issues, such as rural tourism (Park et al., 2012), entrepreneurship (Zhao et al., 2011), sports events (Jamieson, 2014; Williams and Elkhatab, 2012) or community based tourism (D.-B. Park et al., 2012).“

„U turizmu, umjesto da sam bude predmet istraživanja, društveni kapital najviše se koristi kao okvir za istraživanje drugih specifičnih tema, poput ruralnog turizma (Park et al., 2012), poduzetništva (Zhao et al., 2011), sportskih događanja (Jamieson, 2014; Williams i Elkhatab, 2012) ili turizma zasnovanog na potre-

name of the Croatian umbrella tourism organisation (Hrvatska turistička zajednica). Instead of using this cultural equivalent, translators have opted for more general and neutral translations, such as:

turističke vlasti na Havajima for the Hawaii Tourism Authority;

Nacionalna turistička organizacija Malezije for Tourism Malaysia;

or Nacionalna turistička organizacija Meksika for The Mexico Tourism Board.

The translators believed that the translations had to show clearly to the readers that the names referred to the key national organisations of those countries and, therefore, they avoided cultural equivalents, such as *Meksička turistička zajednica*.

The second subcategory of explanation is paraphrase (Pavlović, 2015:79) or retaining the original term and lexicalising it in a different way to make it more comprehensible to the reader. Some examples are:

man-made attractions (hotels, restaurants, shopping centres, etc.) = novosagrađeni turistički sadržaji (hoteli, restorani, trgovački centri itd.)

university-level tourism careers = visokoobrazovani djelatnici u turizmu

physical travel agency = tradicionalna putnička agencija (nasuprot internetskim putničkim agencijama)

The second example is *community-based tourism* that was translated as *turizam zasnovan na potrebama zajednice* instead of the calque *turizam zasnovan na zajednici*. In this case, the translator judged the former to be a better rendition of the original concept.

“In tourism, rather than being the object of interest, social capital is mostly used as a framework to explore other specific issues, such as rural tourism (Park et al., 2012), entrepreneurship (Zhao et al., 2011), sports events (Jamieson, 2014; Williams and Elkhatab, 2012) or community based tourism (D.-B. Park et al., 2012).”

bama zajednice.“ (Rodriguez-Giron, Vanneste i Scheers, 2018:11)

Kolika je važnost suradnje prevoditelja i stručnjaka u radu na uspostavljanju terminologije vidljivo je iz sljedećeg primjera: *special interest tourism* je termin koji se odnosi na putovanje kojemu je glavni cilj sudjelovanje i uživanje u posebnim aktivnostima što obuhvaća neobične hobije, aktivnosti, teme ili destinacije koje privlače tržišne niše (Smith, Macleod i Robertson, 2010) te se smatra alternativom masovnom turizmu. U hrvatskome se bio uvriježio nespretni prijevod *selektivni oblici turizma* koji posve promašuje značenje engleskog termina, ali je usprkos tomu čak ušao u tekstove nekih prijašnjih hrvatskih zakona. Članovi Katedre za turizam Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu su sudjelovali u raspravi prigodom donošenja Zakona o pružanju usluga u turizmu (NN 130/2017) te tako doprinijeli uvođenju novog termina *posebni oblici turizma*. U struci se uz njega rabi i termin *specifični oblici turizma*, koji se smatra prihvatljivim sinonimom. Treba, međutim, napomenuti, da se sve hrvatske varijante svojim značenjem djelomično udaljavaju od izvornoga engleskoga termina.

„Parallel to the growth and development of tourism, new markets and special interest tourism have come into existence.“

„Paralelno s rastom i razvojem turizma, nastala su i nova tržišta i posebni oblici turizma.“ (Mahmoudzadeh i Kourdi Sarjaz, 2018:91)

“U turizmu, umjesto da sam bude predmet istraživanja, društveni kapital najviše se koristi kao okvir za istraživanje drugih specifičnih tema, poput ruralnog turizma (Park et al., 2012), poduzetništva (Zhao et al., 2011), sportskih događanja (Jamieson, 2014; Williams i Elkhashab, 2012) ili turizma zasnovanog na potrebama zajednice (D.-B. Park et al., 2012).” (Rodriguez-Giron, Vanneste i Scheers, 2018:11)

The significance of cooperation between translators and experts in establishing adequate terminology can be illustrated by the following example: *special interest tourism*. This term refers to traveling whose main aim is to engage in and enjoy special activities, such as unusual hobbies, themes or destinations that attract niche markets (Smith, Macleod and Robertson, 2010), and is considered an alternative to mass tourism. Croatian language first generated a direct and rather clumsy translation *selektivni oblici turizma* that completely misses the meaning of the English original. Nevertheless, the term was employed in the texts of some legal documents in Croatia. Then the members of the Department of Tourism of the Faculty of Economics and Business of the University of Zagreb joined the discussions on the Act on the Provision of Tourism Services (Zakon o pružanju usluga u turizmu, NN 130/2017) and thus contributed to introducing a new term: *posebni oblici turizma*. In addition to this term, *specifični oblici turizma* is also used as an acceptable synonym. Nonetheless, it should be mentioned that the meanings of both suggested Croatian variants moderately depart from the original English term.

“Parallel to the growth and development of tourism, new markets and special interest tourism have come into existence.”

