

Boots, Hema of Walmart?

Vooral in Amerikaanse lectuur komen we veel merknamen tegen. Niet met de bedoeling reclame te maken, maar om een bepaalde gevoelswaarde aan te geven. De gevoelswaarde van een bepaald merk kan in de VS echter heel anders zijn dan in Nederland. Hier vinden we het niet bijzonder als iemand een blikje Heineken aan de mond zet, die persoon drinkt gewoon bier. In de VS ligt dat anders; daar is het een duur merk, hip en cool. Daar is Budweiser heel gewoon, terwijl dat hier moeilijk te krijgen is. En dan nog: begrijpt de Nederlandse lezer überhaupt wat een Budweiser is? Moet de vertaler uitleggen dat het een goedkoop biertje is, alom verkrijgbaar?

Europees

En wat doet de vertaler met merken die hier volslagen onbekend zijn? Als de Nederlandse lezer leest dat iemand zijn huis heeft ingericht met meubels van John Lewis of de Pottery Barn, wat zegt hem dat dan? Als een Amerikaan in zijn Peugeot stapt, stapt hij in een bijzondere, geïmporteerde auto. Hier is een Peugeot veel normaler. De gevoelswaarde is anders. Gaat er iets verloren in de vertaling? Ik ben geneigd dat bevestigend te beantwoorden. En dan is er nog de kleding. In Nederland koopt men bij H&M niet al te dure spulletjes van redelijke kwaliteit. De kleding is bedoeld een seizoen mee te gaan, daarna moet men met de volgende mode mee. Maar is dat ook zo in de VS? Is H&M daar bijzonder, want Europees?

Chardonnay



In Amerika drinkt men voortdurend chardonnay, krijgt de vertaler de indruk. Wederom de vraag: wat is de gevoelswaarde daarvan? Chardonnay is witte wijn. Volstaat het om te schrijven dat iemand witte wijn bestelt, of moet het per se chardonnay zijn? Ik wil hier even bij aantekenen dat in de meer dan honderd boeken die ik nu heb vertaald, nooit andere witte wijn werd gedronken dan chardonnay. Is chardonnay een soortnaam geworden, zoals men ook een colaatje drinkt dat niet per se van de firma Coca-Cola afkomstig hoeft te zijn? Is het hetzelfde als een aspirientje, niet noodzakelijkerwijs gefabriceerd door de firma Bayer?

Storend of niet?

Wat doet de vertaler met al die merknamen? Komen die in de oorspronkelijk Nederlandse lectuur ook zoveel voor? Worden er voortdurend flesjes Grolsch Premium Blond geopend, sapt men steeds Verkade-koekjes in de Douwe Egberts-koffie met Friesche Vlag-koffiemelk? Ik heb de

indruk van niet. Het staat zelfs een beetje belachelijk. Maar bij vertaalde lectuur leest iedereen eroverheen, niemand lijkt zich eraan te storen. Afgezien van de vertaler, die toch vaak aarzelt wat hij ermee moet doen. De personages aan hun chardonnay laten nippen, of toch maar aan een wit wijntje? Ze een duur blikje importbier laten opentrekken? Maar wat voor beeld krijgt de Nederlandse lezer daarbij? Wat gaat er allemaal verloren?

Hema

Een ander punt is nog het heel 'gewone' van bijvoorbeeld iets wat is gekocht bij de Walmart of Boots over te brengen naar het Nederlands. Dolgraag zou de vertaler dan willen schrijven dat het iets van de Hema is, maar helaas kan dat niet. Ook al is de Hema verkocht aan een Brits investeringsbedrijf en zijn er vestigingen in België, Duitsland en Luxemburg, toch wordt deze keten als typisch Nederlands beschouwd. Zelfs zozeer dat een te sterk naar Nederland omgevormde vertaling bekend staat als een Hema-vertaling. Bijvoorbeeld door Oreo's te vervangen door koekjes van Verkade.

Over het algemeen worden de merknamen behouden in de Nederlandse vertaling. Ook al zit de vertaler er soms danig mee in de maag, en heeft hij weleens het gevoel reclame te maken. Juist vanwege dat reclame-effect zijn er ook uitgeverij die ervoor kiezen alle merknamen gewoon maar te schrappen. Persoonlijk vind ik daar veel voor te zeggen.