“Paralelno s rastom i razvojem turizma, nastala su i nova tržišta i posebni oblici turizma.” (Mahmoudzadeh i Kourdi Sarjaz, 2018:91)

3.3. Dodavanje

Objašnjenje može biti kombinirano i s drugim postupcima, s posuđivanjem, doslovnim prijevodom ili neologizmom, pri čemu se objašnjenje uvrštava u sam tekst ili u bilješki ili pojmovniku, ali je u tom slučaju točnije govoriti o dodavanju (Pavlović, 2015:79-80). Cilj takvog postupka je omogućiti primatelju da u potpunosti razumije informaciju, iako takva pojašnjenja ne postoje u izvornome tekstu (Veselica Majhut, 2012). Na mikro razini primjer za takav postupak je:

„(...) disability is a broad term that includes disorders, and activity and participation restrictions.“

„(...)invaliditet je širok pojam koji uključuje poremećaje te ograničenja u aktivnostima i u sudjelovanju u aktivnostima.“ (Mahmoudzadeh i Kourdi Sarjaz, 2018:91)

Kako ulomak iz kojega je uzet navedeni primjer pojašnjava potrebe invalida i starijih osoba u turizmu, prevoditelj je smatrao da će ovim postupkom prenesena informacija biti jasnija.

3.4. Izostavljanje

Prevoditelj se može odlučiti i za izostavljanje jednog dijela teksta ako to smatra opravdanim zbog komunikacijskih razloga (Veselica Majhut, 2012:48). Ocjenjujući da će prenesena informacija čitatelju biti jasnija, prevoditelj se tako primjerice odlučio na izostavljanje u sljedećem primjeru:

„Transportation facilities were identified as the most prominent barrier of tourism development for people with physical and motor disabilities.“

„Ustanovljeno je da je prijevoz najvažnija prepreka u razvoju turizma za osobe s invaliditetom i motoričkim poteškoćama.“ (Mahmoudzadeh i Kourdi Sarjaz, 2018:87)

3.3. Addition

Explanation may be combined with other procedures, such as borrowing, literal translation or neologism, and the explanation may be inserted in the text itself, in the footnote, or in the glossary. However, in that case it is more accurate to speak of addition (Pavlović, 2015:79-80). Such a procedure aims at facilitating a full understanding of the information, although such explanations do not exist in the original text (Veselica Majhut, 2012). At a micro level, an example of this procedure is the following:

“(...) disability is a broad term that includes disorders, and activity and participation restrictions.“

“(...) invaliditet je širok pojam koji uključuje poremećaje te ograničenja u aktivnostima i u sudjelovanju u aktivnostima.“ (Mahmoudzadeh i Kourdi Sarjaz, 2018:91)

Since the passage from which this example was taken explicates the needs of the disabled or senior citizens engaging in tourism activities, the translator believed that the said procedure would make the rendered information clearer.

3.4. Omission

A translator may also decide to omit a part of the text if he/she considers it justified for communication reasons (Veselica Majhut, 2012:48). Judging that the information rendered will be clearer, the translator may opt for omission as in this example:

“Transportation facilities were identified as the most prominent barrier of tourism development for people with physical and motor disabilities.”

“Ustanovljeno je da je prijevoz najvažnija prepreka u razvoju turizma za osobe s invaliditetom i motoričkim poteškoćama.” (Mahmoudzadeh i Kourdi Sarjaz, 2018:87)

3.5. Doslovan prijevod ili kalk

Doslovan prijevod ili kalk je „posebna vrsta posuđivanja pri kojemu neki jezik posuđuje određenu sintagmu iz drugog jezika, a zatim doslovno prevede svaki od njezinih dijelova“ (Vinay i Darbelnet, u Pavlović, 2015:58). Riječ je o pojmovima koji su nepoznati u ciljnoj kulturi, a s vremenom se mogu u ciljnome jeziku uvriježiti i postati općeprihvaćeni (Veselica Majhut, 2012:47).

Takvi su primjerice kalk *dolazni posjetitelji*, doslovan prijevod engleskog *arriving visitors* ili *otočki studiji za island studies*. Neki engleski termini, poput *experiential tourism*, mogu se prevesti i na dva načina (*iskustveni / doživljajni turizam*) koji se sasvim ravnopravno rabe. Nešto rjeđe korišten, ali već uvriježen je i pojam *cold-water destinations* koji je u prijevodu djelomično proširen u *destinacije hladnih voda/mora*.

Međutim, ponekad takvi kalkovi mogu zvučati „strano i rogobatno“ (Ivir, 1985:63), a i u potpunosti iskriviti sadržaj. Primjer lošeg kalka kojeg često možemo naći u dostupnim tekstovima o turizmu je *industrija turizma* za engleski termin *travel industry* čiji je najbolji prijevod naprosto – *turizam*. Drugi je primjer *travel agency* čiji je točan prijevod *turistička agencija*, iako će se u tekstovima o turizmu potkrasti i nešto manje spretan kalk *putnička agencija*. Teoretičari turizma, naime, napominju da je putnička agencija evoluirala te se više ne bavi samo putovanjima, već složenijim skupom usluga koji turizam danas čini te inzistiraju na terminu *turistička agencija* (izvor: prof.dr.sc. Nevenka Čavlek).

Primjer kalka koji se uvriježio, a može se smatrati pomalo nespretnim, je *accessible tourism* koji se u nizu dostupnih internetskih resursa, među kojima su i stranice Ministarstva turizma (mint.gov.hr) i dokumenti Europske komisije ([Europski-fondovi.eu](http://europa.eu)), prevodi kao *pristupačni turizam*. Svjetska turistička organizacija (UNWTO) pojam *accessible tourism* rabi za okvir za turizam koji posebnu pažnju posvećuje osobama s

3.5. Literal translation or calque

The literal translation or calque is a “particular type of borrowing whereby a language loans a specific syntagm from the other language, and then literally translates each of its parts” (Vinay i Darbelnet u Pavlović, 2015:58). This is the case with concepts that the target culture is unfamiliar with, but in time they may catch on and become widely accepted (Veselica Majhut, 2012:47).

Examples of such calques are *dolazni posjetitelji* in Croatian, which is a literal translation for the English *arriving visitors*, or *otočki studiji* for *island studies*. Certain English terms, such as *experiential tourism*, may be rendered in two ways: *iskustveni* or *doživljajni turizam* and their usage is equally represented. Somewhat less frequently used, but also quite established, is the term for English *cold-water destinations* having been extended in its Croatian rendition *destinacije hladnih voda/mora*.

Nevertheless, such calques may sound “strange and clumsy” (Ivir, 1985:63) and completely distort the content. Examples of such calques are often found in tourism texts where the English *travel industry* is translated literally *industrija turizma* instead of the optimal rendition as – *turizam* simply. By the same token, *travel agency* is often rendered literally as *turistička agencija*, although a less elegant calque *putnička agencija* can often be found in tourism texts. In this regard, tourism theoreticians claim that the travel agency has evolved beyond simply traveling and provides more complex groups of services today. Hence, they prefer the term *turistička agencija* in Croatian (source: prof Nevenka Čavlek, PhD).

An example of a well-established calque, although it may be considered somewhat clumsy, is *pristupačni turizam*, the rendition of the term *accessible tourism*. This Croatian term is available in a number of internet sources including the web site of the Croatian Ministry of Tourism (mint.gov.hr) and EU Commission documents (Europski-fon-

invaliditetom (UNWTO, 2016). Cilj takvog turizma je omogućiti pristup znamenitostima, prijevoznim sredstvima, informacijama i komunikacijskim kanalima, kao i nizu drugih oblika javnih sadržaja i usluga osobama s invaliditetom, starijima i svim drugim osobama sa zdravstvenim problemima koje ih mogu ometati u sudjelovanju u turističkom iskustvu. U svojoj hrvatskoj inačici, međutim, termin može imati i značenje turizma koji je financijski dostupan za sve.

“Parallel to the growth and development of tourism, new markets and special interest tourism have come into existence. One of the fairly new evolutions in the tourism field of study is the emergence and spread of the accessible tourism concept over the last two decades (Nazari Orakani, 2014). This field was defined in different ways as: disabled tourism (Burnett and Bender-Baker, 2001; Yau et al., 2004), easy access tourism (Cameron, 2000), barrier-free tourism – in a number of countries such as Japan (Foggin et al., 2003), inclusive tourism (Buhalis et al., 2005; Shaw, 2007), universal tourism (Darcy, 2006) and accessible tourism as of recently (Buhalis and Darcy, 2011:10; Darcy, 2006, 2010; Darcy and Dickson, 2009; Shafiei et al., 2014:32).”

“Paralelno s rastom i razvojem turizma, nastala su i nova tržišta i posebni oblici turizma. U posljednjih nekoliko desetljeća u istraživanju turizma se pojavio i proširio novi pojam, pristupačni turizam (Nazari Orakani, 2014). To se područje različito naziva: kao turizam za osobe s invaliditetom (Burnett i Bender-Baker, 2001; Yau et al., 2004), turizam s neometanim pristupom (Cameron, 2000), turizam bez prepreka – u nekim zemljama, poput Japana (Foggin et al., 2003), inkluzivni turizam (Buhalis et al., 2005; Shaw, 2007), univerzalni turizam (Darcy, 2006), a odnedavno i pristupačni turizam (Buhalis i Darcy, 2011:10; Darcy, 2006, 2010; Darcy i Dickson, 2009;

dovi.eu). The World Tourism Organisation (UNWTO) employs accessible tourism as a frame for tourism which pays special attention to disabled persons (UNWTO, 2016). This type of tourism is designed to facilitate access to sites, means of transport, and information and communication channels, as well as to a number of other forms of public facilities and services, for disabled persons, the elderly and others suffering from health conditions that hinder their participation in the tourism experience. The Croatian variant, however, may slant the meaning of the term towards an inference that this type of tourism is financially accessible to all.

“Parallel to the growth and development of tourism, new markets and special interest tourism have come into existence. One of the fairly new evolutions in the tourism field of study is the emergence and spread of the accessible tourism concept over the last two decades (Nazari Orakani, 2014). This field was defined in different ways as: disabled tourism (Burnett and Bender-Baker, 2001; Yau et al., 2004), easy access tourism (Cameron, 2000), barrier-free tourism – in a number of countries such as Japan (Foggin et al., 2003), inclusive tourism (Buhalis et al., 2005; Shaw, 2007), universal tourism (Darcy, 2006) and accessible tourism as of recently (Buhalis and Darcy, 2011:10; Darcy, 2006, 2010; Darcy and Dickson, 2009; Shafiei et al., 2014:32).”

“Paralelno s rastom i razvojem turizma, nastala su i nova tržišta i posebni oblici turizma. U posljednjih nekoliko desetljeća u istraživanju turizma se pojavio i proširio novi pojam, pristupačni turizam (Nazari Orakani, 2014). To se područje različito naziva: kao turizam za osobe s invaliditetom (Burnett i Bender-Baker, 2001; Yau et al., 2004), turizam s neometanim pristupom (Cameron, 2000), turizam bez prepreka – u nekim zemljama, poput Japana (Foggin et al., 2003), inkluzivni turizam (Buhalis et al., 2005;

Shafiei et al., 2014:32)." (*Mahmoudzadeh i Kourdi Sarjaz, 2018:88*)

Kao što se može vidjeti iz navedenoga primjera, prevoditelji su često u situaciji iznalaziti sasvim nova prijevodna rješenja, a *Acta Turistica* obiluje takvim primjerima. U citiranome radu navedeni su razni engleski nazivi za već opisani *pristupačni turizam*, doslovno prevedeni na engleski iz različitih jezika, kako bi se pokazalo da termin za taj pojam postoji u raznim jezicima. Tako su prevoditelji kreirali niz sinonima za *pristupačni turizam*: *easy access tourism* preveden je kao *turizam s neometanim pristupom*, *barrier-free tourism* kao *turizam bez prepreka*, *inclusive tourism* kao *inkluzivni turizam*, a *universal tourism* kao *univerzalni turizam* (*Mahmoudzadeh i Kourdi Sarjaz, 2018:91*). Kako je riječ o sinonimima za *pristupačni turizam*, oni su jednokratna rješenja koja su poslužila svrsi u navedenome tekstu, ali vjerojatno neće ući u upotrebu jer za time niti nema potrebe.

3.6. Kulturni ekvivalent ili zamjena

Kulturni ekvivalent ili zamjena je postupak u kojemu se „izvorna kulturna referencija zamjenjuje referencijom na usporediv element ciljne kulture“ (*Pavlović, 2015:76*). Pri tome ta dva elementa nisu sasvim jednaka, ali se prema nekom kriteriju mogu smatrati ekvivalentima. Nedostatak ovakvog postupka je što se time gubi element strane kulture, i u potpunosti se zamjenjuje drugačijim, iako u određenoj mjeri srodnim, elementom kulture ciljnog jezika (*Ivir, 1987 u Veselica Majhut, 2012:47-48*). U doba socijalizma se tako *Christmas* redovito prevodio kao *Nova godina*, a tu je i primjer *hamburgera* koji se u to vrijeme prevodio kao *kosani odrezak* ili *pljeskavica* (*Ivir, 1985:64*).

Zbog specifičnosti prevođenja jezika struke koje traži najveću moguću ekvivalenciju između jezika izvora i ciljnoga jezika, prevoditelji u pravilu ne rabe ovu strategiju, već radije koriste strategiju objašnjava-

Shaw, 2007), univerzalni turizam (Darcy, 2006), a odnedavno i pristupačni turizam (Buhalis i Darcy, 2011:10; Darcy, 2006, 2010; Darcy i Dickson, 2009; Shafiei et al., 2014:32)." (*Mahmoudzadeh i Kourdi Sarjaz, 2018:88*)

As can be seen from the above example, translators often face the need to coin new translation solutions and *Acta Turistica* abounds in such examples. This paper cites an array of English terms for the above mentioned *pristupačni turizam* that have been literally translated from different languages, thus showing that the term is present in different languages. This has led to diversity in Croatian too: *turizam s neometanim pristupom* for *easy access tourism*, *turizam bez prepreka* for *barrier-free tourism*, *inkluzivni turizam* for *inclusive tourism*, and even *univerzalni turizam* for *universal tourism* (*Mahmoudzadeh i Kourdi Sarjaz, 2018:91*). Since these terms are mostly near synonyms for *pristupačni turizam*, they only served as single-use solutions in the quoted paper, but are unlikely to become common practice as there is probably no demand for that.

3.6. Cultural equivalent or substitution

Cultural equivalent or substitution is a procedure by which “the original cultural reference is substituted by a reference to a comparable element of the target culture” (*Pavlović, 2015:76*). Although the two elements are not full equivalents, they may be considered equal according to a certain criterion. The deficiency of this strategy is that the element of the other culture is lost and replaced by a different, although related to some degree, element from the target language culture (*Ivir, 1987, u Veselica Majhut, 2012:47-48*). Thus, for example, in the times of socialism the Croatian translation for *Christmas* was invariably *Nova godina*, and *hamburger* was localized as *kosani odrezak* or *pljeskavica* (*Ivir, 1985:64*).

nja ili dodavanja. Međutim, niz je primjera koji ukazuju na tu vrstu problema: kako npr. adekvatno na engleski prevesti pojam *konoba*? Najčešće će se upotrijebiti engleski *wine cellar*, koji ne odgovara u potpunosti značenju hrvatskog termina. Ili, još drastičniji primjer, pojam dalmatinske *fjake* koja se nastoji objasniti od izvornika veoma udaljenim pojmom *siesta*. Gastronomija je neiscrpan izvor takvih primjera, međutim u tekstovima obrađenima za potrebe ovoga rada ona se ne pojavljuje kao tema.

3.7. Neologizam

Neologizam se još naziva i novotvorenicom (Pavlović, 2015:81) ili leksičkom inovacijom (Ivir, 2002:125). Stvaranjem sasvim novih riječi prevoditelji će se poslužiti ako trebaju prevesti nepostojeći ili neleksikalizirani pojam. Pri uvođenju takve riječi prevoditelj se izlaže opasnosti da ih čitatelj neće razumjeti ili prihvatiti pa se ova strategija rjeđe rabi. Neke od takvih novoskovanih riječi ciljani jezik će prihvatiti i s vremenom će postati uvriježene, ali ponekad će poslužiti samo jednokratnoj upotrebi (Veselica Majhut, 2012).

Tako se primjerice u tekstu o mušičarenju, tehničar sportskoga ribolova, javlja *fly-fishing lodge*, naziv za tip nastambe u kojoj su smješteni ribolovci, a koja ne postoji u našoj kulturi. Prevoditelj se u tome slučaju odlučio za kalk koji predstavlja i leksičku kreaciju te je kreirana riječ *ribička kućica za mušičarenje*:

„Pitts, Thacher, Champ and Berrens (2012), for example, used hedonic price analysis to find that *fly-fishing lodges* that have an on-site stream running through the property are valued more highly than properties that do not.“

„Pitts, Thacher, Champ i Berrens (2012) ustanovili su primjenom hedoničke analize cijena da *ribičke kućice za mušičarenje* smještene na imanjima kroz koja pro-

Due to the specific requirements of translating language for specific purposes texts, which requires the highest possible equivalence level between the source and the target language, translators do not employ this strategy as a rule, but rather use the explanation or adding method. Nevertheless, there is a number of examples that point to this type of challenge: for example, what is the adequate English translation for *konoba*? Most commonly it will be *wine cellar*, although it does not fully render the meaning of the Croatian term. A more radical example is the term *fjaka*, which is widely used in Dalmatia, but its closest English rendition *siesta* is actually very remote from the original term. Gastronomy is an inexhaustible source of such examples, but the texts considered in this study do not feature them as a topic.

3.7. Neologism

Neologism is a newly coined word (*novotvorenica*, according to Pavlović, 2015:81) or a lexical innovation (Ivir: 2002:125). Translators will craft entirely new words to meet the need for translating non-existing or unlexicalized concepts. In these cases, translators risk that the new term will be misunderstood or unaccepted, which makes this strategy less frequently employed. Some of these newly coined words will be accepted in the target language and will gain currency, but sometimes they will still be limited to single use (Veselica Majhut, 2012).

Thus, for example, the text on fly-fishing, that refers to a type of sport fishing and has a Croatian rendition in *mušičarenje*, mentions the *fly-fishing lodge*. This type of facility that accommodates fly-fishermen is not lexicalised in Croatian language and culture. In this case, the translator opted for a calque which also represents a lexical creation coining the term *ribička kućica za mušičarenje*:

“Pitts, Thacher, Champ and Berrens (2012), for example, used hedonic price analysis to find that *fly-fishing lodge*

tječe rijeka ili potok imaju veću vrijednost." (Fennell i De Grosbois, 2017:118)

Osobit izazov za prevoditelja predstavlja ju i riječi koje je sam autor skovao ili rijetko korištene kovanice. Niz je primjera gdje se autori posebno 'igraju' riječima tako da stvaraju nove izraze. Primjerice, riječ *imagescape* koju Stephen Wanhill često koristi, podjednako se rijetko rabi u engleskome kao i njegova hrvatska inačica *slikobraz*, tako da ga primjerice Hrvatski jezični portal niti ne navodi. U narednom primjeru je prevoditelj stoga odlučio uz njegov hrvatski prijevod u zagradama navesti i izvornu englesku riječ:

„Thus, while there is a clear demand for entertainment attractions, success is related to the creativity of the design and its appeal, namely the ‘imagescape’.”

„Dok postoji jasna potražnja za zabavnim atrakcijama, njen je uspjeh vezan uz kreativnost dizajna i njegovu privlačnost, to jest uz slikobraz (imagescape).” (Wanhill, 2009:7)

Još veći izazov za prevoditelja su riječi koje su skovali sami autori znanstvenih tekstova, a pri prevođenju zahtijevaju kreiranje hrvatskih neologizama koji će poslužiti možda samo za razumijevanje pojedinog teksta i upitno je hoće li se nastaviti rabiti u hrvatskome jeziku. U narednim primjerima prevoditelj se prilikom prevođenja takvih kovanica poslužio analogijom s postojećim riječima hrvatskoga jezika, ali je u zagradama dodao i izvornu englesku riječ:

„Baldacchino and Clark (2013:129) have proposed the concept of ‘islandness’ as a “particular state or condition of being” (...).“

„Baldacchino i Clark (2013:129) predlažu koncept ‘otočnosti’ kao „posebnog stanja ili oblika postojanja“ (...).“

„(...)“there is a correspondent action in islanding”(...).“

„(...) ona „korespondira s ‘otočenjem’ (eng. islanding) kao radnjom“ (...).“

es that have an on-site stream running through the property are valued more highly than properties that do not.”

“Pitts, Thacher, Champ i Berrens (2012) ustanovili su primjenom hedoničke analize cijena da ribičke kućice za mušičarenje smještene na imanjima kroz koja protječe rijeka ili potok imaju veću vrijednost.” (Fennell i De Grosbois, 2017:118)

Rarely used coined words pose a particular challenge to the translator. For instance, the word *imagescape*, which is used by Stephen Wanhill, is equally infrequent in its Croatian variant *slikobraz*, and Croatian Language Portal offers no mention of this term. In the following example, the translator opted for the most transparent solution by amending the Croatian neologism with the original word in parentheses:

“Thus, while there is a clear demand for entertainment attractions, success is related to the creativity of the design and its appeal, namely the ‘imagescape’.”

“Dok postoji jasna potražnja za zabavnim atrakcijama, njen je uspjeh vezan uz kreativnost dizajna i njegovu privlačnost, to jest uz slikobraz (imagescape).” (Wanhill, 2009:7)

Next, there is a number of examples in which the authors 'play' with words, coining new words and expressions. They present an even greater challenge for the translator as they require crafting Croatian neologisms that may serve only for understanding a particular text, and their further usage in the target language is questionable. In the following examples, the translator used analogy with existing Croatian words to coin Croatian equivalents, but still offered the English originals in parentheses:

“Baldacchino and Clark (2013:129) have proposed the concept of ‘islandness’ as a “particular state or condition of being” (...).“

“Baldacchino i Clark (2013:129) predlažu koncept ‘otočnosti’ kao „posebnog stanja ili oblika postojanja“ (...).“

„(...) they suggested the use of “*island* as a verb, *islanding* as an action.”

„(...) predložili su da se „*otočiti* rabi kao glagol, a *otočenje* kao izraz kojim se imenuje radnja.“ (Cohen, 2017:10)

3.8. Jedna engleska riječ – više različitih prijevoda; više engleskih riječi – jedan hrvatski prijevod

Situacije koje ćemo opisati u ovom i narednom poglavlju nisu obuhvaćene popisom strategija opisanim u prethodnim poglavljima jer se ne radi o prevođenju elemenata kulture. Međutim, kako je riječ o situacijama s kojima se prilikom prevođenja stručnih tekstova prevoditelji često susreću, odlučili smo ih detaljnije opisati. Prva je situacija u kojoj će prevoditelj u jednome tekstu istu riječ, za neki od ključnih pojmova u tome tekstu, prevesti na različite načine. Ponekad je tomu razlog stilske prirode, ako se radi o sinonimima na hrvatskome jeziku, a ponekad je neku englesku riječ moguće prevesti većim brojem riječi koje nisu u potpunosti istoznačne, ali će prevoditelj procijeniti da je potrebno u raznim kontekstima rabiti različite prijevode.

Primjerice, riječ *yield* koja se najčešće prevodi kao *dobit*, *povrat ulaganja*, *prihod*, *prinos* ili *zarada* (Špiljak i Ivir, 2008), u Dwyerovom se tekstu (2016) pojavljuje mnogo puta, a prevoditelj je prijevodu pristupio tako da je značenje riječi interpretirao različito u različitim kontekstima. Kako bi u potpunosti prenio poruku, prevoditelj često u zagradi dodaje englesku izvornu riječ ili se odlučuje za dva hrvatska prijevoda razdvojena kosom crtom.

„On the narrow economic definition of ‘*yield*’, as used by many tourism stakeholders, the concept refers to the expenditure injections of tourists (sales revenues) either per trip or per day associated with different visitor markets.“

“(...) there is a correspondent action in *islanding* (...)”

“(...) ona „*korespondira* s ‘*otočenjem*’ (eng. *islanding*) kao radnjom (...)”

“(...) they suggested the use of “*island* as a verb, *islanding* as an action.”

“(...) predložili su da se „*otočiti* rabi kao glagol, a *otočenje* kao izraz kojim se imenuje radnja.“ (Cohen, 2017:10)

3.8. Single English word – several different translations; several English words – one Croatian translation

The situations that will be described in this and the next chapter do not correspond with the list of strategies described in previous chapters as they do not refer strictly to translating culture specific elements. However, since they refer to the situations that translators often deal with when translating specialised professional texts, we have decided to describe them in more detail. The first one is the situation in which the translator rendered one and the same word, for some of the key concepts in the text, in different ways. Sometimes, this was for stylistic reasons, such as when the Croatian language offered synonyms, or sometimes the English word offered a number of target language variants that were not completely synonymous so it is up to the translator. In the end, it is the translator’s decision to judge whether it is necessary to use different renditions in different contexts.

To illustrate this, let us look at the English word *yield*, which is often translated as *dobit*, *povrat ulaganja*, *prihod*, *prinos* ili *zarada* (Špiljak i Ivir, 2008). A text written by Larry Dwyer (2016) features *yield* a number of times and the translator needed to consult experts in the field, and interpreted it differently in different contexts. In order to fully transfer the message, the translator parenthesised the English original or opted

„*Prema uskoj ekonomskoj definiciji ‘prinosa (yield)’ kojom se koristi većina dionika u turizmu, pojam se odnosi na injektiranu potrošnju turista (prihode od prodaje) po putovanju ili po danu u kontekstu različitih tržišta potražnje.*“ (Dwyer, 2016:155)

„*Economic yield measures can inform organisations in both the private and public sector about effective allocation of marketing resources (...).*“

„*Mjere ekonomskog prinosa/doprinosa (economic yield measures) mogu organizacijama u privatnom i javnom sektoru pružiti uvid u učinkovitost korištenja marketinških resursa (...).*“ (Dwyer, 2016:153)

Prevoditelj se ponekad odlučio i za parafraziranje, popraćeno izvornom engleskom riječi u zagradi, kako bi što vjernije prenio poruku:

„*Since the notion of a ‘high yield’ tourist will differ according to the different concepts of yield, clarification of the ‘yield’ concept becomes an important topic in analysis of the ‘ideal tourist’.*“

„*Kako se smisao pojma „turist visoke platežne moći“ (high yield tourist) mijenja ovisno o shvaćanju riječi ‘prinos/doprinos (yield)’, prije no što se pristupi analizi pojma “idealni turist” nužno je razjasniti što se misli pod pojmom ‘prinos/doprinos’.*“ (Dwyer, 2016:153)

Moguća je i obrnuta situacija kad prevoditelj dva različita pojma na engleskome jeziku, koji međusobno nisu sinonimi, prevodi jednom hrvatskom riječi, ako smatra da to kontekst dopušta i da će time prenesena informacija biti točnija:

„*(...) the iModel was applied from the perspective of the facilitators’ functions, using (...) a central actor approach as the entry point for exploring the destinations’ dynamics.*“

for two Croatian renditions separated by a virgule.

“*On the narrow economic definition of ‘yield’, as used by many tourism stakeholders, the concept refers to the expenditure injections of tourists (sales revenues) either per trip or per day associated with different visitor markets.*”

“*Prema uskoj ekonomskoj definiciji ‘prinosa (yield)’ kojom se koristi većina dionika u turizmu, pojam se odnosi na injektiranu potrošnju turista (prihode od prodaje) po putovanju ili po danu u kontekstu različitih tržišta potražnje.*” (Dwyer, 2016:155)

“*Economic yield measures can inform organisations in both the private and public sector about effective allocation of marketing resources (...).*”

“*Mjere ekonomskog prinosa/doprinosa (economic yield measures) mogu organizacijama u privatnom i javnom sektoru pružiti uvid u učinkovitost korištenja marketinških resursa (...).*” (Dwyer, 2016:153)

At some points in this text, the translator also chose to paraphrase in the Croatian translation while parenthesising the original English word in order to transfer the meaning most accurately:

“*Since the notion of a ‘high yield’ tourist will differ according to the different concepts of yield, clarification of the ‘yield’ concept becomes an important topic in analysis of the ‘ideal tourist’.*”

“*Kako se smisao pojma „turist visoke platežne moći“ (high yield tourist) mijenja ovisno o shvaćanju riječi ‘prinos/doprinos (yield)’, prije no što se pristupi analizi pojma “idealni turist” nužno je razjasniti što se misli pod pojmom ‘prinos/doprinos’.*” (Dwyer, 2016:153)

A reverse situation is also possible, which occurs when two different terms in English, which are not synonyms, are translated by one Croatian word. This occurs when the

„(...) *iModel* je primijenjen iz perspektive funkcija dionika, korištenjem glavnog dionika kao polazne točke za istraživanje dinamike destinacije.“ (Rodriguez-Giron, Vanneste i Scheers, 2018:18)

U navedenome primjeru prevoditelj je riječi *facilitator* („onaj koji nešto olakšava“) (*Merriam Webster Dictionary*, natuknica *facilitator*) i *actor* („sudionik u nekoj aktivnosti ili procesu“) (*Oxford Dictionary*, natuknica *actor*) preveo riječju *dionik*, čime se djelomično udaljio od izvornika procjenjujući da će poruka tako biti točnije prenesena.

4. ZAKLJUČAK

Od prevoditelja stručnih i znanstvenih tekstova o turizmu očekuje se najveća moguća preciznost u prevođenju stručnih termina kako bi čitatelju što točnije prenijeli informaciju. U ovom se radu nastojalo opisati izazove s kojima se susreću prevoditelji tekstova o turizmu s engleskoga na hrvatski jezik u časopisu *Acta Turistica* i različite strategije prevođenja koje rabe, a potom su ilustrirani primjerima iz prakse.

Prilikom prevođenja stručne terminologije prevoditeljima su od velike koristi rječnici, glosari i terminološke baze. Međutim, zbog specifične prirode turizma kao sustava koji u sebi objedinjuje najrazličitija područja ljudskog djelovanja i znanja, kao i dinamike promjena i pojava inovacija u turizmu, postojeći resursi su vrlo često manjkavi. Usto, u većini ostalih tekstualnih resursa, ali i u žargonu turističkih djelatnika, uočljiva je terminološka neujednačenost, korištenje nespretnih prijevoda i anglizama, čak i za termine koji imaju svoje hrvatske inačice. Stoga se u iznalaženju jezičnih rješenja najdragocijenijom pokazala suradnja sa stručnjacima, prvenstveno onima s Katedre za turizam, ali i drugih katedri Ekonomskog fakulteta u Zagrebu. Osim što ta suradnja prevoditeljima omogućava rješavanje prevoditeljskih dilema, ona im pruža i mogućnost stjecanja

context allows it and when the information is deemed to be more accurate, as in the following example:

“(...) *the iModel* was applied from the perspective of the facilitators’ functions, using (...) a central actor approach as the entry point for exploring the destinations’ dynamics.”

“(...) *iModel* je primijenjen iz perspektive funkcija dionika, korištenjem glavnog dionika kao polazne točke za istraživanje dinamike destinacije.” (Rodriguez-Giron, Vanneste i Scheers, 2018:18)

In this instance the term *facilitator* (“someone who facilitates something”) (*Merriam Webster Dictionary*, *facilitator* entry) and *actor* (“participant in an activity or a process”) (*Oxford Dictionary*, *actor* entry) was rendered as *dionik*, which partially departs from the original due to the judgment that the message will be more accurate.

4. CONCLUSION

Translators of professional and academic texts on tourism topics are expected to display the highest possible precision in translating specific terms in order to transfer the information as accurately as possible. The intention of this paper was to describe the issues that translators of texts on tourism encounter when translating for the academic journal *Acta Turistica* from English into Croatian and to identify different translation strategies employed while illustrating them by practical examples.

In translating professional terminology, translators rely significantly on dictionaries, glossaries and terminological databases. However, due to the specific nature of tourism as an industry which comprises divergent areas of human activities and insights, as well as the dynamics of change that tourism undergoes, and the innovations it encourages, existing resources are invariably scarce. In addition, most other textual

znanja iz raznih područja i neprestanog profesionalnog usavršavanja.

Činjenica da je turizam toliko dinamičan i da u sebi objedinjuje toliko raznovrsnih područja ukazuje na to da je stvaranje sveobuhvatnih rječnika i terminoloških baza koje bi jezikoslovcima i stručnjacima u potpunosti riješili sve leksičke probleme nerealan cilj. Međutim, to ne znači da ne treba ustrajati na standardiziranju turističke terminologije, neprestanom ažuriranju postojećih i kreiranju novih rječnika i glosara te raditi na cjelovitijoj, otvorenoj i internetski dostupnoj terminološkoj bazi turizma, a u svrhu ujednačavanja i standardizacije jezične prakse u turizmu. To je zadatak koji treba okupiti akademsku zajednicu, jezikoslovce i turističke djelatnike. S obzirom na važnost turizma za hrvatsko gospodarstvo i broj ljudi, tvrtki, institucija i organizacija koji su u njega stručno i profesionalno uključeni, riječ je o važnom i nužnom zadatku koji bi u znatnoj mjeri olakšao rad kako jezikoslovcima i akademskoj zajednici tako i turističkim djelatnicima.

resources, as well as tourism professionals' jargon, have displayed a disparity in terminology, the usage of clumsy translations and Anglicisms, even for terms which have Croatian variants. Therefore, the authors believe that cooperation between experts and professionals is invaluable in the process of finding terminological solutions. This has been particularly the case with researchers from the Faculty of Economics & Business. In addition to solving translation dilemmas, this cooperation offers translators an opportunity to acquire knowledge in many different areas and to benefit from continuous professional development.

The fact that tourism is so dynamic, and that it comprises so many miscellaneous areas, points to the dilemma as to whether the creation of comprehensive dictionaries and terminological databases, that would solve all lexical problems for linguists and experts, is realistic. Nevertheless, this does not mean that it is futile to persevere in standardising tourism terminology, and continuously updating existing, and creating new, dictionaries and glossaries, as well as building a more comprehensive open and online terminological database of tourism with the aim to harmonise and standardise linguistic practice in tourism. This task requires the collaboration of the academic community, linguists, and tourism professionals. Given the importance of tourism for Croatia's economy, and the number of corporations, institutions, organisations, and persons who are involved in it professionally and occupationally, it is an important and imperative task that would significantly facilitate the work and efforts of linguists and the academic community, as well as that of tourism practitioners.

LITERATURA - REFERENCES

- Cabré, M.T. (2010). Terminology and translation. In Gambier, Y., van Doorslaer, L. (eds.). *Handbook of Translation Studies*. Vol 1. Amsterdam: John Benjamins Publishing. pp. 356-365.
- Cambridge Dictionary. (2019). Cambridge: Cambridge University Press. available at: <https://dictionary.cambridge.org/> (viewed 27.1.2019)
- Cohen, E. (2017). Prema konvergenciji proučavanja turizma i otočnih studija. *Acta Turistica*, Vol. 29, No. 1, pp. 7-31. DOI: <https://doi.org/10.22598/at/2017.29.1.7>
- Dwyer, L. (2016). Tko je idealan turist?. *Acta Turistica*, Vol. 28, No. 2, pp. 151-182
- Europski fondovi (2014). *Europska komisija objavila set studija o pristupačnom turizmu*. available at: europski-fondovi.eu/vijesti/europska-komisija-objavila-set-studija-o-pristupa-nom-turizmu (viewed 6.02.2019)
- Fennell, D.A., De Grosbois, D. (2017). Inicijative za održivost ribičkih kućica za mušičarenje: globalni pristup. *Acta Turistica*, Vol. 29, No. 2, pp. 117-156. DOI: <https://doi.org/10.22598/at/2017.29.2.117>
- Ivir, V. (1985). *Teorija i tehnika prevođenja*. Novi Sad: Zavod za izdavanje udžbenika u Novom Sadu.
- Ivir, V. (2002). Translation of Culture and Culture of Translation. *Studia Romanica et Anglica Zagrabienisa*, Vol. 47-48, pp. 117-126.
- Mahmoudzadeh, S., Kourdi Sarjaz, N. (2018). Prepreke u okolišu u razvoju turizma za osobe s invaliditetom. *Acta Turistica*, Vol. 30, No. 1, pp. 87-114. DOI: <https://doi.org/10.22598/at/2018.30.1.87>
- Merriam Webster Dictionary (2019). Springfield: Merriam Webster Inc. available at: <https://www.merriam-webster.com/> (viewed 27.1.2019)
- Ministarstvo turizma RH (2014). *Europska komisija objavila set studija o pristupačnom turizmu*. available at: <https://mint.gov.hr/vijesti/europska-komisija-objavila-set-studija-o-pristupacnom-turizmu/8193> (viewed 6.02.2019)
- Narodne novine (2017). *Odluka o proglašenju Zakona o pružanju usluga u turizmu*. available at: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2017_12_130_2982.html (viewed 20.02.2019)
- Oxford Dictionaries (2019). Oxford: Oxford University Press, available at: <https://en.oxforddictionaries.com> (viewed 27.1.2019)
- Pavlović, N. (2015). *Uvod u teorije prevođenja*. Zagreb: Leykam international d.o.o.
- Rodriguez-Giron, S., Vanneste, D., Scheers, J. (2018). Povećanje društvenog kapitala destinacija u svrhu ulaska na međunarodna turistička tržišta: primjer područja biosfere masiva Cajas. *Acta Turistica*, Vol. 30, No. 1, pp. 7-41. DOI: <https://doi.org/10.22598/at/2018.30.1.7>
- Smith, M., Macleod, N., Hart Robertson, M. (2010). *Key Concepts in Tourist Studies*, SAGE Publications Ltd, DOI: <http://dx.doi.org/10.4135/9781446251027.n37>.
- Špiljak, V., Ivir, V. (eds.) (2008). *Hrvatsko-engleski poslovni rječnik*. Zagreb: Masmedia.
- UNWTO (2016). *World Tourism Day 2016, Tourism for All - promoting universal accessibility*. available at: <http://ethics.unwto.org/content/accessible-tourism> (viewed 28.10.2018)
- Veselica Majhut, S. (2012). *Cultural specificity in the translation of popular fiction from English into Croatian during the socialist and transition periods (1960-2010)*, doctoral dissertation, Tarragona: Universitat Rovira i Virgili,
- Wanhill, S.R.C. (2009). Innovation in attraction development: lessons of experience, *Acta Turistica*, Vol. 21, No. 1, pp. 7-44.

Primljeno: 3. March 2019. /

Submitted: 3 March 2019

Prihvaćeno: 24. travnja 2019. /

Accepted: 24 April 2019